

Opción de grado 1

Lavadero de Autos Hidroceológico

María de los Ángeles González Chacón

Juan Camilo Bernal Bedoya

Diana Shirley Bernal Parada

Profesora

Esmeralda Romero

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Escuela Ciencias Administrativas – Contaduría Pública

Opción de grado 1

2017

## **TITULO DEL PROYECTO**

Estudio de factibilidad para la creación de lavadero de autos Hidrogeológico que brinda, el servicio de lavado en la zona sur occidental de Bogotá, a toda persona que desea lavar su auto, independiente del vehículo que posea.

## INTRODUCCIÓN

El agua es uno de los recursos más importantes que posee el planeta, de hecho, es tan importante que sin ella la vida no sería posible. Se podría decir que casi todo en el planeta depende del agua. La mayor parte de la superficie del planeta está cubierta de agua, nosotros mismos, los seres humanos, estamos compuesto de agua en nuestra mayoría.

El desperdicio de agua es uno de los principales problemas relacionados con la disponibilidad y utilización de los recursos hídricos en la actualidad. En ese sentido, es importante comprender el problema analizando la totalidad de la cuestión, es decir, la cantidad de agua desperdiciada no solamente por el mal uso residencial, sino también por los equipamientos públicos y prácticas económicas en general.

Pensando en esta problemática y como contribuir con el medio ambiente, surge este proyecto que se llevó a cabo por medio de citas o de acciones de mis compañeros (as) de gente que trabaja en el medio, claro también ayudándonos de todo lo enseñado y visto en las clases por cada uno de los profesores y demás docentes o acompañantes de esta Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, pues pretendemos generar un impacto social y ambiental.

La persona que lea este proyecto se enterara de todo aquello que nos concierne al reciclaje y recuperación de un bien vital como es el agua, asimismo encontraran aportes acerca de lo que significa la ética y el trabajar con un esfuerzo sacrificado para que nos salga bien y así poder tener clientes satisfechos, es decir felices de participar no solo en un tema ambiental, sino que también en un proyecto con impacto social.

El proyecto pretende involucrar a diferentes actores que pueden contribuir con nuestra labor social para que mutuamente logremos un bien común por ello estamos seguros (as) que nuestro proyecto aportara a usted como cliente y a nosotros (as) como personas y comerciantes.

## JUSTIFICACIÓN

Nuestro proyecto está encaminado a contribuir con el ahorro de este líquido vital, brindando el servicio de lavado de autos con agua reutilizable de las lavanderías con productos que cumplan la función para los dos objetivos. Con esta idea se pretende no solo crear el beneficio propio si no de terceros.

El enfoque de este proyecto está encaminado a dos aliados uno de lavandería de ropa en el cual se pueda reutilizar el agua con la que lavan la ropa y nosotros pagaríamos un porcentaje de ese recibo de agua.

Por otra parte, con una proyección social es aliarnos una fundación de habitantes de calle con el fin de brindar empleo, a personas que hayan sufrido situaciones de indigencia para brindarles una segunda oportunidad y mejorar su calidad de vida, pues si bien sabemos que solo por el hecho de tener esta condición son discriminados, no les brindan la ayuda que ellos necesitan.

# **DESARROLLO DE MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES – CUSTOMER DEVELOPMENT**

## **1.1 Los Stakeholders**

Creemos los Stakeholders de nuestra idea de negocio son los todos los usuarios que van a lavar sus autos en nuestro lavadero ecológico, independiente del vehículo que posean, ya sea grande o pequeño, de servicio particular o servicio público,

## **1.2 Identificación de las Necesidades del Stakeholders:**

- Creemos que debido al clima se necesita, con mayor frecuencia los lavados de sus vehículos estén limpios, lo que aumenta los gastos.
- Creemos que los costos a los clientes de servicio público lavan con frecuencia su vehículo para desarrolla su labor.

## **1.3 Beneficios y Expectativas de Resultado**

- Creemos que los usuarios requieren un servicio económico por el servicio de lavado de autos.
- Creemos que las empresas transportadoras necesitan reducir costos del lavado de sus vehículos.
- Creemos que se la ciudad necesita lavaderos que tengan un manejo responsable del recurso del agua.

## **1.4 Soluciones Actuales**

- Creemos que los usuarios con vehículos de transporte, servicio público o privado deben lavarlo continuamente lo que genera gastos adicionales.
- Creemos que, los lavaderos de autos deben tener un manejo más responsable del agua, conocer lo importante y cómo podemos reutilizarla.
- Creemos que actualmente los usuarios de vehículos tienen que realizar el proceso de lavado de auto de una manera manual.

### **1.5 Inconformidades, Frustraciones y Limitaciones**

- Creemos que en el impacto ambiental buscar el aliado perfecto será un poco dispendiosa la búsqueda ya que a pesar de ser un beneficio de él debemos lograr que se puedan hacer las adecuaciones que se necesitan para el traslado del agua.
- Creemos que con respecto al tema social que reacción podría tomar los clientes con respecto a las personas que está lavando su auto, pues es una persona que fue habitante de la calle.

### **1.6 Identificación del mercado**

Creemos que el tamaño total del mercado en la ciudad de Bogotá es de 8.080.734 habitantes, es una de las ciudades más pobladas actualmente, está comprendida por 19 localidades, en la cual circulan 700.000 autos.

En la localidad séptima de Bosa allí predomina el estrato socioeconómico bajo en el cual se caracteriza por percibir beneficios del pago de impuestos y servicios públicos por ser estratos 1,2 y 3, pues cuenta con una población aproximadamente de 2.600 habitantes.

En el barrio bosa Carbonel, se encuentra ubicado, parqueaderos de autos, rutas del servicio público y escolar, afluencia de taxis, por la construcción de nuevos proyectos urbanos aumentan familias con vehículos.

## 2. VALIDACIÓN DEL PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

### 2.1. Encuesta

## ENCUESTA

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
2.1. Nombre	
2.2. Dirección	
2.3. Nombre de la persona encuestada:	
2.5. Teléfono	2.6. Correo electrónico:
<b>3. ¿Actualmente utiliza algún servicio de lavado de autos?</b> Marque con una x una de las siguientes opciones:	
<input type="checkbox"/> 1. Si	
<input type="checkbox"/> 2. No	
<b>4. ¿Qué tipo de servicio de lavado de auto utiliza?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Tradicional	
<input type="checkbox"/> 2. Lavado a domicilio	
<input type="checkbox"/> 3. Otros	
<b>5. ¿Con que frecuencia lava su vehiculó?</b>	
<input type="checkbox"/> 1. Una vez al mes	
<input type="checkbox"/> 2. Dos veces al mes	
<input type="checkbox"/> 3. Tres o más veces al mes	

**6. ¿Qué busca a la hora de escoger un sitio para el lavado de autos?**

- 1. Economía
- 2. Calidad
- 3. Rapidez en el servicio

**7. ¿Estaría de acuerdo en dar una segunda oportunidad a un habitante de calle?**

- 1. Si
- 2. No

**8. ¿Le gustaría que una persona que se está rehabilitando de la indigencia, lave su auto?**

- 1. Si
- 2. No

**8. ¿El valor que paga por le lavado del auto en que rango se encuentra?**

- 1. 10.000 a 15.000
- 2. 15.000 a 25.000
- 3. 25.000 a 30.000

## **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA**

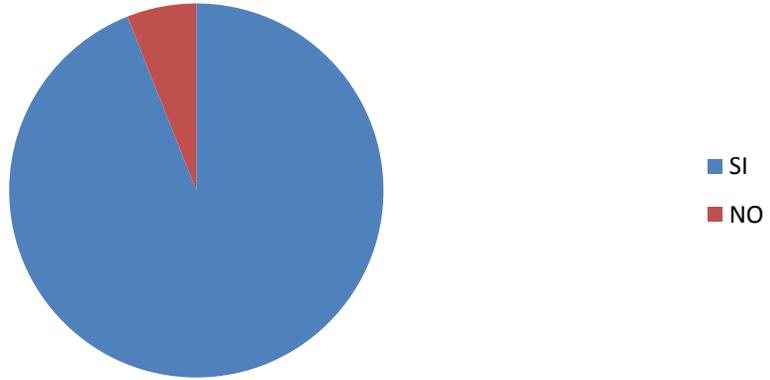
Para lograr establecer unos parámetros más claros y de esta manera tener una imagen de la realidad del mercado, se llevó a cabo una investigación preliminar de carácter exploratorio.

La indagación se efectuó a través de encuestas cortas y fácilmente diligenciables, las cuales fueron realizadas personalmente a 50 hombres y mujeres de estratos 1, 2 y 3 en la ciudad de Bogotá.

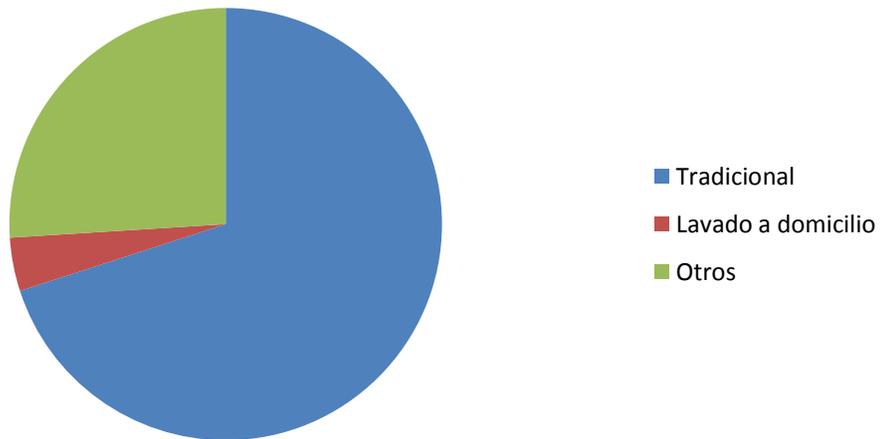
El objetivo de este análisis es lograr establecer, dentro del área de estudio determinada para este proyecto, el nivel de aceptación por parte de los clientes de este nuevo sistema de lavado hidrogeológico de autos en Bogotá.

Este estudio nos permitió avanzar en los análisis o dudas de lo que creíamos que iba a pasar de manera positiva y negativa, recordemos que los puntos negativos son los que nos hacen mejorar y marcar la diferencia. Permitirá determinar la cantidad de demanda existente, la disposición de esta para asumir los precios que se establezcan e igualmente conocer cuáles son sus gustos y comportamientos, de tal manera que se pueda diseñar una estrategia de mercadeo que impulse el desarrollo de la empresa.

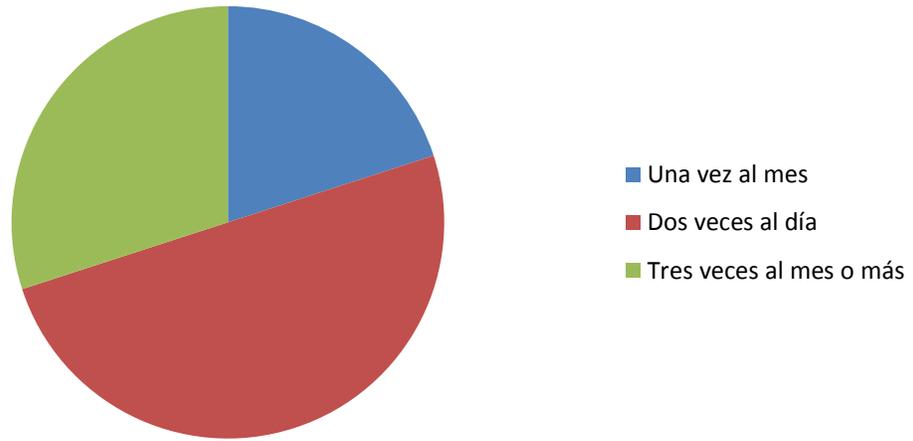
### Actualmente utiliza algún servicio de lavado de Autos?



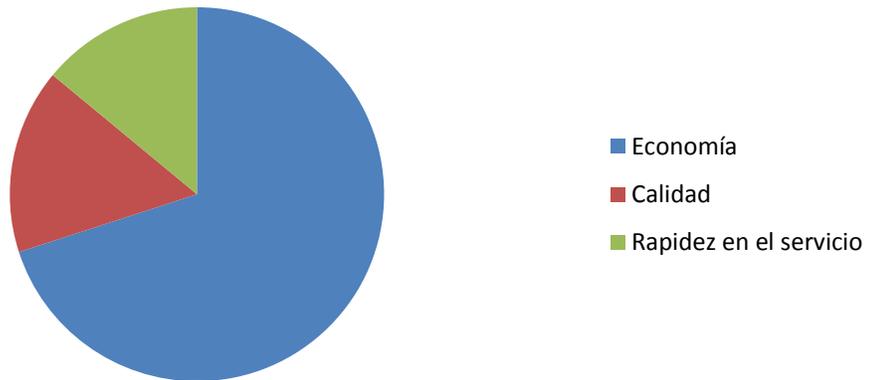
### Qué tipo de servicio utiliza?



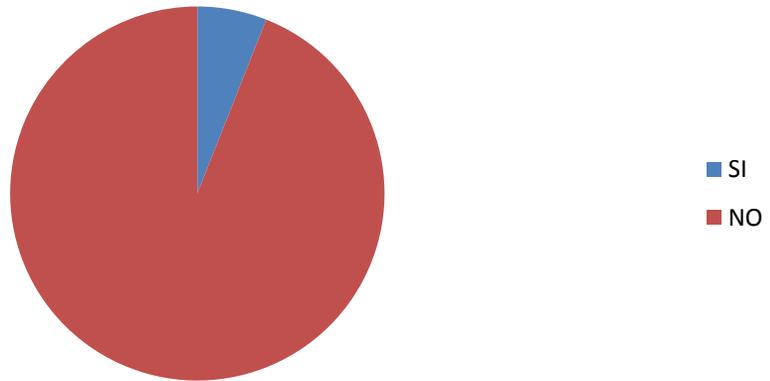
### Con que frecuencia limpia su vehiculó?



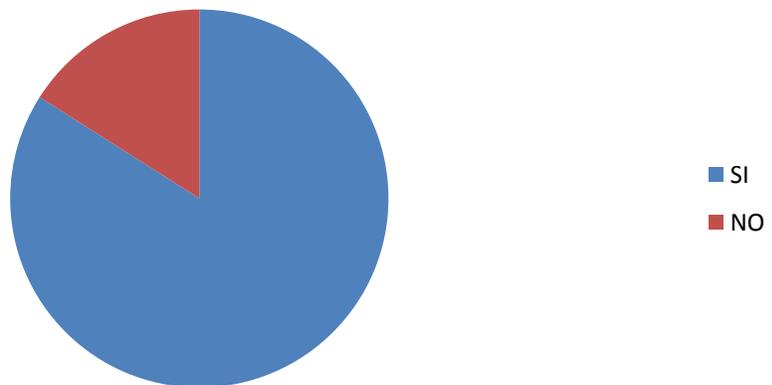
### Que busca a la hora de escoger un sitio para lavado de su auto?



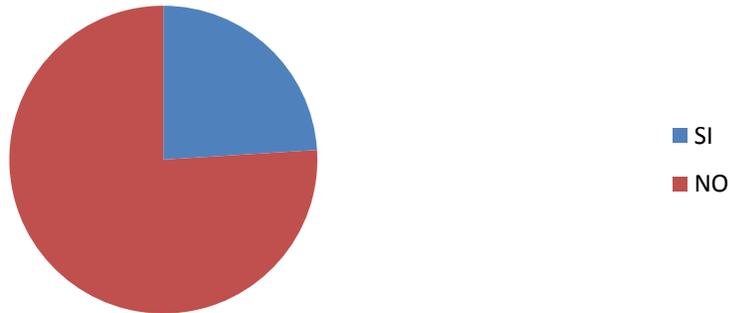
**A contribuido en programas o proyectos para la protección del medio ambiente?**



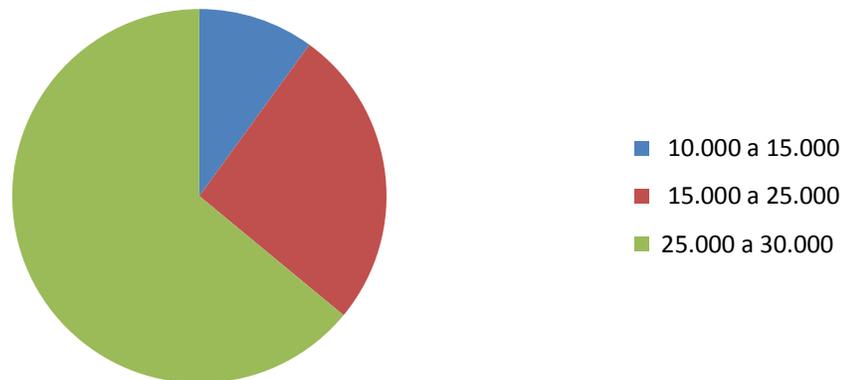
**Estaría de acuerdo en dar una segunda oportunidad a un habitante de la calle?**



**Le gustaría que una persona que se está rehabilitando de la indigencia lave su carro?**



**Cuál es el rango que paga por el lavado de su auto?**



## **2. VALIDACIÓN DEL PENTÁGONO DE PERFILACIÓN DE CLIENTES**

### **2.1. Los Stakeholders**

Según la entrevista los Stakeholders de nuestra idea de negocio y el estudio con las entrevistas no son del todo rechazados por lo que nos gusta mucho el impacto social que esto generaría de ser pioneros de este tipo de proyecto con estas características.

### **2.2. Identificación de las Necesidades del Stakeholders:**

- Los resultados de la encuesta muestran que en un 80% las personas buscan la economía a la hora del lavado de autos.
- Según la entrevista aplicada al se evidencia que realizan el lavado de vehículos con una frecuencia de dos veces por mes.

### **2.3. Beneficios y Expectativas de Resultado**

- Se comprobó que los clientes si tienen la necesidad de lavar sus autos, en un menor costo y rapidez por lo que utilizan su hora de hora almuerzo muchas veces para hacer esta actividad.
- Se confirmo que la propuesta de ayudar o contribuir indirectamente con el medio ambiente, no es indiferente.
- Pudimos evidenciar una actitud positiva frente a brindar una segunda oportunidad a los habitantes de calle.

### **2.4. Soluciones actuales**

- Encontrar un lavadero autos más cercano al lugar de residencia.
- Este evidente que los vehículos de transporte, servicio público o privado deben lavarlo continuamente lo que genera gastos adicionales.

- Lavaderos de autos deben tener un manejo más responsable del agua, conocer lo importante y cómo podemos reutilizarla.
- Se evidencia que los procesos de lavado de autos tienen que realizarse de una manera manual.

### **2.5. Inconformidades frustraciones y limitaciones:**

- Los costos por de lavado de auto es alto, lo incurre en un incremento en los gastos mensuales.
- No contar con un lugar cercano y confiable para realizar el proceso de lavado de autos.
- Con respecto al tema de la rehabilitación de los indigentes les cuesta por el tema de violencia que se vive hoy en el país, o de pronto la pregunta fue muy fuerte a la hora de darnos entender con el objetivo.

### **2.6. Identificación del mercado**

- De acuerdo con este direccionamiento, basado en la innovación constante y el estímulo a la creación de nuevos mercados, se deben desarrollar estrategias competitivas sobre las cuales la administración de la empresa sienta las bases que permitan dar el direccionamiento adecuado a la operación que la lleve a lograr ventajas competitivas por medio de la economía que sería nuestro caso. El nuevo planteamiento sugiere que las organizaciones lograrán generar ventajas frente a su competencia en la medida que den a los consumidores lo que quieren o necesitan de mejor forma y más efectivamente.

## **3. PROTOTIPO**

### **3.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO:**

El proyecto de lavadero de autos ecológico, pretende brindar al cliente un servicio que no solamente deje satisfecho(a) al cliente, sino que también logre impactar el medio ambiente, y por qué no, el desarrollo personal y laboral de los habitantes de calle en proceso de rehabilitación.

Lo anterior se logrará de la siguiente manera; inicialmente se buscará conseguir un convenio/ contrato con una lavandería del sector (Bosa), con el fin de “comprar” el agua que sale de los ciclos de lavado de las prendas de vestir. Esta lavandería deberá ser reconocida por su larga trayectoria y sobresalir por la buena prestación de su servicio. Sumado a esto se verificará que la misma, trabaje con materia prima de buena calidad y que los residuos sean óptimos para el siguiente servicio a prestar (Lavado de autos).

Posteriormente el agua será transportada al lugar donde se encuentra nuestro lavadero ecológico (el cual será en el mismo sector), y con ella se prestará el servicio de lavado de autos, generando un impacto ambiental teniendo en cuenta la reutilización del agua.

Es importante mencionar que el lavado de los autos será realizado por personas en proceso de rehabilitación y resocialización, quienes deberán estar afiliados o inscritos a una fundación, la cual garantice el proceso en el que se encuentra cada uno, sumado a esto, el personal encargado de la selección del personal del lavadero de autos realizara evaluación psicotécnica al personal enviado.

Para lo anterior, se buscará una fundación que trabaje en pro de las personas con las características nombradas anteriormente, y se pasará la solicitud de personal.

### **3.2.FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO:**

## **4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA**

### **4.1.IDENTIDAD ESTRATÉGICA:**

Lavadero Hidroecologico de autos, busca principalmente brindar el mejor servicio en la limpieza de sus autos, por medio del trabajo en equipo, apoyo ágil, compromiso, y responsabilidad. Todo

lo anterior siempre cuidando y preservando los recursos naturales, superando las expectativas del cliente en cuanto a servicio honesto, oportuno y amable.

#### **4.2. FUTURO PREFERIDO:**

En el 2020, Eco lavado de autos se posesionará como el lavadero de autos líder a nivel Bogotá, reconocido por la excelente prestación de su servicio, y el alto impacto ambiental en cuanto a reciclaje de agua, y utilización de materia prima que contribuya a la preservación del medio ambiente. Sumado a eso, se generará más empleo para población en vulnerabilidad (personas en rehabilitación.)

#### **4.3.OBJETIVOS EMPRESARIALES**

##### **4.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Ofrecer el servicio de lavado de autos optimizando el recurso del agua, que genere un impacto ambiental y social, ubicado en el suroccidente de Bogotá (bosa), con excelentes resultados en términos de limpieza, lustrado y protección del vehículo, con materiales y procesos que contribuyan a la preservación del medio ambiente.

##### **4.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Lograr el mejor desempeño de los trabajadores, por medio de capacitaciones y sensibilizaciones acerca del medio ambiente y sus respectivos.
- Proteger a las personas y al ecosistema, basados en investigación científica, lógica del mercado y nuestros valores organizacionales.
- Representar socialmente una oportunidad para el crecimiento y desarrollo personal y laboral de las personas en condición de vulnerabilidad.

#### 4.4.VALORES

Nuestros Valores apoyan nuestra Misión y sustentan tanto nuestros principios empresariales como nuestra conducta. Los valores de lavadero hidroecológico de autos son las cualidades que nos distinguen y nos orientan a dar el mejor servicio en lavado de autos.

- *Honestidad:* La verdad y la honestidad deben primar, y como principio moral regirán todo el comportamiento del personal en la compañía. Por la rectitud y transparencia será reconocida la organización siempre en el entorno económico y social.
- *Vocación de Servicio:* La atención y la amabilidad serán características en la forma como se trata a los clientes, lo cual se convertirá en un factor diferenciador y un marco de referencia en el mercado. La creación de estrechas relaciones de mutua colaboración con clientes y proveedores será un pilar fundamental dentro del desarrollo de cualquier negociación.
- *Respeto:* La convivencia se genera a partir del respeto a las diferencias y el reconocimiento de estas hará que se cree un ambiente constructivo de trabajo que permitirá un mayor desarrollo individual.
- *Disciplina:* La dedicación en el trabajo y el profesionalismo deben ser factores clave dentro del desempeño de cada empleado, lo cual se verá reflejado en mejores resultados. De esta manera, trabajando siempre como un solo equipo, se logrará alcanzar las metas y objetivos.
- *Compromiso:* La dedicación, incondicionalidad y confianza llevarán a la fidelidad, por lo cual se debe estar en la constante búsqueda de ideales conjuntos, lo cual llevará a dar prelación a los intereses colectivos antes que los individuales.

## **4.5. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO**

### **4.5.1. ANÁLISIS PESTEL**

En el siguiente análisis pretende mostrar el tipo de sociedad que se busca constituir para el proyecto, considerando los múltiples aspectos planteados anteriormente, así como su tamaño y beneficios.

Los aspectos jurídicos que contempla el Código de Comercio, así como las normativas legales que han buscado apoyar el emprendimiento se analizan a continuación para determinar el impacto que tendrá en la organización.

De igual manera se contempla el impacto ambiental y social que tendrá la puesta en marcha y operación de la empresa y la forma como beneficiará a las diversas personas involucradas en el proceso.

Políticos:

Tipo de Sociedad

Para efectos del presente proyecto, teniendo en cuenta las disposiciones legales vigentes y las necesidades que el proyecto demanda

Dentro de este análisis se presentarán las principales características que deben ser tenidas en cuenta por los socios del proyecto en materia de operación, inscripción, registro y demás aspectos jurídicos.

Normatividad:

La empresa se registrará por los lineamientos planteados por la Superintendencia de Sociedades, la Cámara de Comercio de Bogotá y demás entes relacionados con el comercio en el país.

- Código de Comercio (régimen de sociedades y sociedad limitada).
- Ley 1014 de 2006 (De fomento a la cultura del emprendimiento empresarial).

Económicos:

- Dependemos del mercado en cuanto a la compra y venta de automotriz.
- Crecimiento del parque automotor.
- Pago del iva, o recargo por consumo del metraje de agua.
- Facilidad por parte de los concesionarios para la adquisición de vehículos.

Socio- culturales:

Impacto Ambiental:

Como se planteó anteriormente, una de las fortalezas de la implementación de un ducto para extraer el agua de las lavanderías escogida para el presente proyecto es el bajo consumo de insumos y materias primas. Considerando que para realizar un lavado de automóviles se gasta menos del 2% de lo que comúnmente consumiría un lavadero tradicional, se contempla el proyecto como hidroecológico y ambientalmente responsable.

Así mismo, debido al bajo consumo de agua el sistema de lavado no genera residuos que generen contaminación de aguas subterráneas o terrenos.

Por otra parte, el sistema no contempla la utilización de jabones fuertes ni detergentes de alta contaminación,

Igualmente, se utilizará una cera auto brillante totalmente biodegradable que no contiene partículas químicas contaminantes, por lo cual se considera que el proyecto es totalmente ecológico y viable en materia ambiental.

#### Impacto Social:

El emprendimiento de el presente proyecto beneficiará la economía del país al generar recursos y riquezas, lo cual se verá reflejado en el aumento del PIB.

Como empresa legalmente constituida, se generarán aportes al Estado a través de los diversos impuestos como son el IVA, retención en la fuente, entre otros.

Otro aspecto fundamental dentro del contenido social de la empresa es el impacto positivo en la generación de empleos, ya que en la medida que el proyecto se expanda será necesaria la contratación de personal y su capacitación.

#### Responsabilidad Social Empresarial:

El proyecto deberá ser considerado en su totalidad como “Socialmente Responsable”, considerando que cumple con todos los requisitos ambientales y genera un nuevo esquema en materia de consumo y cuidado del agua.

Así mismo, es una empresa comprometida con sus trabajadores y proveedores, ya que todos son considerados socios y parte fundamental de la estrategia de largo plazo que consolide el proyecto.

#### Tecnológicos:

- Aparición de nuevas tecnologías o maquinarias que faciliten el lavado de autos.

Ecológicos:

- Contribución al medio ambiente por medio de la reutilización del agua pues.
- Preocupación por el cambio climático, escases del agua potable y la contaminación de las fuentes hídricas.
- Conciencia social ecológica actual y futura.

Legales:

- Contrato a manejar con los aliados, fundación y lavandería.
- Contratos laborales con los empleados.
- Contratos de arrendamiento donde funcionara el lavadero.
- Permisos requeridos para el funcionamiento del lavadero.

#### 4.5.2. ANÁLISIS PORTER

Amenazas de nuevos competidores:

- En el mercado existen muchos lavaderos de carros.
- El calentamiento global.
- Rechazo de los empleados por parte de los clientes al conocer su procedencia en el pasado.
- Este nivel de intervención es media.

Rivalidad del mercado:

- Existen en el mercado varios ofreciendo el servicio del lavado de autos.

- Fidelización de los clientes a través de la concientización del impacto en el medio ambiente.
- En esta intervención es alta debido a que muchos puntos ofrecen el servicio lo que permite al cliente elegir.

Poder de los proveedores:

- Para nuestra idea de negocio el poder de los proveedores es baja, debido a que el mercado contamos con muchas entidades que nos distribuyen los insumos requeridos para prestar nuestro servicio.

Poder de los clientes:

- Es alto pues existen varios lugares que ofrecen el servicio y pueden escoger el lugar que deseen.

Poder sustitutos:

- Puede ser alta, ya que puede que la competencia desee implementar estrategias similares a las nuestra con énfasis ambientales o sociales.
- Aparición de nuevas tecnologías.

## CONCLUSIONES

A partir de los diversos análisis realizados a través del presente estudio y planteados dentro de los objetivos de mercado, técnico, legal, social, administrativo, se consideran los diversos aspectos que un empresario y deberán tener en cuenta para emprender un proyecto con ventajas competitivas sostenibles y alta aceptación por parte de los consumidores.

De acuerdo con la investigación realizada entre los potenciales usuarios del sistema, existe una clara oportunidad de mercado, no solo para desarrollar una empresa innovadora de lavado hidrogeológico sino para imponer nuevos estándares de servicio en la industria y de comportamiento en el mercado.

El desarrollo de un proyecto de calidad y altos valores agregados, basado en la atención al cliente y en los esquemas especializados de servicio brindará la oportunidad de generar empleo y buenos ingresos de tal forma que justifique la inversión necesaria para la creación.

En materia financiera se concluye que el plan de negocio planteado es viable y presenta índices destacados en materia de rendimiento, lo cual lo hace llamativo.