



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN LAVADERO
DE MOTOS. CON ASISTENCIA FEMENINA

ALEXANDRA ZUMARA VELÁSQUEZ DÍAZ

JUDIS ADRIANA TIRADO GUERRA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER

TECNOLOGÍA EN MERCADEO

CAUCASIA ANTIOQUIA

AGOSTO 2009

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN LAVADERO DE
MOTOS CON ASISTENCIA FEMENINA

ALEXANDRA ZUMARA VELASQUEZ DÍAZ

JUDIS ADRIANA TIRADO GUERRA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN
MERCADERO

ASESORA

ELENA ISABEL MENDOZA ACEVEDO

ECONOMISTA, ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS, ESPECIALISTA EN ALTA
GERENCIA

INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER

TECNOLOGIA EN MERCADERO

CAUCASIA ANTIOQUIA

2009

PAGINA DE ACEPTACION

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Caucasia Antioquia

AGRADECIMIENTO

Agradecimientos a:

Luz Elena Pérez

Docente SENA-CENSA

Jorge Ariel Franco

Docente Esumer

María Pastora Viloria

Docente SENA

Elena Isabel Mendoza Acevedo

Asesora proyectos de Grado Esumer

Por su aporte incondicional de tiempo e información durante los procesos de investigación del proyecto

INTRODUCCION

El siguiente trabajo está dirigido a la formulación de un plan de negocios para la creación de una empresa de lavadero de motos con atención femenina personalizada. Con este se pretende dar cumplimiento a un requisito de grado y a la vez impulsar la creación de trabajo para la mujer caucasiona.

Con este trabajo se quiere analizar la viabilidad para la creación de la empresa, el impacto que esta tendrá en el mercado y el aporte que le dará desde el punto de vista social, económico y cultural a la comunidad.

Una de las principales razones de este trabajo es aplicar una innovación a un oficio tan común como el lavado de motos y a la vez demostrar como a través de actividades sencillas se puede generar trabajo y calidad.

CONTENIDO

pág.

INTRODUCCIÓN

PAGINA DE ACEPTACION

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL PROYECTO	20
2. PROPOSITO PLAN DE NEGOCIOS	21
3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	23
3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA	23
3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	23
3.3 MISIÓN DE LA EMPRESA	23
3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO	24
3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS	24
3.6 PROBLEMA A INTERVENIR	25
3.7 RELACIÓN DE SERVICIOS	26
3.8 JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO	26

3.9 ANÁLISIS DEL ENTORNO Y EL SECTOR	27
3.10 CONOCIMIENTOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO	29
4. ANÁLISIS DEL MERCADO	30
4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO	30
4.2 DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS	30
4.3 EL MERCADO META DE LOS BIENES Y SERVICIOS	31
4.3.1 Mercado meta	31
4.3.2 Estudio mercado consumidor	31
4.4 MERCADO PROVEEDOR	38
4.4.1 Proveedor	38
4.4.2 Estudio del mercado proveedor	40
4.5 Mercado competidor	43
4.5.1 Competidores	43
4.5.2 El mercado competidor	45

4.5.3 Estudio del mercado competidor	45
4.6 El mercado distribuidor	48
4.6.1 Distribución	48
4.6.2 Distribución directa	49
4.6.3 Manejo de inventarios	49
4.6.4 Comunicación	49
4.7 ACTIVIDADES DE PROMOCION Y DIVULGACION	50
4.8PRECIO DE LOS PRODUCTOS	51
4.8.1 Factores que influyen en el precio de los productos	51
4.8.2 Precio de los productos propuestos	51
4.8.3 Política de precios	52
4.8.4 Costos asociados a la actividad comercial	52
4.9RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO	53
4.10 PLAN DE VENTAS	53
5. ASPECTOS TÉCNICOS	55
5.1OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN	55

5.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	56
5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	57
5.4 PLAN DE PRODUCCIÓN	57
5.5 REQUERIMIENTOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN	57
5.5.1 Requerimiento material e insumo	57
5.5.2 Requerimiento de personal	58
5.5.3 Locaciones	59
5.5.4 Requerimiento de maquinaria, equipo, muebles y enseres	59
5.5.5 Requerimiento de materiales e insumo	59
5.5.6 Requerimiento de servicios	60
5.6 PLAN DE PRODUCCIÓN	60
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	61
6.1 PROCESOS ADMINISTRATIVOS	61
6.1.1 Descripción de los procesos administrativos	61
6.1.2 Procesos administrativos externalizado	63
6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO	63
6.2.1 Organigrama	63

6.2.2 Descripción funcional de la organización	64
6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN	65
6.3.1 Locaciones	65
6.3.2 Requerimiento de maquinaria, equipo, muebles y enseres	65
6.3.3 Requerimiento material e insumo de oficina	66
6.3.4 Requerimiento de servicios	67
6.3.5 Requerimiento de personal	67
6.4 PROGRAMA ADMINISTRACIÓN	67
7. ASPECTOS LEGALES	70
7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN	70
7.2 CERTIFICADO Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PUBLICAS	70
8. ASPECTOS FINANCIEROS	77
8.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO	77
8.1.1 Recursos propios	77
8.1.2 Créditos bancarios	79
8.2 INGRESOS Y EGRESOS	79
8.2.1 Ingresos del negocio	80

8.2.1.1	Ingresos propios del negocio	80
8.2.2	EGRESOS	81
8.2.2.1	Inversiones	82
8.2.2.2	Costos	82
8.2.2.3	Gastos administrativos y legales	83
8.2.2.4	Gastos de distribución y ventas	84
8.2.2.5	Gastos financieros	84
8.3	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	85
8.3.1	Flujo de caja	86
8.3.2	Estado de resultados	87
8.3.3	Balance general	87
8.4	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	88
8.4.1	Valor presente neto	88
8.4.2	Tasa interna del retorno	93
8.4.3	Indicadores financieros proyectados	93
8.4.4	Análisis de sensibilidad (variación demanda)	93

8.4.4.1	Variación de la demanda + 10%	94
8.4.4.2	Variación de la demanda – 10%	95
8.4.5	Análisis de sensibilidad (variación precio)	95
9.	CONSIDERACIONES FINALES	96
	BIBLIOGRAFIA	97

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro N° 1 pregunta 1	45
Cuadro N° 2 pregunta 2	46
Cuadro N° 3 pregunta3	46
Cuadro N° 4 pregunta 4	47
Cuadro N° 5 pregunta 5	47
Cuadro N° 6 pregunta 6	48
Cuadro N° 7 pregunta 7	48
Cuadro N° 8 pregunta 8	49
Cuadro N° 9 resultado estudio proveedor	54
Cuadro N° 10 fortalezas competidor	55
Cuadro N° 11 debilidades competidor	56

Cuadro N° 12 precio de los producto	60
Cuadro N° 13 factores que influyen en la determinación del precio	61
Cuadro N° 14 precio de los productos	61
Cuadro N° 15 costos comercialización	63
Cuadro N° 16 plan de venta	65
Cuadro N° 17 capacidad de producción	68
Cuadro N° 18 plan de producción	69
Cuadro N° 19 maquinaria, equipo muebles y enseres de producción	70
Cuadro N° 20 materiales e insumos producción	71
Cuadro N° 21 servicios públicos producción	71
Cuadro N° 22 requerimiento de personal	72
Cuadro N° 23 actividades preoperativas	72
Cuadro N° 24 actividades operativas	73

Cuadro N° 25 procesos administrativos externalizados	75
Cuadro N° 26 requerimientos equipos, software, muebles y de administración.	enseres 77
Cuadro N° 27 materiales de oficina administración	77
Cuadro N° 28 requerimientos de personal administración	79
Cuadro N° 29 procesos preoperativos administración	80
Cuadro N° 30 actividades operativas administración	81
Cuadro N° 31 recursos propios	86
Cuadro N° 32 créditos y préstamos bancarios	86
Cuadro N° 33 ingresos del negocio	88
Cuadro N° 34 inversiones	89
Cuadro N° 35 gastos preoperativos	89
Cuadro N° 36 capital de trabajo	89

Cuadro N° 37 costos variables	90
Cuadro N° 38 costos fijos	90
Cuadro N° 39 gastos administrativos y legales	91
Cuadro N° 40 gastos de distribución y ventas	92
Cuadro N° 41 amortización diferidos	93

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
GRAFICA Nº 1	41
GRAFICA Nº 2	42
GRAFICA Nº 3	42
GRAFICA Nº 4	43
GRAFICA Nº 5	43
GRAFICA Nº 6	44

RESUMEN EJECUTIVO

Este informe pretende demostrar la viabilidad para la creación de una empresa especializada en el lavado de motos a cargo de mujeres. Para dar a conocer la factibilidad de este proyecto se realizaron estudios técnicos, financieros, de mercadeo y legales.

La empresa SLI servicio de lavado integral se especializará en el lavado, brillo y petrolizado de motocicletas en el municipio de Cauca, su mercado objetivo será los dueños de las motos, en el municipio hay alrededor de 32000 vehículos de este tipo registrados en la secretaría de tránsito. Teniendo en cuenta la cantidad considerable de motocicletas, el mercado potencial es significativo y representativo. En la investigación de mercado se encontró que en el municipio hay 30 lavaderos de vehículos, de los cuales 7 se especializan en el lavado de motos; las instalaciones de la competencia están en un estado deplorable y ninguno de estos negocios tiene un buen sistema logístico.

El factor de diferenciación con la competencia es el servicio prestado por mujeres altamente calificadas, un servicio de posventa y excelente servicio al cliente, de igual modo contará con un servicio adicional que funcionará como valor agregado el cual será un estadero en el que puedan degustar diferentes bebidas.

La inversión necesaria para ejecutar el proyecto será de \$ 67.145.827, este capital será financiado por una entidad bancaria. Este dinero se utilizará en la compra de maquinaria, mejoras del local y el capital de trabajo de tres meses. El porcentaje de rentabilidad mínima será de 30%, la tasa interna de retorno tendrá una rentabilidad del 87% y la ganancia del capital en valor presente será de \$ 11.119.315.

El proyecto generara empleo a la mujer caucasiana y permitirá articular mas tejido laboral a la comunidad.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO

NOMBRE : Judis Adriana Tirado Guerra					
Identificación:		Teléfono :	839-45-25	Celular:	312-205-1560
Dirección:	Carrera -16			Barrio:	Pueblo nuevo
Ciudad	Caucasia	Correo electrónico:	judisamiquita@hotmail.com		

NOMBRE: Alexandra Zumara Velásquez Díaz					
Identificación:	1.038.099.091	Teléfono :	838-03-27	Celular:	316-298-3119
Dirección:	Calle -10 CARRERA 1RA			Barrio:	ESPERANZA
Ciudad	Caucasia	ardnaxela-1985@hotmail.com			

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

SLI. se crea a partir de la necesidad de generar una cultura de emprendimiento en las estudiantes del tecnólogo en mercadeo y tener autoempleo , contribuir con el mejoramiento del nivel y calidad de vida del sector femenino que tiene una imagen negativa en cuanto a la forma de empleo que se viene presentando en la región, de igual forma esta empresa tiene como propósito contribuir con el desarrollo económico de la región al igual que impactar de forma positiva en la sociedad para generar la cultura de pujanza en el sector femenino para que sea esta una semilla de motivación en las amas de casa, jóvenes estudiantes entre otras.

En un mundo cambiante las nuevas e innovadoras ideas toman fuerza en el mercado, y aunque ya exista en el municipio un promedio de 30 lavaderos el propósito en cuanto a la innovación es que esta empresa esta constituida con el sector femenino el cual tiene mucho tacto al momento de prestar un excelente servicio además la logística en cuanto a infraestructura es muy llamativa en cuanto a merchandising, distribución en planta y organización de la misma puesto que el cliente no tendrá que esperar como normalmente se presenta en la competencia puesto que estará coordinada por orden de llegada y servicio prestado.

El marketing estratégico busca que las empresas que se proyectan a ser sostenibles y sustentables en el tiempo utilicen el servicio y la calidad como un arma competitiva, es por esto que la empresa SLI busca aplicar estrategias dirigidas a cuidar del talento humano interno para que este cuide y mantenga la Fidealización del cliente externo puesto que se considera como el mejor activo de la organización.

SLI busca implementar tecnología vanguardista la cual impacte de forma positiva en el mercado y agilice los procesos del servicio prestado ya que este debe ser ágil y de calidad, con precios al alcance del cliente real y potencial, las estrategias a aplicar como medios de comunicación son seleccionadas teniendo en cuenta la efectividad en cuanto a tiempos

Teniendo en cuenta la efectividad en cuanto a tiempos, lugares, sitios entre otros para que la información le llegue al cliente de forma adecuada. Estos medios serán Volantes, Radio, Eventos especiales, Publicidad móvil, tarjetas personales, estrategias promocionales como descuentos del 50% como incentivos para motivar la utilización del servicio

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

SLI: servicio de lavado integral de motos con asistencia femenina

3.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

SLI se especializa en el lavado, brillo y petrolizado de motos en Cauca, Antioquia, este servicio es prestado por mujeres, estará ubicado en un lugar estratégico del municipio, este lugar será en toda la avenida de la troncal calle 20, este lugar fue escogido estratégicamente por lo central y transitado. Además la logística del local estará bien estructurada para la comodidad de los posibles clientes, este es uno de los objetivos más importantes para SLI que los clientes se sientan en confianza y total comodidad a la hora de esperar su vehículo.

3.3 MISIÓN DE LA EMPRESA

Somos una empresa prestadora de servicio de lavado de motos en general, el cual es prestado por mujeres altamente capacitadas. Con un componente innovador de atención y calidad en el servicio brindando confianza y satisfacción al cliente, contribuyendo con el desarrollo socioeconómico del municipio de Cauca.

3.3.1 Visión de la empresa

En el año 2015 seremos reconocidos en el bajo cauca como la mejor empresa prestadora de servicios por mujeres altamente capacitadas en el lavado, brillo, y petrolizado de motos con la tecnología vanguardista que permita realizar procesos innovadores que contribuyan con el desarrollo económico, social y ambiental en la región.

3.4 OBJETIVOS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Objetivo a corto plazo

Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad que determine la viabilidad para la creación de una empresa de lavado de motos a través de una investigación de mercado.

Objetivos específicos

- Identificar a los posibles clientes y su comportamiento a través de una investigación de mercados
- Analizar el mercado desde el punto de vista de la oferta, demanda y precio a través de un análisis situacional
- Realizar un estudio técnico que permita la cuantificación de los requerimientos de recursos que necesita la empresa, para su funcionamiento general

- ejecutar un estudio económico y financiero que determine la viabilidad del proyecto.
- Generar empleo para las mujeres caucasianas.

OBJETIVO A MEDIANO PLAZO:

- Determinar los impactos ambientales, económicos y sociales del proyecto.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Aumentar el número de clientes de la empresa a través de planes estratégicos y marketing directo

3.5 VENTAJAS COMPETITIVAS

La principal ventaja competitiva de la empresa SLI, será la presencia de las mujeres como operarias en el lavado y los demás servicios a ofrecer. Por su naturaleza el sexo femenino es muy cuidadoso a la hora realizar cualquier función en especial la de aseo.

Conjuntamente se implementaran modelos logísticos y de mercadeo para garantizar la calidad de los servicios y agilizar los procesos funcionales economizando tiempo y recursos. El personal interno estará en total capacidad de prestar cualquier servicio que los clientes decidan ya sea petrolizado, brillado y demás, por lo que la administración de SLI será muy exigente a la hora de elegir su persona de trabajo, por lo que todas las mujeres que harán

parte de la empresa estarán previamente capacitadas con el fin de diferenciar los servicios de SLI de la competencia.

3.6 NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR

En Caucasia, hay 32000 motocicletas registradas en la oficina de tránsito municipal. En relación con esta cantidad considerable de este tipo de vehículos existen lavaderos de motos y carros para responder a la necesidad de asear dicho medio de transporte. Estos centros de lavado vehicular se encuentran en toda el área urbana del municipio.

De los lavaderos ubicados en Caucasia solo un pequeño porcentaje brinda servicios de calidad y eficiencia en los permitiendo que el cliente se sienta satisfecho

3.7 RELACION DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los servicios que ofrecerá la empresa SLI serán los siguientes:

- Lavado de motos
- Petrolizado de motos
- Brillado de motos

3.8 JUSTIFICACION

El medio de transporte más utilizado en Caucasia son Motocicletas por ser un sistema personalizado y practico al que cualquier persona puede acceder. Debido al fenómeno del mototaxismo como fuente de empleo el número de motos ha aumentado considerablemente y para la persona que presta este servicio es indispensable que su vehículo este limpio al momento de llevar un pasajero.

A raíz de este nuevo transporte en Caucasia se plantea la creación de una empresa de lavado, brillo y petrolizado de motos bajo un sistema logístico, económico atendido por mujeres, convirtiendo esto en un componente innovador ya que en el municipio ningún lavadero de motos es atendido por mujeres con un servicio personalizado.

El lavado de motos es un servicio bastante utilizado en el municipio, su bajo precio, la facilidad de acceder al servicio y rapidez son factores que definen su flujo de demanda por parte de los conductores que buscan asear su vehículo. En relación con esta situación la empresa que se planea crear tendrá como valor agregado el petrolizado y brillo de las motos como en conjunto con la atención femenina.

3.9 ANALISIS DEL ENTORNO

El municipio de Caucasia, cuya extensión es de 1.114 km² y una población cercana a los 110.000 habitantes (sector urbano y rural), se proyecta como una ciudad de gran importancia por el crecimiento empresarial que se plantea en el

plan de desarrollo departamental, en el que se estipula que en el año 2020, el Bajo Cauca, cuya capital es Caucaasia, será una subregión articulada e integrada con el departamento y la nación, con un desarrollo agroindustrial, pecuario, minero y eco-turístico, sostenible ambientalmente, diversa, pacífica, con equidad y mayores oportunidades en la generación de empleo productivo, desarrollo humano integral y participación ciudadana, lo que mejorara la condición de vida de la comunidad y a la vez aumentara la capacidad adquisitiva de los consumidores, que por ende hará crecer el proceso de oferta-demanda, pero para que esto se dé en una manera adecuada y equilibrada las Empresas caucasianas existentes y las que se crearan deben manejar y aplicar los conceptos de mercadeo y publicidad con el fin de convertirlos en herramientas que optimicen el ambiente en el que se desarrollaran y participaran.

El municipio cuenta con ubicación geográfica estratégica, infraestructura vial articulada a las vías principales y mercados externos, riqueza en biodiversidad y humedales y ciénagas. Presencia de importantes empresas ganaderas, suelos aptos y clima favorable para la producción agropecuaria, alto potencial minero, presencia de reconocidas instituciones de educación superior, estructura comercial y de servicios para el desarrollo subregional, diversidad sociocultural y étnica. Estos son factores de gran importancia para el desarrollo de un municipio como Caucaasia.

En el municipio de Caucaasia, el desarrollo económico y empresarial ha aumentado en los últimos años, sin embargo factores de orden público y seguridad amenazan en estos momentos ese crecimiento, ya que las ventas se han reducido en un 50%, tal como lo dice el presidente de la Asociación de Comerciantes de Caucaasia, Diego Calle, quien asegura que las ventas en general han disminuido entre el 30 y 40 por ciento desde mediados del año 2008, y algunos comerciantes sostienen que hasta un 60 por ciento, esto afecta los volúmenes de venta se han disminuido notoriamente*.

El sector empresarial creció rápidamente en los últimos 5 años, esto se puede constatar en los registros de la cámara de comercio y seguirá creciendo ya que el plan de desarrollo departamental propone la creación de una zona franca en el municipio y le apuestan a una política de seguridad pública que garantice la confianza para quienes quieran invertir. Con la creación de una zona franca el sector comercial tendrá un gran auge, expandiéndose por todo el municipio.

3.10 CONOCIMIENTO PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO

Conocimientos mínimos

- Leyes y normatividad laboral

Se requiere conocer sobre el código laboral para evitar violación de los derechos laborales de las personas.

- Conocimiento de mercadeo

El mercadeo será necesario para impulsar la empresa y la venta de sus servicios en el mercado.

- Conocimiento de leyes de medio ambiente

Conocer sobre las leyes que velan por la protección del medio ambiente por los impactos ambiental del proyecto

- Manejo administrativo de la empresa

El conocimiento de esta hará será fundamental para dirigir a la empresa coordinando sus áreas funcionales y el personal de trabajo

- Contabilidad

La parte contable se referirá al manejo de los libros contables de la empresa, obligaciones financieras, estado financiero, entre otros.

4. ANALISIS DEL MERCADO

4.1 OBJETIVOS DE MERCADEO

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

Objetivo general

- Diseñar metodologías de marketing que permitan la promoción de los servicios de SLI a través de planes estratégicos.

Objetivos a mediano plazo

- Abarcar el 30% del mercado de conductores durante el primer año a través de marketing directo
- Promocionar los servicios del lavadero de motos a través de un mix comunicacional.
- Seleccionar el medio más adecuado para la realización las campañas publicitarias a través de un análisis del medio comunicacional.

4.2 DESCRIPCION DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS

Los servicios de aseo para motos que ofrecerá SLI, serán los siguientes:

- Servicio de lavado: permite quitar todo el barro o mugre grueso que tenga la moto especialmente en las llantas, mofle y motor, pasado esto la moto puede quedar lista para pasar a ser brillada o petrolizada según lo decida el cliente. El servicio de lavado tendrá un valor de \$ 3.000.

- Servicio de petrolizado: se da por medio de una bomba de mano pequeña, con lo cual se aplica ACPM sobre todas las partes negras de la moto que le da un brillo a medida que se va aplicando con un estropajo que le da una buena imagen a la moto con un valor de \$ 4.000
- El servicio de brillado se aplica silicona en todas las partes plásticas de la moto como son el tanque, guardabarros, tapas. Con una estopa por un valor de \$ 4.000.

4.3 MERCADO META DE LOS SERVICIOS

4.3.1 Mercado meta

El mercado meta para la empresa SLI esta conformado por los motociclistas del municipio, En Caucasia hay más de 32.000 motociclistas registrado en el transito municipal, donde el 80% de estos vehículos es utilizado como un medio de transporte. Consecuente al incremento en la demanda de motos en Caucasia, se presento un gran número de lavaderos de carros y motos, y en la actualidad hay más de 30 lavaderos en el municipio que se especializan en estos servicios, pero 7 de ellos se segmentaron en lavar solo motos.

4.3.2 Estudio del mercado consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

Objetivo general.

Estudiar la factibilidad para la creación de una empresa de lavado de motos en el municipio de Caucaasia atendido por mujeres.

Objetivos específicos

- Identificar el grado de demanda de servicios de lavado de moto por parte de los motociclistas.
- Conocer el porcentaje de participación de la demanda en el mercado.
- Establecer los motivos por los cuales los motociclistas acuden a determinado lavadero.
- Determinar el grado de aceptación de los motociclistas para con un lavadero de motos atendidos por mujeres.
- Calcular la frecuencia con la cual los motociclistas asistirían a un lavadero atendido por mujeres.

b) Medios a través de los cuales se realizo el estudio del consumidor.

Para poder obtener conocimiento de la aceptación de esta nueva empresa el grupo de trabajo de este proyecto opto por realizar encuestas a los motociclistas.

INSTITUCION UNIVERSITARIA ESUMER

ENCUESTA

OBJETIVO GENERAL:

Estudiar la factibilidad para la creación de una empresa de lavado de motos en el municipio de Caucasia atendido por mujeres.

1¿Conoce usted empresas en Caucasia de lavado de motos donde el servicio es prestado por mujeres?

si__ no__

2¿Qué empresa conoce?

Alymar__ otras__ ninguna__

3 ¿Si existiera una empresa de lavado de motos en Caucasia donde el servicio es prestado por mujeres, llevaría su moto a esta nueva empresa?

Si__ no__

4 ¿Por qué llevaría su moto a lavar a esta nueva empresa en Caucasia, donde el servicio es prestado por mujeres?

Por seguridad__ respaldo__ calidad__

5 ¿Con que frecuencia llevaría a lavar su moto a esta nueva empresa en Caucasia, donde el servicio es prestado por mujeres?

1x semana__ 2x semana__ 1xmes__ 2xmes__

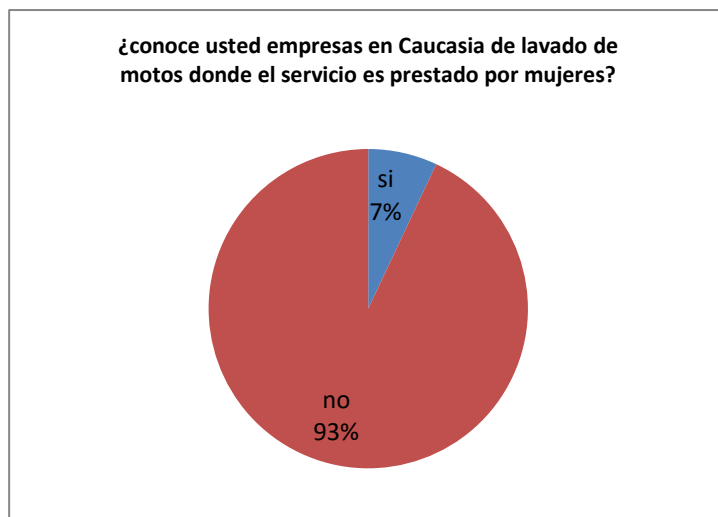
6. Usted como cliente de esta empresa en Caucasia, donde el servicio es prestado por mujeres además de lavado, petrolizado y brillado ¿Qué otros servicio le gustaría encontrar?

Cambio de aceite__ mejor logística__

Cafetería__

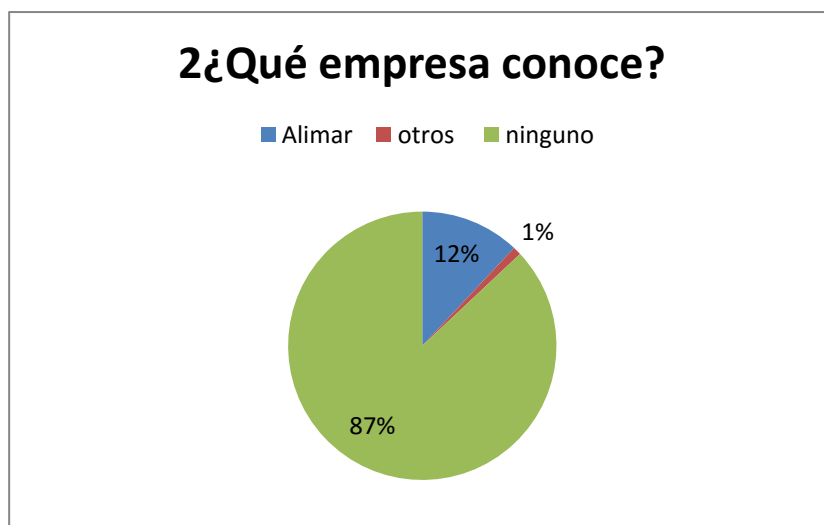
Si	no
7%	93%

Grafica 1



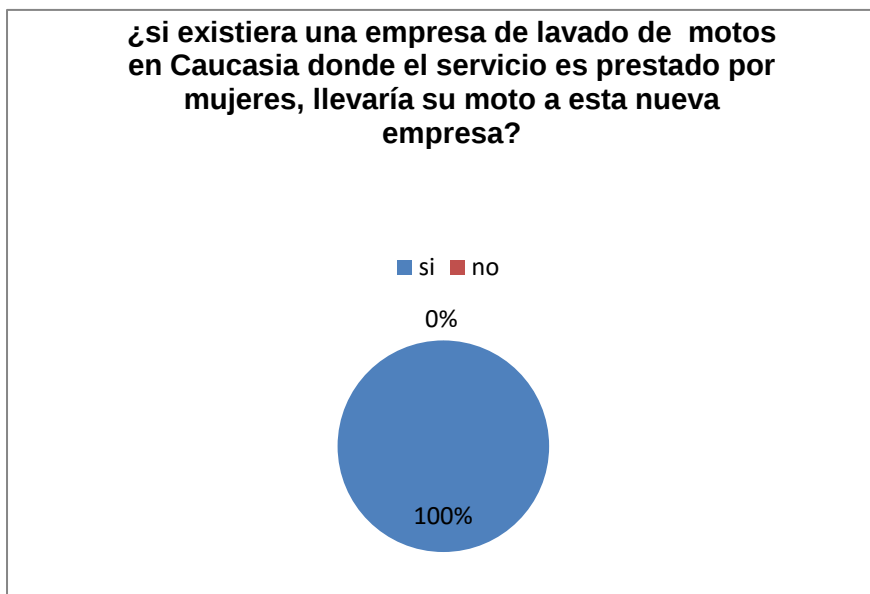
Alymar	otros	ninguno
12%	1%	87%

Grafica 2



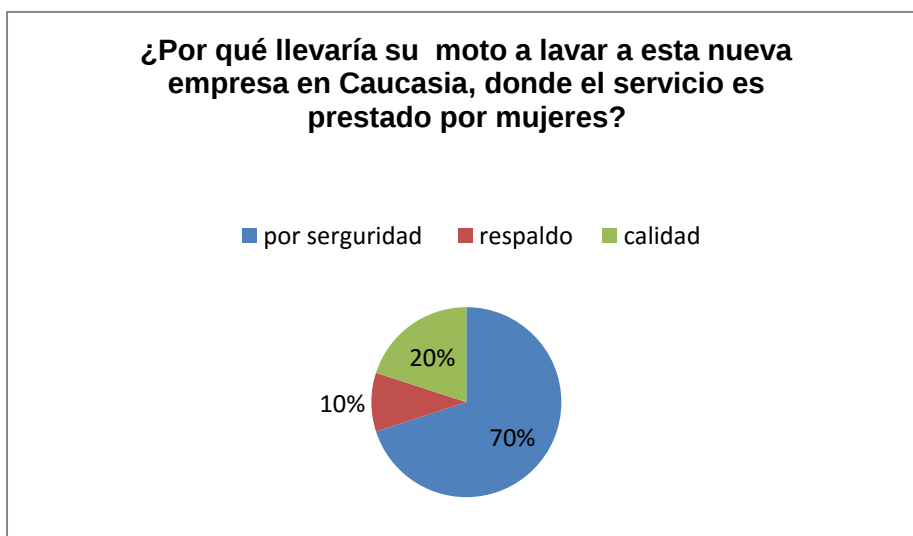
si	no
100%	0%

Grafica 3



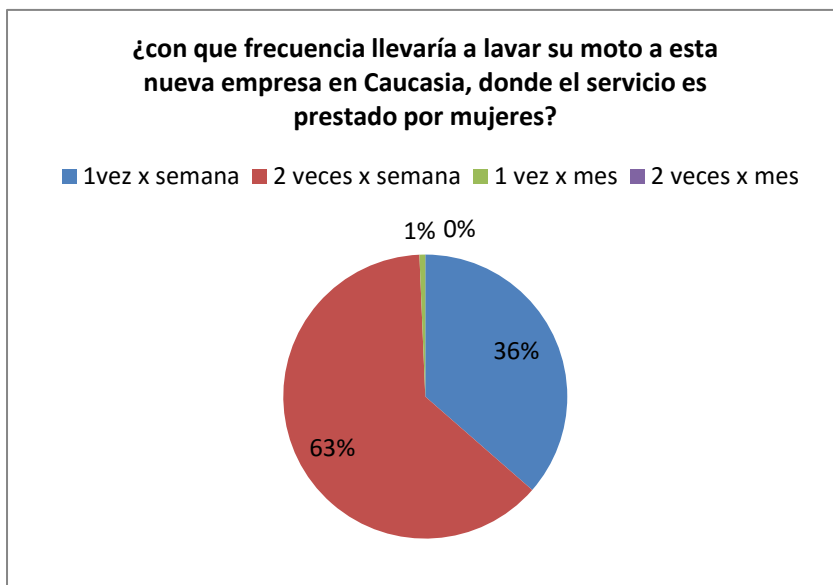
por seguridad	respaldo	calidad
70%	10%	20%

Grafica 4



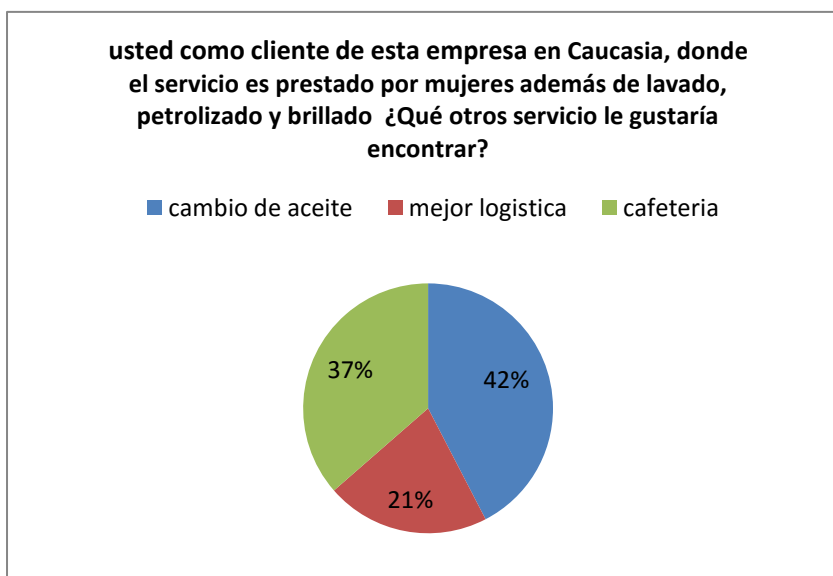
1 vez x semana	2 veces x semana	1 vez x mes	2 veces x mes
55%	95%	1%	0%

Grafica 5



cambio de aceite	mejor logística	cafetería
64%	32%	55%

Grafica 6



c) Aplicación de los medios

Estas encuestas se realizaron en el municipio de Caucasia en las calles más transitadas, como en el Caracolí, Pueblo Nuevo, Centro y Troncal.

El segmento escogido para responder las preguntas a las personas dueñas o conductoras motos. Y se realizaron estas encuestas en el mes de mayo los días 5y 6 del año 2009.

Por tratarse de una población tan grande (32000 motociclistas), se subdivido en motos de más de 125 CC de cilindraje para realizar la prueba piloto.

Muestreo

$(1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5) \cdot 250$
$250 \cdot (0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5 \cdot 0,5)$

$3,8416 \cdot 0,25 \cdot 250$
$250 \cdot 0,0025 + 3,8416 \cdot 0,25$

$0,9604 \cdot 250$
$0,625 + 0,9604$

240
1,5854

151,1

d) resultado del estudio de los consumidores

- La población a los cuales se dirige la empresa: consumidores directos.
- Los criterios que ofrece la empresa para la compra de los servicios son todos los necesarios para que los clientes se sientan en total satisfacción por utilizar los servicios como. la calidad, precios y sobretodo la confiabilidad que se ofrece.
- El segmento de mercado escogido por la empresa está ubicado en el municipio de Caucasia en el departamento de Antioquia al norte de Colombia.

e) Determinación de la demanda

SLI (SERVICIO DE LAVADO INTEGRAL) espera atender más de 135 personas al día donde el 80% son hombres mayores de edad, de los cuales 30% solicitarán los servicios de lavado con un valor de \$ 3.000 y el 50% solicitará el servicio completo con un valor de \$5.000. La demanda se consolida con el tiempo, debido a la calidad y confiabilidad con que es tratado su vehículo y el usuario en sí, por estas razones la empresa espera atender más de 130 personas diarias en horas laborales que van desde las 7.00 AM. - 8.00 PM.

4.4 EL MERCADO PROVEEDOR

4.4.1 Proveedores

Los materiales, insumos, maquinarias y equipos que necesitara la empresa serán los siguientes:

- Materiales de aseo para la producción del servicio.

Cuadro 1 Materiales de aseo para la producción del servicio

Materiales	Cantidad	Valor unitario
Escobas	1	\$ 4.000
Traperos	1	\$6.000
Baldes	1	\$ 4.000
Recogedor	1	\$ 3.000
Cepillo	1	\$ 6.800

- Maquinaria para la producción de servicio.

Cuadro 2 Maquinaria para la producción de servicio

Maquinaria	cantidad	Valor unitario
Hidráulica bombas	2	\$ 2.000.000
Bomba sencilla	1	\$ 150.000
Manguera	100mt	\$183.000
Pistola	2	\$ 60.000

- Insumos para la producción del servicio.

Cuadro 3 Insumos para la producción del servicio

Insumos	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor total Mensual
Jabón	234	\$ 1.300	\$304.200
Desinfectante	12	\$ 6.900	\$82.800
Cloro	2	\$ 7.800	\$15.600
Acpm	4 galones	\$6.500	\$26.000
Silicona	8	\$ 16.000	\$128.000
Total			\$ 556.600

- Equipos y enseres de oficina

Cuadro 4 Equipos y enseres de oficina

1	escritorio	380.000
3	sillas rimas	20.000
1	ventilador	150.000
1	computador de mesa	990.000

Los Proveedores de los anteriores artículos son:

Supermercado Cristo rey

Terpel s.a

Almacenes ÉXITO

Ferretería la hacienda

Zona digital

4.4.2 Estudio del mercado proveedor

a) variables estudiadas al mercado proveedor

Las variables estudiadas a los futuros proveedores de la empresa SLI fueron las siguientes:

Precio

Calidad

Servicio al cliente

Reconocimiento en el mercado

b) medios a través de los cuales se realizó el estudio de proveedores

Los medios utilizados para estudiar a los proveedores fueron cotizaciones y visitas a cada una de las empresas con el fin de evaluar adecuadamente a cada uno y de esta forma elegir el que mayor beneficio le de a SIL.

c) aplicación de los medios

Las entrevistas se les realizaron a los administradores y empleados de cada empresa.

- En la hacienda empresa proveedora de maquinaria se entrevisto al señor de la empresa JUAN CALLE administrador.
- En el supermercado san Jorge señor JUAN CARLOS LOPEZ empleado de la empresa.
- Y en el Éxito se entrevisto a la señorita encargada de estas sesiones ella se llama LINA MARIA OSORIO.

d) Aplicación de los medios.

Cuadro 5 aplicaciones de los medios

Proveedores	Dirección	Contacto	Producto	fortaleza	debilidad
Cristo rey	Kennedy calle 22	Andrés zapata	Insumos	Precios bajos Calidad en el servicio Entrega a domicilio	No manejan créditos
Terpel	Troncal carrea 20	Juan palacio	Acpm	Precios bajos Buen servicio	No hacen entregas a domicilio
La Hacienda	Centro carrera 1ra	Juan Calle	Maquinaria	Equipos de calidad Buen servicio al cliente	No tienen servicio de domicilio Precios un poco mas alto que la competencia
Éxito	Troncal carrera 20	Paola Olano	Equipos de oficina	Buen servicio al cliente Manejo de crédito	No tienen servicio de domicilio no aceptan devoluciones
Almacén el progreso	Barrio centro calle 2da	Mario Ortiz	Materiales	Equipos de calidad Entrega a domicilio	No manejan créditos
Almacén súper	Barrio centro calle 2da	Pablo Suarez	Materiales	Precios bajos Calidad en el servicio Entrega a domicilio	No manejan créditos
Papelería real	Barrio centro calle 21	Juan Carlos Restrepo	Insumos de oficina	Precios bajos Calidad en el servicio Entrega a domicilio	No manejan créditos no aceptan devoluciones

EMPRESA	DIRECCIÓN	PRODUCTOS	PRECIOS	FORMA DE PAGO	DEBILIDAD	FORTALEZA
ZONADIGITAL	Cra 15 con CL 19, esquina	PC de mesa completo DUAL CORE 2.4 Athlon Portátil COMPAQ de 17" INTEL DUAL CORE	\$ 1'500.000 \$ 1'450.000	De contado		Confiable Calidad Innovación Servicio técnico constante Precios Garantía inmediata Instalación de los equipos

4.5 MERCADO COMPETIDOR

4.5.1 Competidores

En el municipio de Caucasia existen los siguientes lavaderos de motos y carros que son competencia directa de SIL:

Cuadro 6. Competidores

NOMBRE	DIRECCION	CONTACTO	SERVICIO	NIVEL
Las palmas	Barrio pueblo nuevo Carrera 12 calle 16	administrador	lavado de motos y carros	Local
Chamizos	Barrio Centro calle 22 Carrera 4ta	empleado	lavado de motos y carros y parqueadero	Local
los paisas	Barrio san Rafael	administrador	lavado de motos	Local

	Carrera 8			
Catatumbo	La troncal calle 20	administrador	lavado de moto y carros	Local
los mangos	Barrio caracolí	administrador	lavado de motos	Local
Tálamo		empleado	lavado de motos	Local
la cascada	Barrio Triangulo	empleado	lavado de motos y carros y parqueadero	Local
Despecho	Barrio Centro	empleado	lavado de motos y carros	Local
Alymar	Barrio Centro calle 1ra	empleado	lavado de motos carros	Local
Tropezón	Barrio villarabia	dueño	Lavadero de motos	Local
Lavadero parqueadero la esperanza	Barrio la esperanza calle 10 esquina	empleado	Lavado de motos, carros y parqueadero	Local
Lavadero los caimanes	Barrio la esperanza calle 10 continua al caño	empleado	Lavadero de motos, carros y parqueadero	Local
Lavadero el triangulo	Barrio el triangulo calle	empleado	Lavadero de motos y carros	Local
Barrio el colinas	Barrio el terreplén calle 6ta	empleado	Lavadero de carros, motos y parqueadero	Local

Lavadero y parqueadero serviautos	Barrio la troncal calle 20	empleado	Lavadero de carros, motos y parqueadero	Local
Lavadero y parqueadero pueblo nuevo	Barrio pueblo nuevo calle 10 esquina	empleado	Lavadero de carro motos y parqueadero	Local

4.5.2 Estudio del mercado competidor

a) Variables estudiadas al mercado competidor

Las variables estudiadas a los diferentes lavaderos de Caucaasia fueron las siguientes:

Ubicación

Calidad del servicio

Calidad del lugar

Servicios que prestan

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Los medios utilizados para investigar el estudio de competencia, fue por medio de observación y entrevistas, de esta manera fue posible el análisis de estrategias, precios, logística, atención al cliente y calidad.

c) aplicación de los medios

Se aplicó en el mes de JUNIO los días 8 y 9 del año 2009 en Caucasia Antioquia, y se investigó a todos los lavaderos de carros y motos que laboran actualmente en el municipio

d) resultado del estudio de los competidores

SERVIAUTOS: está ubicado en la troncal calle 20 en el municipio de Caucasia, ofrece los servicios de lavado de carros y motos, además funciona como parqueadero, su fortaleza es su ubicación, en este lugar se puede encontrar a su alrededor monta llantas y servicio de mecánica.

CATATUMBOS: está ubicado en la troncal calle 20 en el municipio de Caucasia, ofrece los servicios de lavado de carros, mulas, camiones y motos. Su fortaleza es su ubicación y permite visibilidad al cliente y su debilidad es el mal estado de su planta física.

EL DESPECHO: este lugar está ubicado en el centro, ofrece los servicios de lavado de carros y motos, además ofrece los servicios de parqueadero, su fortaleza radica en sus servicios alternativos como el parqueadero y en el mismo lugar hay una taberna donde los clientes pueden esperar sus vehículos y tomar bebidas alcohólicas.

ALYMAR: está ubicado en centro en la calle 1ra en el municipio de Caucasia, ofrece los servicios de lavado de carros y motos, sus fortalezas son fuertes ya que además de lavar carros y motos también al frente se encuentra la distribuidora de motos, y también funcionan como parqueadero es importante decir que en esta empresa también tiene una bomba continua a la distribuidora

y todas tienen el mismo nombre ALIMAR. Abarca un gran mercado en el municipio.

LOS CHAMISOS: está ubicado en el barrio el centro, ofrece los servicios de lavadero de carros y motos, su fortaleza, en este lugar además de los servicios de lavado que ofrece también ofrece los servicios de taberna un lugar llamativo donde los clientes pueden esperar a sus vehículos, mientras se beben un trago o cualquier otra bebida de preferencia.

MALACARA: está ubicado en la troncal calle 20, ofrece los servicios de lavadero de carros y motos, en este lugar como se puede observar no tiene buena logística y su imagen no es la mejor, pero tiene buena ubicación

EL TALAMO: está ubicado por el palacio en el municipio de Caucasia, este lavadero es uno de las competencias más directas que tiene la empresa, puesto que se especializa en el lavado de motos únicamente, su fortaleza es su ubicación y servicio a domicilio

EL TROPEZON: está ubicado en el caracolí vía al puente en el municipio de Caucasia, este lavadero es competencia directa para la empresa, ya que se especializa en lavado de motos y a un bajo precio, también ofrece los servicios de kiosco donde el cliente puede tomar un juego mientras espera su vehículo

CARACOLES: está ubicado en la avenida caracolí, ofrece los servicios de lavado de motos, como se puede observar su logística deja mucho que desear, este lavadero se especializa en lavado de motos a muy bajo precio

LOS MANGOS: está ubicado en la avenida caracolí, se especializa en el lavado de motos, eso lo convierte en competencia directa para la empresa SLI

LA CASCADA: está ubicada en el barrio el triangulo en el municipio de Caucaasia, ofrece los servicios de lavado de carros y motos y en este mismo lugar hay una pequeña tienda donde los clientes puede beber o comer lo que quiera mientras espera su vehículo.

LOS PAISAS: está ubicado en el barrio San Rafael en la carrera 8, ofrece los servicios de lavado de motos, su planta física es muy reducida.

4.6 MERCADO DISTRIBUIDOR

4.6.1 Distribución directa

La distribución de los servicios de SLI se hará de forma directa, por tratarse de un lavadero de motos por lo que los clientes acudirán a las instalaciones de la empresa. Será necesario desarrollar campañas de publicidad y marketing directo para dar a conocer los servicios ofrecidos.

4.6.2 Manejo de inventarios

Por tratarse de una empresa de servicios, no se manejaran inventarios sobre las ventas, pero maneja un sistema mensual para abastecer a los empleados de todo lo necesario para realizar su trabajo con eficacia, los inventarios se manejan por medio de un proceso de ingresos de materiales y mantenimiento

de las maquinas. Este proceso es necesario para llevar un control sobre los insumos

4.6.3 Comunicación

Nombre de los servicios:

Lavado de motos

Petrolizada motos

Brillada de motos

Nombre de la empresa:

SLI: servicio de lavado integral de motos por mujeres

Colores distintivos

Los colores corporativos de la empresa son el negro, azul, rojo, morado.

Negro: brinda connotación de elegancia y distinción

Azul: este color significa, la pureza, frío y la frescura del agua.

Rojo: este color representa la fuerza, la vida es un color fuerte y llamativo.

Morado: es un color que representa la sencillez y la elegancia, da un toque llamativo y va muy relacionado con la imagen femenina.

Eslogan: ASISTENCIA FEMENINA EN EL LAVADO DE SU MOTO

El eslogan busca dar a conocer la diferencia de la empresa en relación con las otras y generar la expectativa en los hombres de cómo es un servicio de lavado de motos a cargo de mujeres.

Logo:



4.7 ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIVULGACION

RADIO: a través de cuñas radiales se llegara a los clientes potenciales, los cuales se transmitirán 10 veces al día con una duración de 5 segundos a través de CAUCASIA ESTEREO 89.5 FM

- **Volantes:** se repartirán por todo el municipio de Caucasia por 5 personas, cada uno contara con 100 volantes para repartir en áreas específicas para un total de 500 volantes el día de lanzamiento.
- **Tarjetas:** personales se distribuirán a nivel interno y a los clientes reales de la empresa, se compraran por paquetes de 500 unidades.

- **Vallas:** estarán ubicadas estratégicamente en dos puntos claves del municipio de Caucasia.
- **Publicidad móvil:** esta estrategia publicitaria resultara muy interesante ya que es una forma muy atractiva de atraer nuevos clientes reales y potenciales. Consiste en que un carro valla circule por las diferentes calles de Caucasia transmitiendo la inauguración del nuevo lavadero de motos SLI

4.8 PRECIO DE LOS PRODUCTOS

Cuadro 7 precio de los productos

Servicio	precio
lavado moto	3000
petrolizado	1000
Brillada	1000

4.8.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los servicios.

Cuadro 8 factores que influyen en la toma de precio

Precio de la competencia
Calidad del servicio
Servicio al cliente
Grado de innovación
Servicio personalizado

4.8.2 Precio de los productos propuestos

Cuadro 9 precio de los productos propuestos

Servicio	precio
lavado moto	3000
petrolizado	1000
Brillada	1000

4.8.3 Política de precios

La política de los precios es estandarizada, es decir que los precios de los servicios no variaran ya que estos fueron tomados de acuerdo a estudios financieros. El precio de un servicio de lavado es de \$3000, el de brillada y petrolizada es de \$1000 cada uno

4.8.4 Costos asociados a la actividad de comercialización

Los costos asociados a la actividad de comercialización serán la nomina de las operarias, del asistente y el precio de los insumos de aseo.

Costos asociados a la comercialización.

Cuadro 10 Costos asociados a la comercialización

insumos	504.933
operarios	4.168.205
asistente	832.197

4.9 MATRIZ DOFA

Cuadro 11 matriz Dofa

fortaleza	Oportunidad	Debilidad	Amenaza
Fortalezas	Aceptación por parte de la comunidad	Falta de capital	Creación de competencia directa
Únicos en el mercado	Crecimiento del n° de motos en el municipio	Poco personal idóneo	Poca aceptación por parte de los motociclistas
Buen servicio al cliente			Poco posicionamiento en el mercado
Calidad de los servicios			

4.10 PLAN DE VENTAS

Cuadro 12 planes de ventas

plan de ventas			
Servicio	precio	cantidad	total
lavado moto	3000	2500	7500000
Petrolizado	1000	1400	1400000
Brillada	1000	1300	1300000
otros ingresos			

concepto		precio mensual	total
arriendo kiosco		600000	7200000

total ingresos	
Año	ingresos
1	129600000
2	142200000
3	163152000
4	195366600
5	243730080

5. ASPECTOS DE PRODUCCION

5.1 OBJETIVOS DE PRODUCCION

- **Corto plazo**
 - Optimizar el proceso de producción a través de un sistema de logística operacional.
 - Organizar la distribución de planta a través de sistema logístico operacional.
 - Elaborar tablas de costos de producción a través de un estudio técnico
 - Implementar sistema de registro para solicitud del servicio a través de una base de datos.
 - Supervisar y controlar la calidad de los servicios a través de estándares de operación
 - Sistematizar los servicios a través un software de operación
- **Mediano plazo**
 - Estandarizar métodos y tiempos de producción a través de un estudio técnico y de producción
 - Elaborar formatos de registro y control de producción a través del software de operación.
 - Crear manual de funciones de empleados
 - Implementar el reglamento interno de trabajo a través de políticas de funciones.

- **Largo plazo.**
- Ampliar la capacidad instalada de la empresa a través de la compra de mas equipos
- Renovar la tecnología a través de actualización de maquinaria y equipo.
- Garantizar la calidad de los servicios a través de estándares de excelencia en servicios.

5.2 DESCRIPCION DEL PROCESO DE PRODUCCION

Cuadro 13 descripciones proceso de producción

PROCESO DE LAVADO DE MOTOS		
1	REGISTRO CLIENTE	
2	ORDEN DEL SERVICIO	
3	ZONA RECEPCION	
4	PROGRAMACION SERVICIO	
5	LAVADO	
6	BRILLADO Y ENCERADO	
7	SUPERVISION DE CALIDAD	
8	ZONA DE ENTREGA	
9	CONFIRMACION DE ENTREGA	

10	FACTURACION Y COBRO	
11	ENTREGA AL CLIENTE	

5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCION

La capacidad de producción mensual será la siguiente:

Cuadro 14 Capacidad de producción mensual

Servicio	precio	Cantidad mensual
lavado moto	3000	4000
petrolizado	1000	3000
Brillada	1000	2000

5.4 PLAN DE PRODUCCION

Cuadro 15 Plan de producción

Servicio	precio	Cantidad mensual	total
lavado moto	3000	3500	10500000
petrolizado	1000	2500	2500000
Brillada	1000	1700	1700000

5.5 RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCION

5.5.1 Recursos de materiales e insumos producción

- **Los insumos necesarios en el área de producción son los siguientes:**

- Jabón
- A.c.p.m
- Silicona
- Trapos
- Estopas
- Baldes

5.5.2 Recurso humano de producción

El personal necesario para el área de producción será el siguiente:

Cuadro 16 Personal producción

CANTIDAD	CARGO	ACTIVIDAD	SUELDO c/u
5	operarias	Lavado, brillado y petrolizado de motos	496.900
1	asistente	Manejo de bombas	496.900

5.5.3 Locaciones

La empresa SLI se encontrara en Caucaasia, en la troncal calle 20 vía Medellín, este local se da por arriendo con un valor mensual de \$1.2000.000, en este lugar se harán remodelaciones por un valor de \$ 25.394.600. Se instalaran adecuaciones hidráulicas, eléctricas y comunicaciones.

5.5.4 Requerimiento de equipo, maquinaria, muebles y enseres

Cuadro 17 requerimientos de equipo, maquinaria, muebles y enseres

Cant.	ACTIVO	Vr. UNITARIO.	Vr. TOTAL
2	bombas a presión	2.000.000	4.640.000
1	bomba sencilla	150.000	174.000
2	Pistolas	60.000	139.200
1	manguera (100m)	83.000	96.280

5.5.5 Requerimiento de materiales e insumos

Cuadro 18 requerimientos de materiales e insumos

insumo	Cantidad mensual	Valor unitario	Total mes
Jabón Fab	234 u	\$1.300	\$ 304.200
Desinfectante	12 u	\$ 6.900	\$ 82.800
Cloro	2 u	\$7.800	\$ 15.600

Acpm	4 galones	\$ 6.500	\$ 26.000
Jabón Fab	234 u	\$1.300	\$ 304.200
silicona	8 u	\$16.000	\$128000
Total	\$712.600		

5.5.6 Requerimiento de servicio

Cuadro 19 requerimientos de servicio

Servicio	Proveedor	Precio
Agua y alcantarillado	Aguascol	178000
Luz	EPM	240000
Teléfono e Internet	Edatei	115000

5.6 PROGRAMA DE PRODUCCION

Actividades pre operativas

Cuadro 20 actividades pre operativas

Actividad	Febrero de 2010	Marzo de 2010	Responsable
Contacto de proveedor	Primera semana de febrero		Judis Tirado
Compra de maquinaria, insumos y equipos	Segunda semana de febrero		Alexandra Díaz
Arriendo de local	Tercera semana de febrero		Judis Tirado

Adecuación del lavadero		Primera semana de marzo	Oficial de construcción
-------------------------	--	-------------------------	-------------------------

Actividades operativas

Cuadro 21 actividades pre operativas

Actividad	Marzo 2010	Abril 2100	Responsable
Contratación de personal	Segunda semana de marzo		Judis Tirado
Capacitación del personal	Tercera semana de marzo		Técnico en maquinaria (de la ferretería que vende los productos)
Instalación de la maquinaria y equipo		Primera semana de abril	Técnico en maquinaria (de la ferretería que vende los productos)
Inicio de actividad laboral		Tercera semana de abril	Personal laboral y administrativo.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 PROCESOS ADMINISTRATIVOS

La empresa SLI maneja un proceso de control y organización logístico, legal y productivo, de esta manera se puede llevar coordinación en todas las áreas correspondientes, para la supervisión de todos los movimientos que haga la empresa.

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Administración:

Gerencia, control y manejo de los procesos de la empresa para cada una de las áreas y personal de trabajo, es función del administrador, quien tomara las decisiones y correctivos en la empresa. Sus funciones serán en base a los análisis que este realice periódicamente, preferiblemente la evaluación será mensual.

Manejo contable:

Será realizado mensualmente por una contadora que será contratada por el mecanismo de prestación de servicios, se encargara de realizar el cierre de mes, los balances la liquidación y nomina entre otros procesos contables.

Ventas:

Diseño de planes de marketing, planes estratégicos y estrategias para la comercialización de los servicios a cargo del gerente.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

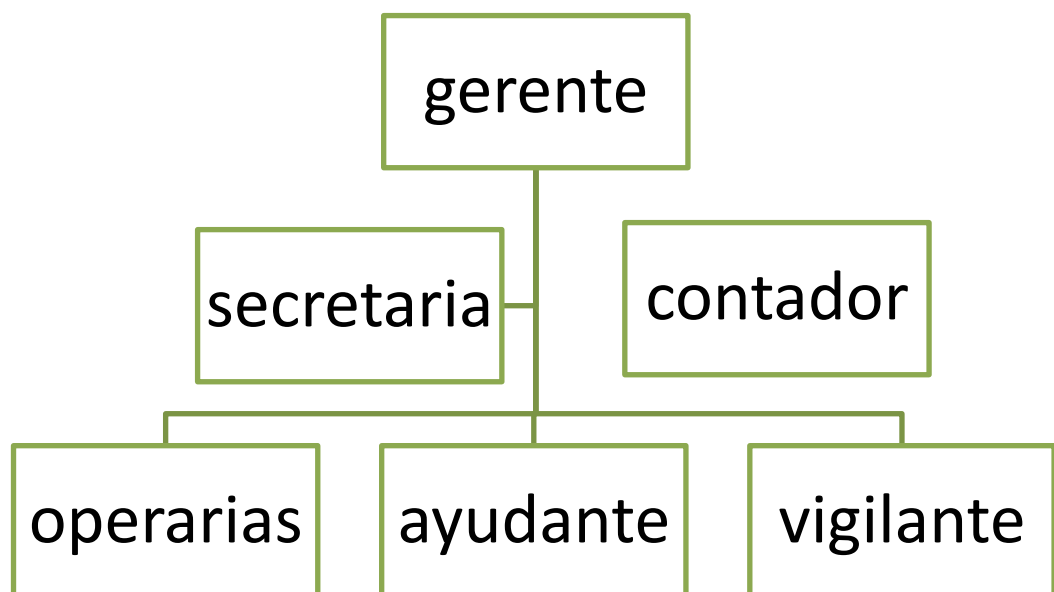
El único proceso administrativo externalizado de la empresa SLI, será el de contabilidad.

Cuadro 22 proceso administrativo externalizado

Proceso	Proveedor	Costo
Contabilidad mensual	Oscar Garay	\$300.000

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la organización

Administrador:

Dirigir, coordinar, supervisar y acompañar todos los procesos y actividades en la empresa. Es el encargado de gestionar y llevar a cabo con todas las áreas de la empresa, las distintas actividades operativas y administrativas de la empresa.

Secretaria:

Responsable de responder a las actividades impuestas por la gerencia, tales como la recepción de llamadas, manejo de informes, control de actividades, control de la agenda, actualizar la información de los clientes y demás labores necesarias.

Operarias:

Responsables de prestar los servicios que brinda la empresa, deberán velar por el buen cumplimiento de su deber y por el cuidado de las motocicletas que tengan a cargo

Ayudante:

Responsable del manejo de las maquinas de lavado de motos, también ayudara a prestar los servicios que brinda la empresa en caso que las operarias se encuentren ocupadas y no puedan atender a un cliente.

Vigilante:

Su trabajo será cuidar las pertenencias de la empresa y velar por la seguridad de clientes y personal de trabajo.

6.3 RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACION

6.3.1 Locaciones

La empresa SLI se encontrara en Cauca, en la troncal calle 20 vía Medellín, este local se da por arriendo con un valor mensual de \$1.2000.000, en este lugar se harán remodelaciones por un valor de \$ 25.394.600. Se instalaran adecuaciones hidráulicas, eléctricas y comunicaciones. La oficina del administrador estará ubicada dentro del lavadero y allí se instalaran los equipos de oficina y cómputo.

6.3.2 Requerimiento de equipo, software, muebles y enseres

Cuadro 23 requerimientos de equipo, software, muebles y enseres

1	Escritorio	380.000	440.800
3	sillas rimas	20.000	69.600
1	Ventilador	150.000	174.000
1	computador de mesa	990.000	1.148.400
1	Cafetera	120.000	139.200
1	Software de manejo operacional	150.000	150.000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina

Cuadro 24 requerimientos de materiales de oficina

producto	Cantidad	Proveedor	Precio unitario	Precio total
Regla	1	Papelería real la	\$ 600	\$600
Resma carta	1 caja	Papelería real la	\$ 8.500	\$8500
Grapas	1 caja	Papelería real la	\$ 22.000	\$22.000
Grapadora	1	Papelería real la	\$ 11.000	\$11.000
Chinchés	1 caja	Papelería real la	\$2.500	\$2.500
saca grapa	1	Papelería real la	\$ 1.200	\$1.200
sacapuntas	1 caja	Papelería real la	\$ 4.800	\$ 4.800
Cinta	1	Papelería real la	\$ 1.500	\$ 1.500
Lápiz	1 caja	Papelería real la	\$ 4.800	\$ 4.800
Lapicero	1 caja	Papelería real la	\$ 9.000	\$ 9.000
Borrador	1 caja	Papelería real la	\$ 4.500	\$ 4.500
teléfono	1	Papelería real la	\$ 36.000	\$ 36.000

6.3.4 Requerimiento de servicios

Los servicios son compartidos con el área de producción.

6.3.5 Requerimiento de personal

Cuadro 25 requerimientos de personal

Cargo	Perfil	Salario
Gerente o administrador	Administrador de empresa Gerente general	\$ 700.000
Secretaria	Secretariado ejecutivo contable	\$ 496.900

6.4 PROGRAMA DE ADMINISTRACION

Procesos pre operativos

Convocatoria de personal que trabajara en la empresa.

Selección del personal de trabajo.

Capacitación del personal.

Contratar los servicios contables a terceros.

Contacto con los proveedores de maquinaria, insumos y materiales.

Compra de materiales, muebles y enseres.

Cuadro 26 actividades pre operativa

Actividad	Mayo 2010	Junio 2010	Responsable
Convocatoria de personal	Primera semana de mayo		Alexandra Díaz
Contratación del personal de trabajo	Segunda semana de mayo		Judis Tirado
Capacitación de personal	Tercera semana de mayo		Alexandra Díaz
Contratación de servicio externalizado de contabilidad		Primera semana de junio	Judis Tirado

Actividad operativa

Cuadro 27 actividad operativa

Actividad	Junio 2010	Julio 2010	responsable
Manejo de venta	Segunda semana de junio		Alexandra Díaz
Manejo financiero y contable	tercera semana de junio		Judis Tirado
Comercialización de los servicios de lavado, brillado y petrolizado	cuarta semana de junio		Alexandra Díaz

Evaluación de los servicios		Primera semana de julio	Judis Tirado
-----------------------------	--	-------------------------	--------------

7. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

7.1 TIPO DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

La empresa de servicio integral de lavado de motos se creara a través de una sociedad limitada, conformada por 2 socios.

La razón social será SLI Ltda.

7.2 CERTIFICADOS Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PÚBLICAS

Las certificaciones a tramitar para la conformación legal de la empresa serán las siguientes:

PASOS PARA CREAR UNA EMPRESA:

EN CAMARA DE COMERCIO

VERIFICAR EL NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.

- En el puesto de información de cualquiera de las Sedes de la Cámara de Comercio, puede realizar la consulta de nombres.

Una vez aprobado el nombre pase a hacer lo siguiente:

ELABORAR LA MINUTA CON EL SIGUIENTE CONTENIDO BÁSICO:

- Los datos de los socios constituyentes: nombres completos, cédulas, nacionalidad, estado civil y domicilio.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.

- El domicilio de la sociedad y de las sucursales que se establezcan.
- El negocio de la sociedad (objeto social), enunciando en forma clara y completa las actividades principales.
- El capital social pagado por cada socio. Si es una sociedad por acciones se deberá expresar el capital suscrito y pagado, la forma como se cancelarán las cuotas y el valor nominal de las acciones representativas del capital. (ver paso uno).
- Se debe expresar como se administrará la sociedad, las facultades de los administradores, las asambleas y juntas de los socios, según lo establecido legalmente para cada tipo de sociedad (para mayor información vea el código de comercio).
- Los días y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios ya sea de manera ordinaria o extraordinaria, y la forma como se decidirá en un determinado asunto.
- Las fechas en que se deben hacer los balances generales y como se distribuirán las utilidades, así como también la reserva legal.
- La duración de la empresa y sus causales para disolverla, y la forma de liquidarla.
- Establecer el representante legal de la sociedad con su domicilio, sus facultades y obligaciones.

IR A LA NOTARÍA:

REALIZAR EL PAGO DEL IMPUESTO DE REGISTRO SOBRE LA ESCRITURA:

ADQUIRIR EL FORMULARIO DE MATRÍCULA MERCANTIL:

Adquirir en la Cámara de Comercio el formulario de Matrícula Mercantil “Sociedades Comerciales”, el cual tiene un costo de \$3.500, posteriormente debe presentar en la ventanilla de la Cámara de Comercio lo siguiente:

- El formulario de matrícula mercantil diligenciando.
- Dos copias autenticadas de la escritura pública de constitución de la sociedad, en la que debe aparecer el nombramiento del representante legal. En el caso de ser empresa unipersonal, el documento privado sino se constituyó por escritura pública.
- Recibo de pago del impuesto de Registro expedido por Rentas Departamentales.
- Carta de cada una de las personas nombradas, como: representantes legales, junta directiva y revisor fiscal cuando sea el caso.
- Documento de identificación del representante legal.
- Permiso de funcionamiento de la sociedad, en caso de hallarse sujeta a vigilancia estatal.
- En caso de aporte de inmuebles al capital social, acreditar el pago del impuesto de anotación y registro (boleta de rentas).
- Solicitar en la taquilla de la Cámara de Comercio el valor de la liquidación de los derechos de matrícula.
- Cancelar los derechos de matrícula. Al momento del pago le entregarán un recibo con el cual podrá reclamar el certificado de su matrícula, así como las copias de los formularios, las escrituras y las cartas de aceptación.
- Obtener copia del certificado de existencia y representación legal de la sociedad.
- Luego de haber realizado la inscripción, usted podrá solicitar a la Cámara de Comercio, el certificado de existencia y representación, es un documento que le permite al comerciante o sociedad realizar algunos trámites (inscripción ante la administración de impuestos, industria y comercio, etc.) o simplemente acreditar su matrícula en el registro mercantil.

REGISTRO DE LIBROS DE COMERCIO:

Están compuestos por los libros de contabilidad, libros de actas, libros de registro de aportes, comprobantes de las cuentas, los soportes de contabilidad y la correspondencia relacionada con sus operaciones.

Una vez matriculada la sociedad o empresa, el propietario de esta o el representante legal debe presentar y solicitar el registro de los libros de comercio, con carta dirigida a la Cámara de Comercio y diligenciar el formulario de solicitud respectivo. Los libros son los siguientes:

- Libro auxiliar: se lleva para registrar detalladamente en orden cronológico las cuentas principales, totalizando débitos, créditos y saldo que pasa al final de cada período al libro diario y al libro mayor, este libro no requiere ser registrado en la Cámara de Comercio.
- Libro caja – diario: en este libro se pasan las operaciones contables en orden cronológico, en forma individual o por resúmenes que no excedan de un mes.
- Libro mayor: en este libro se pasan las operaciones por cuentas utilizando el sistema de partida doble; permitiendo establecer el resumen mensual de todas las operaciones para cada cuenta.
- Libro inventario y balance: se debe hacer un inventario y un balance general al iniciar sus actividades y por lo menos una vez cada año para conocer en forma clara y completa la situación del patrimonio.
- Libro de accionistas: en él se escriben las acciones, anotando el título, el número y la fecha de inscripción, al igual que los cambios de propietario.
- Libro de actas: los libros de actas pueden ser de dos clases: libros de actas de asamblea de socios y libro de acta de junta directiva. El primero lo deben llevar todas las sociedades, el segundo solo en las que posean junta directiva.

En los libros de actas, deben anotarse en orden cronológico las actas de las reuniones, las cuales deberán ser firmadas por el secretario y presidente de la reunión.

La primera hoja de cada libro debe presentarse rotulados (marcados) a lápiz en la parte superior con el nombre de la sociedad y la destinación que se dará a cada libro, así como numerarse consecutivamente y no tener ningún registro contable.

Los pasos a seguir en la Cámara de Comercio:

- Llevar el formato, la carta y los libros en cualquier taquilla de la Cámara de Comercio.
- Pagar los derechos de inscripción de los libros. Al momento de cancelar le entregarán el recibo de pago con el cual podrá reclamar los libros registrados, en la fecha que allí se indica.
- Cuando le entreguen los libros, verifique que la primera página de cada libro registrado este sellado por la Cámara de Comercio y rubricadas todas las demás.

IR A LA DIAN:

Ir a la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), para que obtenga el número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales. Para este número de identificación, el cual es expedido en una tarjeta, se debe realizar el trámite

correspondiente en la DIAN, que se encuentre en el municipio donde se está domiciliado. Pasos a seguir:

- Con el certificado de existencia y representación que solicite en la Cámara de Comercio, diríjase a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros:
 - Asignación de NIT
 - Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
 - Una vez adquirido y diligenciado el formulario, preséntese ante la DIAN, con los siguientes documentos:
 - Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
 - Copia de la escritura pública de constitución.
 - Certificado de existencia y representación, expedido por la Cámara de Comercio, con fecha no mayor a tres meses antes de su presentación.
 - Fotocopia de la cédula del representante legal.

El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Los responsables del régimen simplificado no tienen obligación de declarar el IVA, los responsables del régimen común deben hacerlo bimestralmente en las fechas que indique el calendario tributario, el cual puede adquirir directamente en la DIAN.

Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, usted puede solicitar el formulario para que la DIAN le autorice la numeración para las facturas que usará en su negocio.

AFILIACIÓN A LA ASEGURADORA DE RIESGOS PROFESIONALES (ARP):

RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL.

FONDO DE PENSIONES Y CESANTÍAS Y APORTES PARAFISCALES

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

8.1.1 Recursos propios del negocio

Los socios de la empresa no poseen capital alguno para la inversión inicial por lo tanto se hará un préstamo equivalente al monto inicial necesario.

8.1.2 Créditos bancarios

Cuadro 28 crédito bancario

No de Cuota	Préstamo	Cuota fija	Intereses	Abono a capital	Saldo
0	68.045.827				68.045.827
1		1.863.909	1.224.825	639.084	67.406.743
2		1.863.909	1.213.321	650.588	66.756.155
3		1.863.909	1.201.611	662.298	66.093.857
4		1.863.909	1.189.689	674.220	65.419.637
5		1.863.909	1.177.553	686.356	64.733.282
6		1.863.909	1.165.199	698.710	64.034.572
7		1.863.909	1.152.622	711.287	63.323.285
8		1.863.909	1.139.819	724.090	62.599.195
9		1.863.909	1.126.786	737.123	61.862.072
10		1.863.909	1.113.517	750.392	61.111.680
11		1.863.909	1.100.010	763.899	60.347.781
12		1.863.909	1.086.260	777.649	59.570.132
13		1.863.909	1.072.262	791.647	58.778.486
14		1.863.909	1.058.013	805.896	57.972.590
15		1.863.909	1.043.507	820.402	57.152.187
16		1.863.909	1.028.739	835.170	56.317.018
17		1.863.909	1.013.706	850.203	55.466.815

18		1.863.909	998.403	865.506	54.601.309
19		1.863.909	982.824	881.085	53.720.223
20		1.863.909	966.964	896.945	52.823.278
21		1.863.909	950.819	913.090	51.910.188
22		1.863.909	934.383	929.526	50.980.662
23		1.863.909	917.652	946.257	50.034.405
24		1.863.909	900.619	963.290	49.071.116
25		1.863.909	883.280	980.629	48.090.487
26		1.863.909	865.629	998.280	47.092.207
27		1.863.909	847.660	1.016.249	46.075.957
28		1.863.909	829.367	1.034.542	45.041.415
29		1.863.909	810.745	1.053.164	43.988.252
30		1.863.909	791.789	1.072.120	42.916.131
31		1.863.909	772.490	1.091.419	41.824.713
32		1.863.909	752.845	1.111.064	40.713.649
33		1.863.909	732.846	1.131.063	39.582.585
34		1.863.909	712.487	1.151.422	38.431.163
35		1.863.909	691.761	1.172.148	37.259.015
36		1.863.909	670.662	1.193.247	36.065.768
37		1.863.909	649.184	1.214.725	34.851.043
38		1.863.909	627.319	1.236.590	33.614.453
39		1.863.909	605.060	1.258.849	32.355.604
40		1.863.909	582.401	1.281.508	31.074.096
41		1.863.909	559.334	1.304.575	29.769.520
42		1.863.909	535.851	1.328.058	28.441.463
43		1.863.909	511.946	1.351.963	27.089.500
44		1.863.909	487.611	1.376.298	25.713.202
45		1.863.909	462.838	1.401.071	24.312.131
46		1.863.909	437.618	1.426.291	22.885.840
47		1.863.909	411.945	1.451.964	21.433.876
48		1.863.909	385.810	1.478.099	19.955.777
49		1.863.909	359.204	1.504.705	18.451.072
50		1.863.909	332.119	1.531.790	16.919.282
51		1.863.909	304.547	1.559.362	15.359.920
52		1.863.909	276.479	1.587.430	13.772.490
53		1.863.909	247.905	1.616.004	12.156.486
54		1.863.909	218.817	1.645.092	10.511.393
55		1.863.909	189.205	1.674.704	8.836.689
56		1.863.909	159.060	1.704.849	7.131.841
57		1.863.909	128.373	1.735.536	5.396.305
58		1.863.909	97.133	1.766.776	3.629.529
59		1.863.909	65.332	1.798.577	1.830.952
60		1.863.909	32.957	1.830.952	0

Liquidación del crédito	Tasa de Interés efectiva mensual	Factor	Cuota	Total primer año intereses	Total segundo año intereses	Total tercer año intereses	Total cuarto año intereses	Total quinto año intereses
68.045.827	1,80%	0,02739197	1.863.909	13.891.214	11.867.891	9.361.560	6.256.917	2.411.131

8.2 INGRESOS Y EGRESOS

8.2.1 Ingresos propios del negocio

Cuadro 29 ingresos

plan de ventas			
servicio	Precio	cantidad	total
lavado moto	3000	2500	7500000
petrolizado	1000	1400	1400000
brillada	1000	1300	1300000
Total mensual	10200000		

otros ingresos		
concepto	precio mensual	total
arriendo kiosco	600000	7200000

Total ingresos anual.

Año	ingresos
1	129600000
2	142200000
3	163152000
4	195366600
5	243730080

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Cuadro 30 activos fijos

Can	ACTIVO	Vr. UNITARIO.	Vr. TOTAL	Depreciación (años)
2	bombas a presión	2.000.000	4.640.000	10
1	bomba sencilla	150.000	174.000	3
1	escritorio	380.000	440.800	5
3	sillas rimas	20.000	69.600	5
1	ventilador	150.000	174.000	3
1	computador de mesa	990.000	1.148.400	3
1	cafetera	120.000	139.200	3
2	pistolas	60.000	139.200	5
1	manguera (100m)	83.000	96.280	5
TOTAL ACTIVOS FIJOS			7.021.480	

Cuadro 31 gastos pre operativos o inversiones diferidas

GASTO	Vr. TOTAL	Diferido (años)
Registro Cámara de Comercio	1.500.000	1
Mejoras local	25.394.600	1
Registro Notaría	300.000	1
publicidad	3.000.000	
Papelería	196.900	1
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	30.391.500	

Cuadro 32 capitales de trabajo

El capital de trabajo será lo necesario para cancelar TRES meses de costos y gastos		
Capital de trabajo	30.632.847	

8.2.2.2 Costos

Cuadro33 costos variables

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Material de limpieza equipos	10.833	129.996	137.796	146.064	154.827	164.117
insumos	504.933	6.059.196	6.422.748	6.808.113	7.216.599	7.649.595
operarios	4.168.205	50.018.460	53.019.568	56.200.742	59.572.786	63.147.153
asistente	832.197	9.986.364	11.308.148	12.099.718	12.946.698	13.852.967
TOTAL COSTOS VARIABLES	5.516.168	66.194.016	70.888.259	75.254.636	79.890.911	84.813.833

Cuadro 34 COSTOS FIJOS

CONCEPTO	VR. TOTAL MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios públicos	533.000	6.396.000	6.779.760	7.186.546	7.617.738	8.074.803
Arrendamiento	1.200.000	14.400.000	15.264.000	16.179.840	17.150.630	18.179.668
Administrador	992.564	11.910.768	12.625.414	13.382.939	14.185.915	15.037.070
vigilante	832.197	9.986.364	10.585.546	11.220.679	11.893.919	12.607.554
contador	300.000	3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917
secretaria	837.020	10.044.240	10.646.894	11.285.708	11.962.851	12.680.622
TOTAL COSTOS FIJOS	4.694.781	56.337.372	59.717.614	63.300.671	67.098.711	71.124.634

8.2.2.3 Gastos administrativos y legales

Cuadro 35 gastos administrativos y legales

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios públicos	6.396.000	6.779.760	7.186.546	7.617.738	8.074.803
Arrendamiento	14.400.000	15.264.000	16.179.840	17.150.630	18.179.668
Secretaria	10.044.240	10.646.894	11.285.708	11.962.851	12.680.622
Administrador	11.910.768	12.625.414	13.382.939	14.185.915	15.037.070
Asesoría contable	3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917
depreciación	1.158.376	1.158.376	1.158.376	613.176	613.176
impuesto por pagar	-12.662.918	-501.249	4.926.865	14.527.410	29.668.557
TOTAL COSTOS FIJOS	34.846.466	49.789.195	58.165.233	70.345.378	88.798.813

8.2.2.4 Gastos distribución y ventas

Cuadro 36 gastos distribución venta

insumos	504.933
operarios	4.168.205
asistente	832.197

Cuadro 37 Gasto amortización de diferidos

GASTO	Vr. TOTAL	Diferido (años)	abono	saldo activo
Registro Cámara de Comercio	1.500.000	1	1.500.000	0
Mejoras local	25.394.600	1	25.394.600	0
Registro Notaría	300.000	1	300.000	0

publicidad	3.000.000		3.000.000	0
Papelería	196.900	1	196.900	0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	30.391.500		30.391.500	0

8.2.2.5 Gastos financieros

Cuadro 38 Gastos financieros

Liquidación del crédito	Tasa de Interés efectiva mensual	Factor	Cuota	Total primer año intereses	Total segundo año intereses	Total tercer año intereses	Total cuarto año intereses	Total quinto año intereses
68.045.827	1,80%	0,02739197	1.863.909	13.891.214	11.867.891	9.361.560	6.256.917	2.411.131
Total primer año Préstamo	Total segundo año Préstamo	Total tercer año préstamo	Total cuarto año Préstamo	Total quinto año Préstamo				
8.475.695	10.499.017	13.005.348	16.109.991	19.955.777				

8.3 ESTADOS FINANCIEROS

8.3.1 Flujo de caja

Cuadro 39 Flujo caja

ENTRADAS DE EFECTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja		30.632.847	15.334.551	17.224.687	19.955.721	41.038.926
Ventas de Contado		129.600.000	142.200.000	163.152.000	195.366.600	243.730.080
Cobro de Cartera						
Venta de Activos						
Préstamo	68.045.827					
Aportes Socios	0					
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	68.045.827	160.232.847	157.534.551	180.376.687	215.322.321	284.769.006
SALIDAS DE EFECTIVO						
Compras de Contado		66.194.016	70.888.259	75.254.636	79.890.911	84.813.833
Gastos de Contado		56.337.372	59.717.614	63.300.671	67.098.711	71.124.634
Pago Interés de Préstamos		13.891.214	11.867.891	9.361.560	6.256.917	2.411.131
Impuestos		0	-12.662.918	-501.249	4.926.865	14.527.410
abono capital		8.475.695	10.499.017	13.005.348	16.109.991	19.955.777
Inversión temporales						
Inversiones Permanentes						
Inversiones del Proyecto	37.412.980					
TOTAL SALIDAS EN EFECTIVO	37.412.980	144.898.296	140.309.864	160.420.966	174.283.396	192.832.785

DIFERENCIA ENTRADAS Y SALIDAS	30.632.847	15.334.551	17.224.687	19.955.721	41.038.926	91.936.221
-------------------------------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

8.3.2 Estado de resultados

Cuadro 40 Estado de resultado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas	129.600.000	142.200.000	163.152.000	195.366.600	243.730.080
Costo de Venta	66.194.016	70.888.259	75.254.636	79.890.911	84.813.833
Utilidad bruta en Ventas	63.405.984	71.311.741	87.897.364	115.475.689	158.916.247
Gastos de Operación, administración y de Ventas	56.337.372	59.717.614	63.300.671	67.098.711	71.124.634
Depreciación	1.158.376	1.158.376	1.158.376	613.176	613.176
gastos preoperativos	30.391.500				
Utilidad Operacional (UAI)	-24.481.264	10.435.751	23.438.317	47.763.801	87.178.437
Gastos Financieros	13.891.214	11.867.891	9.361.560	6.256.917	2.411.131
Utilidad antes de impuestos	-38.372.478	-1.432.141	14.076.756	41.506.884	84.767.306
Impuestos (35%)	-12.662.918	-501.249	4.926.865	14.527.410	29.668.557
Utilidad Neta	-25.709.560	-930.891	9.149.892	26.979.475	55.098.749

8.3.3 Balance general

Cuadro 41 balance general

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
CORRIENTE						
Efectivo	30.632.847	15.334.551	17.224.687	19.955.721	41.038.926	91.936.221
Cuentas por Cobrar	0					
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	30.632.847	15.334.551	17.224.687	19.955.721	41.038.926	91.936.221
FIJOS						
Muebles y Enseres	510.400	510.400	408.320	306.240	204.160	102.080
Equipo de Computo y maquinaria	6.511.080	6.511.080	5.454.784	4.398.488	3.342.192	2.831.096
Depreciación Acumulada	0	1.158.376	1.158.376	1.158.376	613.176	613.176
TOTAL ACTIVO FIJO	7.021.480	5.863.104	4.704.728	3.546.352	2.933.176	2.320.000
OTROS ACTIVOS						
Diferidos	30.391.500	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS ACTIVOS	30.391.500	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	68.045.827	21.197.655	21.929.415	23.502.073	43.972.102	94.256.221
PASIVO						
CORRIENTE						
Obligaciones financieras	68.045.827	59.570.132	49.071.116	36.065.768	19.955.777	
Proveedores		0				
Impuestos por pagar		-12.662.918	-501.249	4.926.865	14.527.410	29.668.557

Pasivos Laborales	0	0	0	0		
TOTAL PASIVO CORRIENTE	68.045.827	46.907.215	48.569.866	40.992.633	34.483.186	29.668.557
TOTAL PASIVO	68.045.827	46.907.215	48.569.866	40.992.633	34.483.186	29.668.557
PATRIMONIO						
Capital	0	0	0	0	0	0
Utilidades del Ejercicio		-25.709.560	-930.891	9.149.892	26.979.475	55.098.749
Utilidades Acumuladas	0	0	-25.709.560	-26.640.451	-17.490.560	-9.488.915
TOTAL PATRIMONIO	0	-25.709.560	-26.640.451	-17.490.560	9.488.915	64.587.664
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	68.045.827	21.197.655	21.929.415	23.502.073	43.972.102	94.256.221

0 0 0 0 0 0

8.4 EVALUACION FINANACIERA DEL PROYECTO

8.4.1 Valor presente neto

Valor Presente Neto	\$ 438.252
---------------------	------------

El valor presente neto representa la producción de la inversión en el proyecto al día de hoy.

8.4.2 Tasa interna de retorno

Tasa Interna de Retorno			70%
-------------------------------	--	--	-----

La tasa interna del retorno es el porcentaje de rentabilidad de la inversión del proyecto, este se calcula de acuerdo al V.P.N

8.4.3 Indicadores financieros

INDICADOR	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RAZÓN CORRIENTE	Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente	Activo Corriente
	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente
RAZÓN CORRIENTE	30.632.847	15.334.551	17.224.687	19.955.721	41.038.926	91.936.221
	68.045.827	46.907.215	48.569.866	40.992.633	34.483.186	29.668.557
RAZÓN CORRIENTE	0,45	0,33	0,35	0,49	1,19	3,10

En el año cero por cada peso que la empresa deba dispondrá de \$0.45 para pagarlo. En el primer año por cada peso que se deba se contará con \$0.33 para cubrir la deuda. En el segundo año por cada peso que se deba la empresa tendrá \$0.35 para responder por la obligación financiera. Para el periodo del tercer año por cada peso que la empresa adeude contará con \$0.49 para pagar, para el cuarto año por cada peso que la empresa deba dispondrá de \$1.19 para cancelar y en el quinto año por cada peso que la empresa deba tendrá \$3.10 para pagar

PRUEBA ACIDA	Activo Cte. - Inventarios	Activo Cte. - Inventarios	Activo Cte. - Inventarios	Activo Cte. - Inventarios	Activo Cte. - Inventarios	Activo Cte. - Inventarios
	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente	Pasivo Corriente
PRUEBA ACIDA	30.632.847	15.334.551	17.224.687	19.955.721	41.038.926	91.936.221
	68.045.827	46.907.215	48.569.866	40.992.633	34.483.186	29.668.557
PRUEBA ACIDA	0,45	0,33	0,35	0,49	1,19	3,10

En el año cero por cada peso que la empresa deba dispondrá de \$0.45 para pagarlo. En el primer año por cada peso que se deba se contara con \$0.33 para cubrir la deuda. En el segundo año por cada peso que se deba la empresa tendrá \$0.35 para responder por la obligación financiera. Para el periodo del tercer año por cada peso que la empresa adeude contara con \$0.49 para pagar, para el cuarto año por cada peso que la empresa deba dispondrá de \$1.19 para cancelar y en el quinto año por cada peso que la empresa deba tendrá \$3.10 para pagar la empresa no maneja inventarios.

RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	Utilidad Neta*100	Utilidad Neta*100	Utilidad Neta*100	Utilidad Neta*100	Utilidad Neta*100	Utilidad Neta*100
	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	0	- 25.709.560	-930.891	9.149.892	26.979.475	55.098.749
	0	- 25.709.560	- 26.640.451	- 17.490.560	9.488.915	64.587.664
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	0	100,00	-3,49	-52,31	284,33	85,31

En el año cero el patrimonio no tiene rendimiento por lo tanto los socios no tendrán utilidades, en el año uno el porcentaje de utilidad será del 0%, para el año dos se tendrán un porcentaje de -3.49%, para el tercer año el porcentaje de utilidad será -52.31% esto indica que en los tres primeros años los socios no

tendrán utilidad, en el año cuatro la utilidad que le quedara a los socios será de 284,33% y en el quinto año el porcentaje de utilidad será de 85.31%

RENDIMIENTO BRUTO EN VENTAS	Utilidad Bruta	Utilidad Bruta	Utilidad Bruta	Utilidad Bruta	Utilidad Bruta	Utilidad Bruta
	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas	Ventas
RENDIMIENTO BRUTO EN VENTAS	0	-38.372.478	-1.432.141	14.076.756	41.506.884	84.767.306
	0	129.600.000	142.200.000	163.152.000	195.366.600	243.730.080
RENDIMIENTO BRUTO EN VENTAS	0,00	-29,61	-1,01	8,63	21,25	34,78

En el año cero no hay ventas por lo tanto no hay rendimiento bruto de estas, para el año cero la empresa no podrá disponer de un porcentaje de la utilidad bruta en ventas para efectos de gastos por que el porcentaje es negativo de -29.61%, para el segundo año el porcentaje también será negativo de -1.01%. En el tercer año el porcentaje con el que la empresa podrá disponer para gastos legales de la utilidad bruta será de 8.63%, en el cuarto el porcentaje será de 21.25%

RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN	Utilidad	Utilidad	Utilidad	Utilidad	Utilidad	Utilidad
	Pas Largo P.+Patrim	Pas Largo P.+Patrim	Pas Largo P.+Patrim	Pas Largo P.+Patrim	Pas Largo P.+Patrim	Pas Largo P.+Patrim
RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN	0	-25.709.560	-930.891	9.149.892	26.979.475	55.098.749
	68.045.827	21.197.655	21.929.415	23.502.073	43.972.102	94.256.221
RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN	0,00	-121,28	-4,24	38,93	61,36	58,46

En el año cero la rentabilidad del patrimonio es de 0% por que en ese año no hay ventas y por ende no hay utilidad, en el primer año el rendimiento del patrimonio es de -121.28% porque la utilidad es negativa. En el año dos la rentabilidad del patrimonio es de -4.24%, en el tercer año es de 38.93 %, en el

cuarto año es de 61.36% y en el año cinco el porcentaje de rentabilidad es de 58.46%.

ENDEUDAMIENTO TOTAL	Deuda Corto, Mediano, y Largo Plazo	Deuda Corto, Mediano, y Largo Plazo	Deuda Corto, Mediano, y Largo Plazo	Deuda Corto, Mediano, y Largo Plazo	Deuda Corto, Mediano, y Largo Plazo	Deuda Corto, Mediano, y Largo Plazo
	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total
ENDEUDAMIENTO TOTAL	67.145.827	58.782.235	48.422.082	35.588.748	19.691.834	0
	67.145.827	24.193.488	27.788.451	32.311.363	55.905.809	109.501.034
ENDEUDAMIENTO TOTAL	100,00	242,97	174,25	110,14	35,22	0,00

En el año cero el porcentaje de participación de terceros en la empresa es del 100%, en el primer año la participación de terceros en la empresa es del 242.97%, en el segundo año el porcentaje de participación de terceros en la empresa es del 174.25%, en el tercer año el porcentaje de participación de terceros en la empresa es del 110.14%, en el cuarto año es del 35.22% y en el quinto año el porcentaje de participación es del 0%.

ENDEUDAMIENTO A LARGO PLAZO	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo
	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total	Activo Total
ENDEUDAMIENTO A LARGO PLAZO	67.145.827	58.782.235	48.422.082	35.588.748	19.691.834	0
	67.145.827	24.193.488	27.788.451	32.311.363	55.905.809	109.501.034
ENDEUDAMIENTO A LARGO PLAZO	100,00	242,97	174,25	110,14	35,22	0,00

En el año cero el porcentaje de participación del en la empresa es del 100%, en el primer año la participación es del 242.97%, en el segundo año el porcentaje de participación del banco en la empresa es del 174.25%, en el

tercer año el porcentaje de participación en la empresa es del 110.14%, en el cuarto año es del 35.22% y en el quinto año el porcentaje de participación es del 0% por no tener créditos bancarios

COBERTURA DE ACTIVO FIJO	Activo Fijo Neto	Activo Fijo Neto	Activo Fijo Neto	Activo Fijo Neto	Activo Fijo Neto	Activo Fijo Neto
	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo	Deuda a Largo Plazo
COBERTURA DE ACTIVO FIJO	7.021.480	5.863.104	4.704.728	3.546.352	2.933.176	2.320.000
	68.045.827	59.570.132	49.071.116	36.065.768	19.955.777	0
COBERTURA DE ACTIVO FIJO	0,10	9,84	9,59	9,83	14,70	0,00

En el año cero por cada peso que la empresa le deba al banco, el total de los activos fijos podrá cubrir \$0.10 de la deuda, en el año uno por cada peso que la empresa deba al banco el valor de la cobertura de para pagar la deuda será de \$0.98, en el segundo año por cada peso que deba el activo fijo podrá cubrir \$0.95, en el tercer año \$0.98, para el cuarto año la cobertura será de \$0.14 y en el año cinco la empresa no tendrá deudas con el banco.

8.4.4 Análisis de sensibilidad (variación de la demanda)

8.4.4.1 Análisis variación demanda (+10%)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA LIBRE PARA EL PROYECTO	-30.632.847	27.574.551	38.889.487	52.391.721	86.635.986	154.255.569
	Valor Mínimo de Rentabilidad de la inversión C.O.			30%		
	Valor Presente Neto			\$ 37.436.814		
	Tasa Interna de Retorno			125%		

Cuando el numero de servicios vendidos aumenta ascienden los ingresos de la empresa generando mayor utilidad por eso el V.P.N alcanza un porcentaje de 125%

8.4.4.2 Análisis variación demanda (-10%)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA LIBRE PARA EL PROYECTO	-30.632.847	3.094.551	-4.440.113	-12.480.279	-4.558.134	29.616.873
	Valor Mínimo de Rentabilidad de la inversión C.O.			30%		
	Valor Presente Neto			\$ - 36.560.309		
	Tasa Interna de Retorno			-13%		

Al disminuir la demanda el V.P.N disminuye ya que los ingresos bajan y no se alcanza el punto de equilibrio necesario para garantizar la rentabilidad de la inversión.

8.4.5 Análisis variación precio (+15%)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA LIBRE PARA EL PROYECTO	-30.632.847	33.694.551	49.721.887	68.609.721	109.434.516	185.415.243
	Valor Mínimo de Rentabilidad de la inversión C.O.			30%		
	Valor Presente Neto			\$ 55.936.095		
	Tasa Interna de Retorno			150%		

El V.PN aumenta hasta el 150% porque el precio de los servicios aumenta en un 15% lo que tiene como resultado una mayor rentabilidad del negocio

8.4.5.1 Análisis variación precio (-15%)

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA LIBRE PARA EL PROYECTO	-30.632.847	-3.025.449	- 15.272.513	-28.698.279	- 27.356.664	-1.542.801
	Valor Mínimo de Rentabilidad de la inversión C.O.			30%		
	Valor Presente Neto			\$ - 55.059.590		
	Tasa Interna de Retorno			#¡NUM!		

Al disminuir el precio de los servicios en un 15% la empresa pierde rentabilidad y esto se ve reflejado en el V.P.N, el cual sufre una modificación negativa al variar los precios.

9. CONSIDERACIÓN FINAL

Los estudios realizados para determinar el grado de viabilidad de este proyecto, permitieron evaluar la factibilidad para la creación de un lavadero de motos atendido por mujeres. Con el análisis a los estudios técnicos, financieros y de mercado se pudo diseñar estrategias para ejecutar el proyecto.

El estudio de mercado permitió alcanzar los objetivos de identificar a los clientes, conocer la frecuencia con la que utilizan los servicios de lavado de motos y el sitio donde lo solicitan, el interés que le genera un lavadero de moto con atención femenina entre otras. A través de este análisis se determinó que desde el punto de vista comercial el proyecto es viable teniendo como base que el 100% de los encuestados estarían dispuestos a solicitar los servicios de SLI.

El estudio técnico y financiero determinó la cantidad necesaria de capital para la inversión inicial del proyecto, repartiendo este en maquinaria, adecuaciones y pago de empleados por un periodo de tres meses mientras la comercialización de los servicios genera los ingresos para cubrir costos y gastos. Los objetivos de administración y financieros se cumplieron partiendo del análisis a estos estudios en los que se pudo calcular el grado de rentabilidad del proyecto a través de la utilización de diferentes indicadores financieros descritos en el octavo punto del plan de negocios. Desde la parte legal no se presentan problemas para la conformación de la empresa como sociedad limitada ya que no existen limitantes para tramitar los permisos respectivos ni restricciones para este tipo de empresas.

10. BIBLIOGRAFIA

Normas técnicas

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y
CERTIFICACIÓN. Sistema de gestión de la calidad fundamentos y
Vocabulario. NTC-ISO 9001. Bogotá D.C.: El Instituto, 2005. 36 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y
CERTIFICACION. Trabajos escritos: presentación y referencias
Bibliográficas. Sexta actualización. Bogotá: ICONTEC, 2008

WEBGRAFIA

Alcaldía de Medellín, mi empresa, "fomento micro empresarial y apoyo al
microempresario". Internet:
www.medellinesmiempresa.gov.coTexto1

Lavadero Super Bike Clean 1A (Bogota D.C.) - Página 2 - ViveTuMoto.com
internet: www.vivetumoto.com/.../lavaderos-motos.../lavadero-super-bike-clean-1a-bogota-d-c-2509-2.html