

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA-LEÓN
UNAN-LEÓN
ÁREA DEL CONOCIMIENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**MAESTRÍA PROFESIONAL EN GERENCIA DE PROYECTOS
CON SALIDAS INTERMEDIAS EN ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN
DE PROYECTOS Y DIPLOMADO EN GESTIÓN DE PROYECTOS**



Tesis para optar al Título de Máster en Gerencia de Proyectos

“Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023”

Autor:

Lic. Luis Felipe Campos Gutiérrez

Tutor:

M.Sc. Lester Francisco Zamora Osorio.

León, marzo del 2024

¡TODOS Y TODAS JUNTOS VAMOS ADELANTE!

Agradecimiento

Primeramente, a Dios, por la oportunidad brindada de llegar a esta etapa de mi carrera profesional con salud y plenas capacidades para poder desarrollar el documento que en estas páginas se ha trabajado.

A la Dirección de mi Área del Conocimiento dirigida por el M.Sc. Roberto Sánchez Aguilar, por permitirme estudiar una de las maestrías que oferta siendo esta de calidad y con buena atención administrativa y docente.

A mi tutor por ser un guía en la elaboración de este proyecto, y testigo del esfuerzo realizado a lo largo de estos meses.

Por último, agradecer a la UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA – LEÓN, que me ha exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título. Agradezco a cada directivo por su trabajo y por su gestión, sin lo cual no estarían las bases ni las condiciones para aprender conocimientos.

Dedicatoria

A mis padres, porque ser quienes me motivan y dan palabras de ánimo para luchar en el día a día. Sin ellos esto no habría sido posible, por ello les ofrendo este trabajo que representa un esfuerzo para la superación esperando un día poder devolverles todo lo que me han dado de forma incondicional, los llevo en mi corazón, gracias por todo y por tanto padres míos.

Índice

I.	Introducción	1
II.	Antecedentes	3
III.	Justificación	5
IV.	Planteamiento del problema	7
V.	Objetivos.....	8
5.1	Objetivo general	8
5.2	Objetivos específicos	8
VI.	Marco Teórico	9
6.1.	Teoría de las MIPYMES.....	9
6.1.1	Definición	9
6.1.2	Clasificación de las PYMES.....	9
6.1.3	Características de las PYMES.....	10
6.1.4	Importancia.....	11
6.1.5	Emprendimiento en las PYMES.....	12
6.2	Marco conceptual	13
6.2.1	¿Qué es un proyecto?	13
6.2.2	Estudio de mercado	15
6.2.3	Plan de negocio	19
6.2.4	Características claves de un plan de negocio	21
6.3	Marco contextual.....	22
6.3.1	Tendencias locales en servicios de autolavado.....	22
VII.	Diseño Metodológico.....	24
VIII.	Resultados	32
8.1	Datos principales del negocio.....	32
8.1.1	Nombre de la empresa.....	32
8.1.2.	Tipo de servicio	32
8.1.3.	Propuesta de valor.....	32
8.1.4.	Imagen corporativa.....	33
8.1.5.	Descripción del servicio	34
8.1.6	Lista de insumos	36
8.1.7	Mercado potencial.....	36
8.1.8	Participación en el mercado	36
8.1.9	Características innovadoras o diferenciales	37
8.1.10	Competencia.....	38
8.1.11	Ventajas competitivas.....	38
8.1.12	Estrategias del proyecto.....	39
8.1.13	Descripción del servicio	39
8.1.14	Estrategias del proyecto.....	39
8.1.15	Valores	40
8.2	Estudio de mercado	41
8.2.1	Análisis del sector.....	41
8.2.2	Análisis del mercado.....	42
8.2.3	Análisis de la competencia	50

8.2.4 Estrategias de mercado	51
8.2.5 Estrategias de precio	53
8.2.6 Estrategias de promoción y comunicación	54
8.2.7 Estrategias de aprovisionamiento.....	57
8.2.8 Proyecciones de venta	57
8.3 Estudio de producción.....	62
8.3.1 Descripción desde la perspectiva del usuario.....	62
8.3.2 Descripción del proceso.....	63
8.3.3 Plan de producción de servicio.....	66
8.3.4 Necesidades y requerimientos	67
8.3.5 Costos de producción	68
8.3.6 Infraestructura	69
8.4 Estudio Administrativo	70
8.4.1 Análisis FODA	70
8.4.2 Impacto de las 5 fuerzas de Porter.....	71
8.4.3 Estructura organizacional	72
8.4.4 Constitución empresa y aspectos legales.....	73
8.4.5 Gasto del personal.....	74
8.4.6 Gasto de Administración	75
8.5 Estudio Financiero	75
8.5.1 Fuentes de financiamiento.....	75
8.5.2 Plan de inversión.....	75
8.5.3 Estado de Resultado	76
8.5.4 Balance General.....	77
8.5.5 Flujo de Caja	77
8.5.6 Análisis Financiero	78
IX. Conclusiones	80
X. Recomendaciones.....	83
XI. Referencias bibliográficas.....	85
XII. Anexos.....	87

I. Introducción

En el municipio de El Viejo, ubicado en el Departamento de Chinandega, surge la oportunidad de transformar la experiencia de cuidado vehicular mediante la implementación de un innovador proyecto de lavado de autos. La creciente demanda de servicios de calidad, la falta de tiempo en la rutina diaria y la creciente preocupación por la salubridad, han convergido para crear un entorno propicio para la materialización de este emprendimiento (López, 2020).

El análisis del mercado local refleja una insatisfacción con los servicios de lavado de autos tradicionales presentes en la ciudad (Banco Central de Nicaragua [BCN], 2017). La necesidad de una solución que combine eficiencia, seguridad y un alto estándar de higiene ha sido identificada como la base sobre la cual se erige este proyecto de inversión. Se busca no solo llenar un vacío en el mercado, sino también elevar los estándares de servicio, brindando a los clientes una experiencia única y satisfactoria.

La clave del éxito de este proyecto radica en ofrecer un servicio de lavado de autos que no solo sea eficiente y de alta calidad, sino que también integre medidas de seguridad y salubridad para adaptarse a las cambiantes necesidades del consumidor contemporáneo. La implementación de protocolos de higiene en respuesta al contexto actual y el compromiso con la excelencia en el servicio constituyen los pilares fundamentales que diferenciarán a la empresa, Burb Wash, en el mercado local.

Burb Wash tiene como objetivo principal no solo satisfacer la demanda existente en el mercado, sino también superar las expectativas de los clientes. Para lograrlo, se implementarán estrategias innovadoras de posicionamiento, incluyendo promociones temporales, descuentos y programas de fidelización. Estas iniciativas están diseñadas para no solo atraer a clientes, sino también para consolidar la presencia de la empresa en la comunidad y fomentar relaciones a largo plazo.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

El proyecto requiere una inversión inicial de C\$ 134,143.86 (córdobas netos), desembolsada antes del inicio del proceso productivo. Esta inversión es respaldada por capital propio, subrayando el compromiso y la confianza en el potencial de éxito del proyecto.

Este plan de negocios no solo aspira a analizar la oportunidad de inversión, sino también a proporcionar una visión integral y objetiva de la empresa. A través de una evaluación de la viabilidad técnica, económica y financiera, el plan establece los procedimientos y estrategias necesarios para convertir esta oportunidad en un proyecto empresarial concreto. Con Burb Wash, no solo se trata de lavar autos; se trata de elevar estándares, satisfacer necesidades y forjar una presencia duradera en el mercado automotriz local.

II. Antecedentes

El municipio de El Viejo, situado en el Departamento de Chinandega, ha sido testigo de un crecimiento económico en los últimos años, impulsado por una población activa y emprendedora. En este contexto, la identificación de oportunidades de inversión se convierte en un elemento crucial para contribuir al desarrollo local y satisfacer las necesidades cambiantes de la comunidad (BCN, 2017).

El sector automotriz, siendo parte integral de la vida cotidiana, no ha escapado a las transformaciones y demandas evolutivas de la sociedad. La movilidad y la comodidad se han vuelto factores determinantes para la población en general, generando una demanda creciente de servicios que no solo brinden soluciones prácticas, sino que también aseguren la seguridad y la higiene en medio de un entorno dinámico (Florián, 2019).

En este contexto, se ha observado un nicho de mercado respecto a los servicios de lavado de autos tradicionales presentes en la ciudad. Factores como la falta de tiempo, la creciente inseguridad y la preocupación por la salud, agravada por la situación post pandemia del COVID-19, han generado una brecha que Burb Wash aspira a llenar de manera integral (López, 2020).

La experiencia acumulada en el sector ha permitido identificar patrones de comportamiento del consumidor y tendencias de mercado, destacando la necesidad de un enfoque más allá del simple lavado de autos (Carriel, 2018). Este análisis ha sido el catalizador para el desarrollo de Burb Wash como una solución completa que abarca eficiencia, seguridad y un compromiso con la higiene.

En este sentido, Burb Wash se presenta como una respuesta estratégica a la demanda y a los retos actuales, buscando no solo establecerse como un negocio rentable sino también como un catalizador de cambios positivos en la forma en que

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

la comunidad aborda el cuidado de sus vehículos en un entorno en constante evolución.

En relación con antecedentes empíricos, diversos estudios han explorado enfoques innovadores en el ámbito de los autolavados. González (2011) propuso un sistema de autolavado no automatizado ecoamigable con un enfoque en el menor consumo de agua en Costa Rica. Por otro lado, González Mestaza y Miranda Huerta (2018) abordaron la sostenibilidad ambiental e incluyeron la perspectiva de género en el ámbito laboral en Perú.

Ganoza et al. (2021) llevó a cabo un estudio en Lima Metropolitana, Perú, donde calculó una inversión de \$88,556 dólares para establecer un autolavado tanto en un local como a domicilio. Asimismo, Sánchez (2017) elaboró un plan de negocios centrado en un Autolavado Ecológico en Colombia.

Una perspectiva adicional en el ámbito de proyectos de inversión se centró en la creación e implementación de una aplicación web para la administración de citas en autolavados. Investigaciones como las de Luna Santos et al. (2021) y Almesiga Riaño et al. (2020) exploraron este enfoque, ofreciendo una visión innovadora en la gestión y operación de servicios de autolavado mediante el uso de tecnología.

III. Justificación

La justificación de la creación de Burb Wash en el municipio de El Viejo encuentra su fundamentación en la confluencia de diversas necesidades no satisfechas en el actual mercado de lavado de autos. Este proyecto no solo aborda estas carencias, sino que redefine el estándar de servicios de cuidado vehicular al introducir elementos clave de eficiencia, seguridad y salubridad, ajustándose a las demandas de una sociedad en constante cambio. A continuación se presentan las razones en que se fundamenta la elaboración de este plan de inversión:

Insatisfacción en el servicio tradicional: La observación de la realidad local ha revelado una insatisfacción generalizada con los servicios de lavado de autos tradicionales. Factores como la falta de tiempo en la rutina diaria, la inseguridad que prevalece y la creciente preocupación por la salud posterior a la pandemia del COVID-19 han generado una necesidad latente de una alternativa más conveniente y segura.

Enfoque integral en seguridad e higiene: Burb Wash se posiciona como una respuesta integral a estas preocupaciones, incorporando medidas de seguridad y protocolos de higiene en cada fase del proceso de lavado. La seguridad de los vehículos y de los clientes se convierte en una prioridad, respaldada por prácticas que van más allá del estándar convencional.

Oportunidad de valor agregado: La implementación de medidas de higiene no solo responde a la coyuntura actual, sino que también representa un valor agregado distintivo para Burb Wash. En un mercado donde la higiene y la seguridad son preocupaciones crecientes, ofrecer un servicio que aborde estas inquietudes posiciona a la empresa en un lugar privilegiado.

Estrategias de posicionamiento: La estrategia de posicionamiento de Burb Wash se orienta a establecerse como líder del mercado a través de promociones y

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

programas de fidelización. Estas iniciativas no solo buscan atraer a clientes, sino también a consolidar la presencia de la empresa en la comunidad, generando una base leal y recurrente.

Impacto económico y social: Además de satisfacer las necesidades del mercado, Burb Wash aspira a generar un impacto positivo en la economía local. La creación de empleo, el impulso a proveedores locales y la contribución al desarrollo económico del municipio son aspectos que respaldan la viabilidad y sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

IV. Planteamiento del problema

El municipio de El Viejo, en el Departamento de Chinandega, enfrenta desafíos en el sector de lavado de autos que han creado una brecha entre la oferta actual de servicios y las crecientes expectativas de la comunidad. El modelo convencional de lavado de autos ha demostrado ser ineficiente y carece de medidas de seguridad y salubridad, dejando a los clientes insatisfechos. La creciente inseguridad en el entorno urbano y las preocupaciones relacionadas posterior a la pandemia del COVID-19 han amplificado la necesidad de un enfoque más seguro e higiénico en el proceso de lavado.

Por otra parte, la falta de opciones que prioricen la eficiencia y la ausencia de servicios que ofrezcan valor agregado han creado un vacío en el mercado local. Estas limitaciones de opciones modernas de lavado de autos representan un potencial económico desaprovechado, con impactos directos en el empleo y el desarrollo económico local. Tomando en cuentas estos cuestionamientos, se plantea la siguiente pregunta problema:

¿Es el proyecto de inversión de Burb Wash en El Viejo, Departamento de Chinandega, técnicamente factible para abordar las deficiencias identificadas en los servicios de lavado de autos, y, además, presenta una viabilidad financiera que asegure su éxito y contribución al desarrollo económico del municipio?

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

V. Objetivos

5.1 Objetivo general

- Evaluar la viabilidad técnica y financiera del proyecto de inversión de una empresa de Autolavado “Burb Wash” en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega.

5.2 Objetivos específicos

- Describir los datos principales del proyecto de inversión de Burb Wash.
- Determinar la demanda y las preferencias del mercado objetivo en El Viejo, Chinandega, con el fin de identificar oportunidades, establecer estrategias de posicionamiento y definir características clave del servicio de autolavado que maximizarán la aceptación y la lealtad de los clientes locales.
- Elaborar un plan de producción y estudio administrativo para Burb Wash
- Realizar un análisis financiero detallado, incluyendo la proyección de costos, ingresos y beneficios a lo largo del tiempo, para determinar la viabilidad financiera del proyecto.

VI. Marco Teórico

6.1. Teoría de las MIPYMES

6.1.1 Definición

Las MIPYMES, o Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, constituyen un término que engloba a un conjunto diverso de entidades empresariales caracterizadas por su tamaño y volumen de operaciones. Definir las MIPYMES implica describirlas como organizaciones de escala reducida en comparación con grandes corporativos, que desempeñan un papel crucial en la economía. Estas empresas suelen tener limitados recursos financieros y de personal, pero contribuyen significativamente al empleo, la innovación y el dinamismo económico a nivel local y regional. La definición precisa puede variar según la región y el sector, pero las MIPYMES comparten la característica común de ser empresas de tamaño moderado que desempeñan un papel vital en la diversificación y sostenibilidad económica (Van der Kamp, 2006; Cleri, 2017).

6.1.2 Clasificación de las PYMES

Tabla 1. Clasificación de las PYMES en Nicaragua

Variables	Micro	Pequeña	Mediana
Número Total de trabajadores	1 – 5	6 – 20	21 – 50
Activos Totales (córdobas/C\$)	Hasta 200 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6 millones
Ventas totales anuales(córdobas/C\$)	Hasta 1 millón	Hasta 9 Millones	Hasta 40 millones

Fuente: Clasificación de las MIPYMES, según la Ley 645.

Es importante destacar que la clasificación de empresas no sigue un estándar uniforme a nivel mundial. En líneas generales, se observa que en economías más desarrolladas, los límites para considerar a una empresa como mediana o grande tienden a ser más elevados. Un ejemplo de esto es Brasil y Estados Unidos, donde, por ejemplo, se considera que una empresa es de tamaño mediano si tiene hasta 499 empleados (Sanchis y Ribeiro, 1999).

6.1.3 Características de las PYMES

1. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constituyen la columna vertebral de la economía nicaragüense, representando la mayoría de las entidades empresariales en el país (Cuadra, 2006).
2. Caracterizadas por su flexibilidad en los procesos productivos, las PYMES tienen la capacidad de adaptarse rápidamente a las demandas cambiantes del mercado y las condiciones económicas.
3. Estas unidades productivas no solo desempeñan un papel vital en la dinámica económica, sino que también representan una fuente significativa de generación de empleo, contribuyendo de manera sustancial al tejido laboral del país.
4. Al ser intensivas en la utilización de materia prima nacional, las PYMES desempeñan un papel fundamental en el procesamiento de los recursos naturales, contribuyendo así a la sostenibilidad y al desarrollo de la economía local (Monge-González, Alfaro-Azofeifa y Alfaro-Chamberlain, 2005).
5. Un rasgo distintivo de las PYMES es su capacidad para competir eficientemente con bajos niveles de inversión y financiamiento. Este enfoque pragmático les permite participar activamente en el mercado sin requerir recursos financieros significativos.
6. Las PYMES tienen el potencial de establecer encadenamientos productivos tanto verticales como horizontales. A través de alianzas estratégicas con grandes industrias, pueden lograr encadenamientos productivos verticales.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Asimismo, mediante la formación de consorcios y asociaciones entre ellas, pueden desarrollar encadenamientos horizontales, fortaleciendo la colaboración entre empresas de tamaño similar para maximizar su impacto y eficiencia.

6.1.4 Importancia

Las PYMEs desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico y social de Nicaragua. Su importancia radica en varios aspectos que impactan positivamente en la economía del país:

Generación de empleo: Las PYMEs en Nicaragua son fundamentales como generadoras de empleo. Contribuyen significativamente a la reducción del desempleo al ofrecer oportunidades laborales a una proporción sustancial de la población activa.

Diversificación económica: Las PYMEs contribuyen a la diversificación económica del país al participar en diversos sectores y actividades. Esto ayuda a disminuir la dependencia de la economía en un solo sector, haciéndola más resistente a las fluctuaciones del mercado.

Fomento de la innovación: Al ser más flexibles y adaptativas, las PYMEs en Nicaragua suelen ser cunas de innovación. Su capacidad para experimentar con nuevas ideas y tecnologías puede impulsar la innovación en la economía del país.

Contribución al PIB: Aunque individualmente pueden ser de menor tamaño, la suma del impacto económico de las PYMEs en Nicaragua es significativa. Colectivamente, contribuyen de manera sustancial al Producto Interno Bruto (PIB) del país.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Desarrollo de la comunidad local: Al estar arraigadas en las comunidades locales, las PYMEs son agentes clave para el desarrollo regional. Su éxito y crecimiento tienen un impacto directo en la prosperidad de las comunidades donde operan.

Inclusión social: Las PYMEs tienen el potencial de fomentar la inclusión social al proporcionar oportunidades económicas a grupos marginados o desfavorecidos, contribuyendo así a reducir las brechas sociales.

Fortalecimiento de la competitividad: La presencia activa de PYMEs en diferentes sectores fortalece la competitividad de la economía nicaragüense. La diversidad empresarial contribuye a la resiliencia económica frente a desafíos internos y externos.

Promoción del emprendimiento: Las PYMEs sirven como incubadoras naturales para el emprendimiento. Alentando la iniciativa empresarial, contribuyen al desarrollo de nuevas empresas y al crecimiento del ecosistema emprendedor en Nicaragua.

6.1.5 Emprendimiento en las PYMES

Emprendedor (a) son aquellas personas que identifican oportunidad, realizan un proyecto, luchan por sacarlo adelante y utilizan los recursos necesarios para ponerla en marcha. El emprendimiento es una actividad iniciada por el “emprendedor” con objetivos y medios para llevarlos adelante (Pedroza, 2011).

Toda persona emprendedora se caracteriza por ciertas cualidades:

- **Ser trabajador:** El trabajo es el mejor remedio para la vida porque te da la satisfacción a hacer algo por vos y para tu familia.
- **Perseverante:** Es mantener una actitud firme en alcanzar un objetivo en el momento que uno se propone llegar a un final definido por el mismo.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- **Honestidad:** Es una cualidad que consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad (decir la verdad)
- **Entusiasta:** La persona entusiasta o entusiasmada es guiada por una fuerza y sabiduría, y por ese motivo podría transformar la naturaleza que lo rodea y hacer que ocurran cosas.
- **Económico:** Es fundamental aprender a hacer uso adecuado de los recursos con los que se dispone en nuestro entorno.
- **Sincero:** La sinceridad es un valor en que las personas dicen la verdad y actúan con integridad es importante no perder esto de vista.
- **Auto confianza:** La auto confianza es un estado interno caracterizado por la convicción realista de que uno es eficaz para enfrentarse con posibilidades de éxito a las demandas del entrenamiento y la competencia.

6.2 Marco conceptual

6.2.1 ¿Qué es un proyecto?

Un proyecto es un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas que se llevan a cabo para alcanzar un objetivo específico en un período de tiempo determinado, utilizando recursos limitados de manera eficiente. Puede entenderse como una empresa temporal con un principio y un fin claramente definidos, diseñada para producir un resultado único y valioso.

Arias (2006) señala: “que se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización (p. 134)”.

De lo antes planteado, para llevar a cabo el proyecto factible, lo primero que debe realizarse es un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar, es plantear y fundamentar con basamentos teóricos la propuesta a elaborar y establecer, tanto

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar a delante la ejecución. Aunado a esto, se realizará el estudio de factibilidad del proyecto y, por último, la ejecución de la propuesta con su respectiva evaluación.

Entre las características clave de un proyecto se encuentran:

- **Temporalidad:** Los proyectos tienen un inicio y un fin definidos. No son actividades continuas y tienen una duración limitada.
- **Unicidad:** Cada proyecto es único y diferente de otros. Aunque pueda haber similitudes, las condiciones, los objetivos y los resultados finales varían.
- **Objetivos claros:** Los proyectos tienen objetivos específicos y medibles que se deben lograr. Estos objetivos proporcionan la dirección y el propósito del proyecto.
- **Recursos limitados:** Los proyectos están sujetos a restricciones de recursos como tiempo, dinero, personal y materiales. La gestión eficiente de estos recursos es crucial para el éxito del proyecto.
- **Interdisciplinario:** Los proyectos a menudo requieren la colaboración de personas con habilidades y conocimientos diversos. La interdisciplinariedad es común en la planificación y ejecución de proyectos.
- **Riesgos y desafíos:** Los proyectos implican incertidumbre y, por lo tanto, presentan riesgos y desafíos. La gestión de riesgos es una parte integral de la gestión de proyectos.
- **Planificación y estructura:** Los proyectos requieren una planificación detallada y una estructura organizativa. Esto implica dividir el proyecto en tareas más pequeñas y gestionar su ejecución de manera coordinada.
- **Entregables:** Cada proyecto tiene entregables o resultados concretos que se deben producir. Estos pueden ser productos, servicios o cualquier otro resultado tangible.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- **Aceptación del cliente o Stakeholders:** El éxito de un proyecto se mide en términos de satisfacción del cliente o de los stakeholders. Cumplir con sus expectativas y requisitos es fundamental.

Un proyecto se puede relacionar a la creación de una empresa o en tal caso la formalización de esta cuando esta labora en condiciones de informalidad, definido este último término según la coyuntura del territorio al que se estudia. Ejemplos de proyectos incluyen el desarrollo de software, la construcción de un edificio, la organización de un evento, la implementación de una nueva política empresarial, entre muchos otros. La gestión efectiva de proyectos implica la aplicación de métodos y herramientas específicas para garantizar que los objetivos se alcancen de manera eficiente y exitosa.

6.2.2 Estudio de mercado

Un estudio de mercado es una investigación sistemática y detallada que tiene como objetivo recopilar, analizar y comprender información relevante sobre un mercado específico. Esta actividad es esencial para evaluar la viabilidad y el potencial de éxito de un producto, servicio o proyecto en un entorno comercial determinado.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado (Porter, 2008).

Objetivo del estudio de mercado

Los objetivos de un estudio de mercado son establecidos para guiar la investigación de manera efectiva y obtener información relevante y valiosa. Estos objetivos ayudan a centrar la atención en aspectos específicos del mercado y orientan la

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

recopilación y el análisis de datos. Algunos objetivos comunes de un estudio de mercado incluyen:

- **Entender al público objetivo:** Identificar y comprender las características demográficas, psicográficas y conductuales del público objetivo para ajustar estrategias de marketing y satisfacer sus necesidades.
- **Evaluar la demanda del mercado:** Determinar la demanda actual y potencial del producto o servicio en el mercado, identificando patrones de compra, tendencias y factores que influyen en la decisión de compra.
- **Analizar la competencia:** Evaluar el panorama competitivo investigando a los competidores existentes, sus fortalezas, debilidades, estrategias de marketing y posición en el mercado.
- **Establecer la viabilidad del producto o servicio:** Determinar la aceptación del mercado para el producto o servicio, evaluando la viabilidad de su introducción, su posicionamiento y su diferenciación respecto a la competencia.
- **Segmentar el mercado:** Dividir el mercado en segmentos más pequeños y específicos según características como edad, género, ingresos y comportamientos de compra, para personalizar estrategias de marketing.
- **Evaluar canales de distribución:** Analizar y seleccionar los canales de distribución más efectivos para llegar a los consumidores, considerando la eficiencia y accesibilidad de los mismos.
- **Establecer estrategias de precios:** Definir una estrategia de precios competitiva basada en la oferta y la demanda del mercado, así como en la percepción de valor por parte de los consumidores.

- **Identificar oportunidades y amenazas:** Analizar el entorno empresarial y evaluar oportunidades y amenazas, lo que contribuye a la formulación de estrategias efectivas y a la mitigación de posibles riesgos.
- **Refinar estrategias de marketing:** Obtener información para ajustar estrategias de marketing, promoción y publicidad, maximizando la efectividad en la comunicación del producto o servicio al público objetivo.
- **Facilitar la toma de decisiones:** Proporcionar información precisa y relevante que sirva como base para la toma de decisiones estratégicas relacionadas con el lanzamiento, la promoción y la gestión del producto o servicio.

Procesos del estudio de mercado

- **Identificación del mercado objetivo:** Se define claramente el segmento de mercado al que se dirige el estudio. Esto implica comprender quiénes son los consumidores potenciales, sus necesidades y comportamientos.
- **Análisis de la demanda:** Se evalúa la demanda actual y potencial del producto o servicio en el mercado. Esto incluye la identificación de tendencias, patrones de compra y factores que influyen en la demanda.
- **Análisis de la competencia:** Se investigan y analizan los competidores existentes en el mercado. Esto implica conocer sus fortalezas, debilidades, estrategias de marketing y posición en el mercado.
- **Evaluación del entorno:** Se consideran factores externos que podrían afectar el éxito del producto o servicio, como tendencias económicas, políticas, sociales, tecnológicas y ambientales.

- **Segmentación del mercado:** Se divide el mercado en segmentos más pequeños y específicos según características como edad, género, ingresos y comportamientos de compra. Esto facilita la personalización de estrategias de marketing.
- **Determinación del precio:** Se investiga y establece una estrategia de precios competitiva basada en la oferta y la demanda del mercado, así como en la percepción de valor por parte de los consumidores.
- **Evaluación de canales de distribución:** Se analizan los canales a través de los cuales se distribuirá el producto o servicio, considerando la eficiencia y accesibilidad para llegar a los consumidores.
- **Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas):** Se realiza un análisis interno y externo para identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas del mercado.
- **Recopilación de datos primarios y secundarios:** Se utilizan fuentes de datos primarios, como encuestas y entrevistas, así como fuentes secundarias, como informes de mercado y estadísticas existentes.
- **Elaboración de conclusiones y recomendaciones:** Se resumen los hallazgos del estudio y se proporcionan recomendaciones para la toma de decisiones estratégicas.

Un estudio de mercado bien ejecutado proporciona información valiosa que ayuda a minimizar riesgos, orientar estrategias de marketing, definir precios adecuados y comprender a fondo las necesidades y expectativas de los consumidores, contribuyendo así al éxito de un proyecto o negocio en un entorno competitivo.

6.2.3 Plan de negocio

Un plan de negocio es un documento integral que describe la visión y estrategia de una empresa para alcanzar sus objetivos y metas. Es una herramienta esencial para la planificación y gestión, proporcionando una guía detallada sobre cómo la empresa operará, crecerá y tendrá éxito en el mercado (Pedroza, 2011). El plan de negocios es importante dado que es una herramienta valiosa porque nos permite definir y enfocar los objetivos, que se utilizará para obtener nuevos inversionista o préstamos bancarios, analiza adecuadamente las ventajas y desventajas que se pueden presentar.

Elaboración, estructura de un plan de negocio

En la elaboración de un plan de negocio, es fundamental seguir una serie de recomendaciones clave para garantizar una estructuración efectiva y la consecución de un plan útil. Estas recomendaciones proporcionan una guía esencial para abordar de manera integral y estratégica cada componente del plan, maximizando su impacto y utilidad. Las siguientes son algunas de las recomendaciones a considerar:

- **Claridad y concisión:** Asegurarse de que el plan sea claro y conciso en la presentación de la información. Evitar redundancias y utilizar un lenguaje directo y comprensible.
- **Enfoque en el lector:** Orientar el plan hacia el lector, que puede ser un inversionista, socio potencial o miembro del equipo. La presentación debe responder a sus preguntas y anticipar sus necesidades de información.
- **Datos y evidencia:** Basar las afirmaciones y proyecciones en datos y evidencia sólida. Esto proporciona credibilidad al plan y respalda la toma de decisiones.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- **Realismo en las proyecciones:** Establecer proyecciones financieras realistas y fundamentadas. Evitar la sobrevaloración de expectativas para construir una imagen realista del potencial del negocio.
- **Adaptabilidad:** Reconocer la posibilidad de cambios en el entorno empresarial y demostrar la capacidad del plan para adaptarse a escenarios alternativos.
- **Visión a largo plazo:** Incorporar una visión a largo plazo en la estrategia y los objetivos del negocio. Esto ayuda a mostrar la sostenibilidad y la dirección futura de la empresa.
- **Inclusión de contingencias:** Considerar posibles riesgos y contingencias, y describir planes para abordar situaciones adversas. Esto demuestra preparación y gestión eficiente de riesgos.
- **Revisión y actualización:** Planificar revisiones y actualizaciones periódicas del plan para garantizar su relevancia y validez a medida que evoluciona el entorno del negocio.
- **Participación del equipo:** Involucrar a los miembros clave del equipo en la elaboración del plan para aprovechar la experiencia y perspectivas internas.
- **Formato profesional:** Mantener un formato profesional y estéticamente atractivo. Un diseño limpio y organizado facilita la lectura y comprensión del plan.
- **Comunicación efectiva:** Asegurarse de que la comunicación sea efectiva tanto para expertos en el sector como para aquellos menos familiarizados con la industria.
- **Conclusión accionable:** Concluir el plan con acciones específicas y pasos a seguir. Esto ayuda a dar un sentido de dirección y propósito a los lectores.

Siguiendo estas recomendaciones, se puede lograr una estructuración sólida y efectiva del plan de negocio, proporcionando a la empresa una herramienta valiosa para la toma de decisiones y la planificación estratégica.

6.2.4 Características claves de un plan de negocio

Características clave de un plan de negocio:

1. Descripción de la empresa: Proporciona una introducción detallada de la empresa, su misión, visión, valores y objetivos a largo plazo.
2. Análisis del mercado: Examina el mercado en el que la empresa opera, identificando competidores, oportunidades, amenazas y tendencias.
3. Producto o servicio: Describe detalladamente los productos o servicios que ofrece la empresa, destacando sus características únicas y ventajas competitivas.
4. Estrategia de Marketing: Detalla la estrategia de marketing, incluyendo posicionamiento, segmentación de mercado, canales de distribución y estrategias de promoción.
5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas): Evalúa los aspectos internos y externos de la empresa para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
6. Estructura organizativa: Presenta la estructura organizativa de la empresa, incluyendo roles y responsabilidades de los miembros del equipo.
7. Plan de operaciones: Detalla cómo se llevarán a cabo las operaciones diarias, desde la producción hasta la entrega del producto o servicio.
8. Análisis financiero: Incluye proyecciones financieras, como estados de resultados, balances y flujos de efectivo, para evaluar la viabilidad financiera del negocio.
9. Estrategia de recursos humanos: Describe la estrategia para la gestión de recursos humanos, incluyendo contratación, capacitación y desarrollo del personal.
10. Plan de implementación: Establece los pasos y cronograma para la implementación de las estrategias y acciones propuestas.

11. Evaluación y control: Define métricas y criterios para evaluar el rendimiento de la empresa y establece procedimientos para el control y ajuste continuo de las operaciones.

6.3 Marco contextual

El presente proyecto de inversión busca establecer un autolavado en la pintoresca ciudad de El Viejo, ubicada en el Departamento de Chinandega, Nicaragua, durante el año 2023. Para comprender plenamente la viabilidad y las oportunidades de este emprendimiento, es crucial analizar el contexto específico en el que se desarrollará el autolavado. A continuación, se detallan aspectos relevantes del marco contextual:

6.3.1 Tendencias locales en servicios de autolavado

En el contexto nicaragüense, la industria de autolavados se caracteriza por la presencia predominante de establecimientos más pequeños, con una tecnología menos avanzada en comparación con mercados más desarrollados. En este escenario, es común observar autolavados que atienden tanto a automóviles como a motocicletas, adaptándose a las necesidades variadas de la comunidad local.

1. Presencia de autolavados de tamaño reducido: La oferta de autolavados en Nicaragua tiende a ser conformada mayormente por establecimientos de tamaño reducido. Estos suelen ser operados de manera independiente o como negocios familiares, ofreciendo servicios básicos de lavado y limpieza para vehículos.

2. Tecnología simplificada y accesible: La tecnología utilizada en estos autolavados suele ser más accesible y menos sofisticada en comparación con instalaciones de mayor envergadura. Se prioriza la eficiencia y la economía, adaptándose a la realidad económica local.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

3. Atención a motos y autos tradicionales: La diversidad de vehículos que atienden estos autolavados es visible, incluyendo tanto automóviles como motocicletas. Este enfoque versátil refleja la realidad del parque vehicular local y ofrece opciones de servicio a una gama más amplia de clientes.

4. Crecimiento de la oferta debido a la baja regulación: El crecimiento constante de la oferta de autolavados se atribuye en parte a la baja regulación en el sector. La flexibilidad para establecer este tipo de negocios ha llevado a un aumento gradual en la cantidad de autolavados en diversas localidades, generando una mayor competencia.

5. Personalización y servicio personal: La atención personalizada y el servicio cercano al cliente son características distintivas de muchos autolavados locales. Estos establecimientos a menudo construyen relaciones directas con sus clientes, ofreciendo un toque personal que contribuye a la fidelidad del cliente.

6. Desafíos de sostenibilidad y ecología: Aunque la oferta es variada y la competencia está en aumento, la falta de regulaciones específicas también presenta desafíos, especialmente en términos de prácticas sostenibles y ecológicas. La adopción de medidas más amigables con el medio ambiente puede ser una oportunidad para destacar en el mercado local.

VII. Diseño Metodológico

7.1 Tipo de estudio

El presente proyecto de inversión se enmarca en un estudio de viabilidad económica y financiera. Se aborda a través de un enfoque descriptivo que permite analizar las condiciones actuales del mercado de autolavados en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega. Este tipo de estudio facilita la recopilación de información relevante para evaluar la factibilidad técnica, económica y financiera del proyecto.

La metodología empleada comprende la revisión de fuentes secundarias, como investigaciones previas, informes sectoriales y datos estadísticos pertinentes. Además, se llevan a cabo encuestas con potenciales clientes para obtener percepciones específicas sobre las necesidades y preferencias de los consumidores.

El análisis comparativo con otros estudios de autolavados similares, tanto a nivel nacional como internacional, proporciona un marco de referencia valioso. Asimismo, se realiza un análisis FODA para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puedan impactar en el éxito del proyecto.

7.2 Método de investigación

El método de investigación es, según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014), el procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica, que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento. Este estudio se basa en el método deductivo, que implica partir de conceptos generales para llegar a conclusiones específicas. En este enfoque, se comienza con teorías, principios y conocimientos establecidos en el ámbito de los autolavados, la gestión empresarial y la economía. Posteriormente, se aplican estos principios generales a la realidad

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

específica del proyecto de inversión en el autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega.

7.3 Área de estudio

El área de estudio para este proyecto de inversión abarca el municipio de El Viejo, ubicado en el Departamento de Chinandega. Se selecciona este territorio debido a su relevancia geográfica y demográfica, así como a la identificación de oportunidades de mercado para la implementación de un autolavado.

El municipio de El Viejo, al ser una localidad con actividad económica y tráfico vehicular significativos, se presenta como un entorno propicio para la introducción de servicios de autolavado. Además, la demanda potencial de este servicio se relaciona con la presencia de propietarios de vehículos que buscan soluciones eficientes y accesibles para el mantenimiento y limpieza de sus automóviles.

7.4 Fuentes de información

La obtención de datos confiables y actualizados es esencial para llevar a cabo un análisis preciso en este proyecto de inversión. Por ende, se utilizaron diversas fuentes de información que abarcan tanto datos secundarios como la recolección directa de datos primarios. Las principales fuentes de información incluyen:

Datos primarios:

- Encuestas estructuradas dirigidas a propietarios de vehículos en el área de estudio para comprender sus preferencias y necesidades en relación con los servicios de autolavado.
- Observación directa del comportamiento de los consumidores y la dinámica del tráfico vehicular en la zona.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Fuentes secundarias:

- Informes y estudios previos sobre el mercado de autolavados a nivel local, regional y nacional.
- Estadísticas y datos sectoriales proporcionados por entidades gubernamentales y organismos relacionados con la industria automotriz.
- Análisis de tendencias y patrones de consumo en el sector de servicios de autolavado.
- Investigaciones académicas y literatura especializada en emprendimientos similares y estudios de viabilidad económica.

7.5 Plan de análisis

Para el procesamiento de la información obtenida se utilizó Microsoft Word, Excel, Power Point, y con la información recaudada se realizó el análisis respectivo en base a los siguientes hilos conductores:

➤ Datos principales del negocio

Nombre de la empresa

Tipo de servicio

Propuesta de valor

Imagen corporativa

Descripción del servicio

Lista de insumos

Mercado potencial

Participación en el mercado

Características innovadoras o diferenciales

Competencia

Ventajas competitivas

Estrategias del proyecto

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Descripción del servicio

Estrategias del proyecto

Valores

➤ **Plan de mercado**

Análisis del sector

Análisis del mercado

Naturaleza metodológica: Cuantitativa

Método de recolección de datos: Encuesta personal a dueños de vehículos

Tipo de cuestionario: Estructurado sobre demanda potencial del servicio prestado

Ámbito Geográfico del Universo: Municipio de El Viejo

Población: Personas mayores de edad que son propietarios de vehículos y que demandan servicios de limpieza.

Tipo de muestreo: Muestreo probabilístico.

Análisis de la competencia

Estrategias de mercado

Estrategias de precio

Estrategias de promoción y comunicación

Estrategias de aprovisionamiento

Proyecciones de venta

➤ **Producción y gestión administrativa**

Plan de producción:

Descripción desde la perspectiva del usuario

Descripción del proceso

Plan de producción de servicio

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo,
Departamento de Chinandega, en el año 2023

Necesidades y requerimientos

Costos de producción

Infraestructura

Estudio administrativo:

Análisis FODA

Impacto de las 5 fuerzas de Porter

Estructura organizacional

Constitución empresa y aspectos legales

Gasto del personal

Gasto de Administración

➤ **Viabilidad económica**

Fuentes de financiamiento

Plan de inversión

Estado de Resultado

Balance General

Flujo de Caja

Análisis Financiero

7.6 Operacionalización de las variables

Tabla 2. Operacionalización de las variables

Variable	Definición	Variables	Fuente
<p>Datos principales del negocio</p>	<p>Abarca información esencial que define y caracteriza fundamentalmente la empresa. Esto puede incluir datos financieros, datos de mercado, detalles sobre productos o servicios ofrecidos, estructura organizativa, y cualquier otro aspecto crucial que brinde una visión integral de la entidad y su entorno operativo.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre de la empresa 2. Tipo de servicio 3. Propuesta de valor 4. Imagen corporativa 5. Descripción del servicio 6. Lista de insumos 7. Mercado potencial 8. Participación en el mercado 9. Características innovadoras o diferenciales 10. Competencia 11. Ventajas competitivas 12. Estrategias del proyecto 13. Descripción del servicio 14. Estrategias del proyecto 15. Valores 	<p>Primaria</p>

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Mercado	El entorno empresarial en el que se comercializan los productos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis del sector 2. Análisis del mercado 3. Análisis de la competencia 4. Estrategias de mercado 5. Estrategias de precio 6. Estrategias de promoción y comunicación 7. Estrategias de aprovisionamiento 8. Proyecciones de venta 	Primaria
Producción y gestión administrativa	Información relacionada con el proceso de producción y la gestión administrativa	<p>Plan de producción:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Descripción desde la perspectiva del usuario 2. Descripción del proceso 3. Plan de producción de servicio 4. Necesidades y requerimientos 5. Costos de producción 6. Infraestructura 	

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

		<p>Estudio administrativo:</p> <p>7. Análisis FODA</p> <p>8. Impacto de las 5 fuerzas de Porter</p> <p>9. Estructura organizacional</p> <p>10. Constitución empresa y aspectos legales</p> <p>11. Gasto del personal</p> <p>12. Gasto de Administración</p>	
Viabilidad económica	Los recursos de carácter patrimonial con los cuales pueden contar las cooperativas para el cumplimiento de sus objetivos socioeconómicos	<p>1. Fuentes de financiamiento</p> <p>2. Plan de inversión</p> <p>3. Estado de Resultado</p> <p>4. Balance General</p> <p>5. Flujo de Caja</p> <p>6. Análisis Financiero</p>	Primaria

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

VIII. Resultados

8.1 Datos principales del negocio

8.1.1 Nombre de la empresa

Burb Wash

8.1.2. Tipo de servicio

Empresa de lavado de vehículos

8.1.3. Propuesta de valor

Figura 1. Modelo Canvas de Burb Wash



Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

8.1.4. Imagen corporativa

Logo: Burb Wash utiliza un imagotipo donde se emplea texto e imagen pero que pueden funcionar por separado. Los elementos usados son un auto y gotas de agua, haciendo alusión a que nos dedicamos.

Figura 2. Logo de Burb Wash



Fuente: elaboración propia

Marca grafica complementaria

Figura 3. Colores complementarios positivo/negativo



Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Reproducimos la marca con los colores complementarios donde se muestran en su variante positiva y negativa. El uso de estos complementarios se reservará preferentemente para usos publicitarios y papelería

Aplicación del color: Los colores corporativos son el gris y el azul, el primero porque transmite formalidad y neutralidad, mientras que el segundo emite seguridad, confianza y progreso, valores asociados con lo que representa la empresa.

Figura 4. Paleta de colores

	RGB R:242 G:242 B:242 Hexadecimal #F2F2F2		RGB R:224 G:224 B:224 Hexadecimal #E0E0E0		RGB R:33 G:33 B:33 Hexadecimal #212121
	RGB R:200 G:236 B:246 Hexadecimal #C8ECF6		RGB R:103 G:155 B:207 Hexadecimal #679BCF		RGB R:26 G:136 B:166 Hexadecimal #1A88A6
	RGB R:68 G:132 B:196 Hexadecimal #4484C4		RGB R:41 G:86 B:131 Hexadecimal #295683		RGB R:21 G:44 B:67 Hexadecimal #152C43

Fuente: elaboración propia

8.1.5. Descripción del servicio

Los servicios que ofrece Burb Wash son:

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- **Lavado de servicio básico:** El servicio de lavado básico tiene que cumplir el principal propósito que es dejar el vehículo limpio.

¿Que contiene un servicio básico?

- Aspirado y acondicionamiento de interior
- Baño de espuma y lavado profundo de la superficie
- Limpieza de llantas y neumáticos
- Acondicionamiento de llantas, plásticos y molduras exteriores
- Limpieza de vidrios

Se realiza una limpieza profunda del vehículo con ayuda de las herramientas y materiales de limpieza como es la hidro lavadora, jabón líquido, una esponja para frotar y un trapo para secarlo.

- **Lavado de servicio completo:** En este servicio se realiza la limpieza del auto tanto en la parte exterior como en la parte interior del vehículo y seguido de un aspirado profundo.
- **Servicios adicionales:** El servicio de lavado se puede complementar con servicios adicionales que brindan nuevas opciones de ingreso y cubren la necesidad de ciertos clientes que buscan algo más que solo un simple lavado del interior y exterior de su vehículo además que es un servicio adicional sustentable y adaptable a la necesidad del cliente.

Dentro de estos servicios adicionales se encuentran:

- Lavado del motor
- Lavado de vestiduras de tela o piel
- Pulido
- Encerado

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

8.1.6 Lista de insumos

Tabla 3. Insumos

Concepto	Costo Mensual (C\$)
Toallas	600.00
Jabón líquido	900.00
Abrillantador	2,000.00
Naiz	2,000.00
Esponja	680.00
Total	6,180.00

Fuente: elaboración propia

8.1.7 Mercado potencial

Existe un nicho creciente en el mundo es el de los automóviles y todo lo que tiene que ver con ellos. Uno de los negocios relacionados más rentables es sin duda el del auto lavado, que ha crecido considerablemente. El mercado objetivo de Burb Wash (futuros clientes) estará constituido por las personas del municipio de El Viejo y sus alrededores que posean vehículo, que puedan pagar por este servicio y que prefieren pagar para que alguien lo haga, esperando que el mismo sea realizado con calidad, esmero y gusto.

8.1.8 Participación en el mercado

En relación con la cantidad de clientes que se planea atender, la estrategia consiste en abarcar un porcentaje reducido del mercado, en consonancia con la capacidad operativa de Burb Wash. Es crucial destacar que existe una demanda considerable de este servicio, la cual permanece insatisfecha. Considerando el marco de un sistema de libre mercado y la presencia de otros competidores, tanto cercanos

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

como distantes, se ha tomado en consideración la participación de mercado de estos competidores existentes. Asimismo, se ha evaluado la capacidad proyectada de Burb Wash para determinar el porcentaje específico de participación en el mercado que se aspira alcanzar.

8.1.9 Características innovadoras o diferenciales

Apoyo de la innovación

- Que todos los involucrados en el negocio den su mayor aporte para el crecimiento de este mismo.
- Asignación de recursos: brindar capacitación para tener un personal óptimo a dificultades.
- Guía de recursos: creación de estrategias de innovación.

Diseño organizacional

- Permisos y accesos: a recursos de habilidades habidas y por haber.
- Recompensa: proposición de metas a los empleadores, que esto los motive a dar el %100 de cada uno de ellos.

Prácticas de innovación

- Desarrollo de habilidades: estrategias claras a los empleadores para el desarrollo óptimo de tus habilidades
- Involucramiento de dirección: estar presente en todos los procesos de producción y compra de insumos

Necesidades que satisface el producto.

- Un sitio donde lavar su auto.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- Conocimiento sobre el servicio de auto lavado.
- Asistencia por medio de página web.
- Personal apto para el servicio.

8.1.10 Competencia

Tabla 4. Competencia

Competencia		Características
Autolavado y lubricación de parlantes Araceli	y	Establecimiento que brinda el servicio de lavado de auto y tapicería, con lubricación de parlante
Autolavado providencia	la	Establecimiento que brinda el servicio de lavado de auto
Autolavado cucaracha	la	Establecimiento que brinda el servicio de lavado de auto

Fuente: elaboración propia

8.1.11 Ventajas competitivas

- Óptimo cuidado y mantenimiento del vehículo: al no haber contacto físico con la carrocería, evitando que se dañe con los cepillos de los túneles de lavado, puesto que las cerdas de estos erosionan la pintura del coche.
- Menor consumo de agua: supone un gasto mucho menor de agua, consumiendo un tercio del agua que se usa generalmente en los túneles de lavado.
- Menor gasto de energía eléctrica frente a otros sistemas de lavado.
- Más económico para los usuarios: por su precisión, calidad, sencillez y control del consumo, el coste de un autolavado a alta presión es de los más competitivos del mercado.
- Limpieza más completa: nos permite limpiar adecuadamente los bajos y los pasos de rueda del vehículo, áreas "muertas" en los túneles de lavado.

8.1.12 Estrategias del proyecto

- Implementar una promoción para atraer más clientela, por ejemplo dar tarjetas por cada vez que vayan a lavar su carro y al juntar 5 tarjetas el lavado es gratis.
- Crear ofertas especiales.
- Realizar descuentos a clientes especiales.
- Ofrecer un excelente servicio al cliente.
- Asegurar la calidad del servicio.
- Escuchar a los clientes.
- Contratar personal con actitud de servicio
- Tener un buen branding.

8.1.13 Descripción del servicio

Misión: Crear el mejor servicio, no solo causar la creación de un autolavado, si no utilizar el negocio para inspirar e implementar la solución a un buen lavado de coches

Visión: Ser la empresa líder en el servicio de lavado de vehículos garantizando la satisfacción y servicio de excelencia, ofreciendo una alternativa para maximizar el tiempo del cliente, creando la combinación perfecta entre servicio y calidad que provoque la lealtad de nuestros clientes.

8.1.14 Estrategias del proyecto

Corto plazo:

- Analizar el comportamiento del mercado objetivo para comprender sus expectativas y detectar nuevas tendencias, identificando así las necesidades emergentes que se deben abordar.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- Establecer alianzas estratégicas con los proveedores de los productos utilizados en el lavado de vehículos, asegurando un suministro eficiente y de calidad para los servicios ofrecidos.
- Cultivar relaciones sólidas con los clientes, trascendiendo la mera prestación de servicios para convertirnos en su opción preferencial. Se busca no solo satisfacer sus necesidades, sino también anticiparnos a ellas, proporcionando atenciones y servicios que generen lealtad.

Mediano plazo:

- Posicionarnos como una marca confiable, con experiencia en brindar un servicio de calidad e innovador.
- Ampliar la oferta de servicios, teniendo en cuenta (en base a la experiencia se adquira) las necesidades adicionales que existen.
- Establecer estrategias para atraer el gremio de taxista, generando un mayor flujo de servicios.

Largo plazo:

- Posicionarnos en el mercado como una empresa innovadora, en la prestación de estos servicios.
- Apertura de nuevas plazas con los mismos estándares de calidad y servicio, en diferentes municipios de El Viejo

8.1.15 Valores

- **Responsabilidad:** al momento de que lleva su vehículo a las instalaciones se tiene la gran responsabilidad de cuidarlo y darle el mejor mantenimiento que necesita
- **Compromiso:** a seguir actualizándonos en los productos para brindarles el 100 % de calidad.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- **Honestidad:** Conservar una cultura organizacional en el equipo de trabajo, en donde la transparencia y honestidad sean primordial al momento de prestar el servicio.

8.2 Estudio de mercado

8.2.1 Análisis del sector

Evolución: Existe un nicho creciente en el mundo es el de los automóviles y todo lo que tiene que ver con ellos. Uno de los negocios relacionados más rentables es sin duda el del auto lavado, que ha crecido considerablemente. En Nicaragua el crecimiento del parque vehicular es de un 7.8%. A nivel municipal el parque vehicular es de un aproximado de 12,830 vehículos, con un crecimiento anual de casi de 4.28%, lo que habla de un creciente número de automovilistas y, por lo tanto, de posible mercado.

Tipo de mercado: La demanda a la que está dirigida el proyecto es el tipo de demanda que consume bienes finales; ya que la empresa Burb Wash, brindará servicios que vallan enfocados en la eficiencia y buena atención al cliente, estableciendo índices de calidad en el servicio que permitan llevar el buen manejo de la empresa.

Demanda de bienes finales: bienes adquiridos directamente por el consumidor para el uso o aprovechamiento.

Tecnología: Esta tendencia (lavado de autos) ha sido impulsada por la progresión de la tecnología. Las lavadoras automáticas se han vuelto menos costosas y más eficientes en los últimos años hasta el punto de que normalmente es rentable invertir en estas máquinas. La tecnología que se utiliza es estándar y bastante básica, donde destaca la hidro lavadora con una capacidad de 2.1 gpm (Galones de agua) a 1600 PSI (Pounds-force per Square Inch).

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

8.2.2 Análisis del mercado

Mercado objetivo: Los clientes potenciales serán todas aquellas personas posean un vehículo.

Justificación del mercado objetivo: El mercado en el rubro de los autolavados está en constante crecimiento en las zonas del municipio de El Viejo correspondiente al departamento de Chinandega, y conforme a la poca participación de entidades que puedan ofrecer este servicio se crea una oportunidad de negocio de la que se puede sacar provecho.

Estimación del mercado potencial: Para determinar en el proyecto el tamaño del universo se ha considerado los datos proporcionados por la Policía Nacional (2021) que corresponden a un parque vehicular de 12,830, siendo del interés propio las motos, vehículos livianos (autos, jepps, pick ups), microbús y minibús, siendo un aproximado de 7,994 vehículos.

Tamaño del mercado:

N = Tamaño de la población = 7,994

Z² = Nivel de confianza = 90% (1.645)

e² = Límite de error = 10% = (0.1)

p = Probabilidad de éxito = 50% = (0.50)

q = Probabilidad de fracaso = 50% = (0.50)

n = Tamaño de la muestra (?)

Ecuación: $(NZ^2pq) / (e^2(N - 1) + Z^2pq)$

$$n = \frac{7,994 * (1.645)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.1)^2(7,994 - 1) + (1.645)^2 * 0.50 * 0.50}$$

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

$n = 68$

Demanda captada: Con la finalidad de contar con una mayor certidumbre en la demanda del servicio de lavado de autos, se determinó el nivel de aceptación del autolavado a través de la encuesta, y gracias a esta se pudo estimar una demanda potencial de 6340 personas.

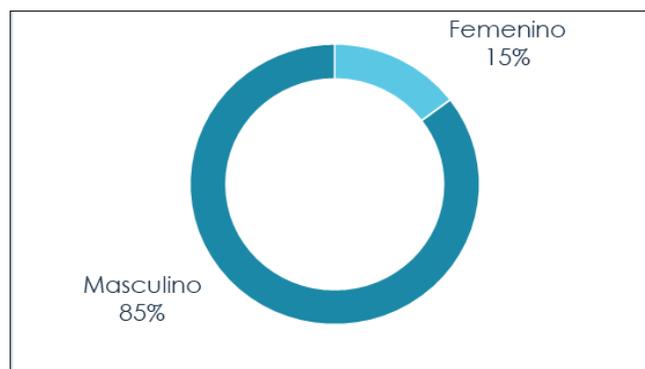
Tabla 5. Demanda captada

Datos de Encuesta	
Muestra	68
Nivel de aceptación	79%
Demanda potencial	6340
% Atención con capacidad actual	13.93%
Demanda captada según la capacidad instalada	883

Fuente: elaboración propia

Análisis de la encuesta: Se encuestaron 68 personas para conocer su opinión respecto a la implementación del servicio de lavado de autos en el municipio de El Viejo, obteniendo los siguientes resultados:

Figura 5. Sexo de los encuestados

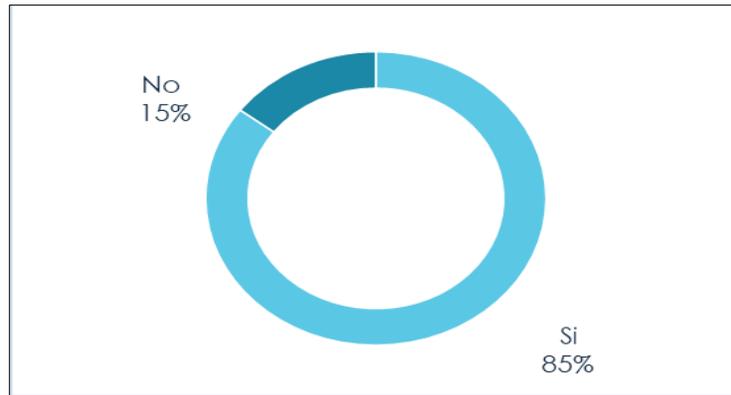


Fuente: Encuesta

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

La mayoría de los encuestados son del sexo masculino siendo un 85%.

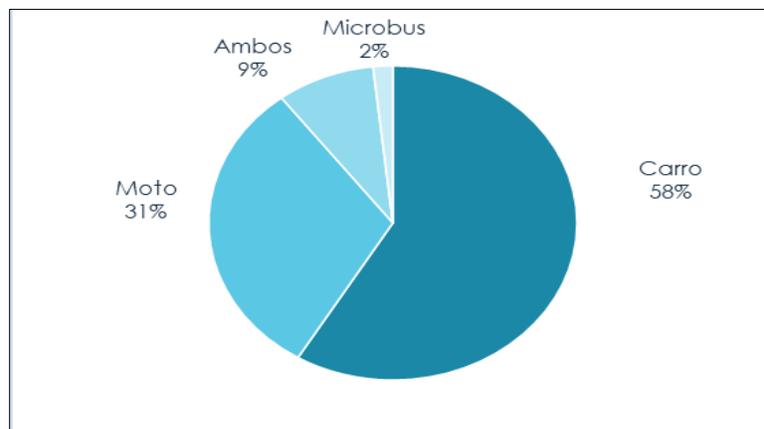
Figura 6. Gráfica de la demanda potencial



Fuente: Encuesta

Los resultados de esta pregunta refleja que un alto porcentaje de aceptación para servicio con un 85%.

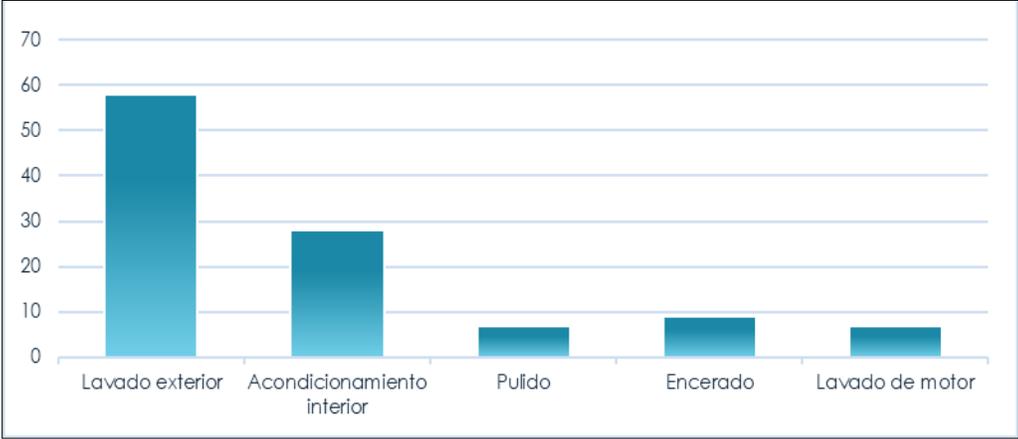
Figura 7. Tipo de vehículo que poseían los encuestados



Fuente: Encuesta

Se puede observar que la mayoría de los encuestados poseen carro con 58%, siguiendo con 31% los propietarios de motos.

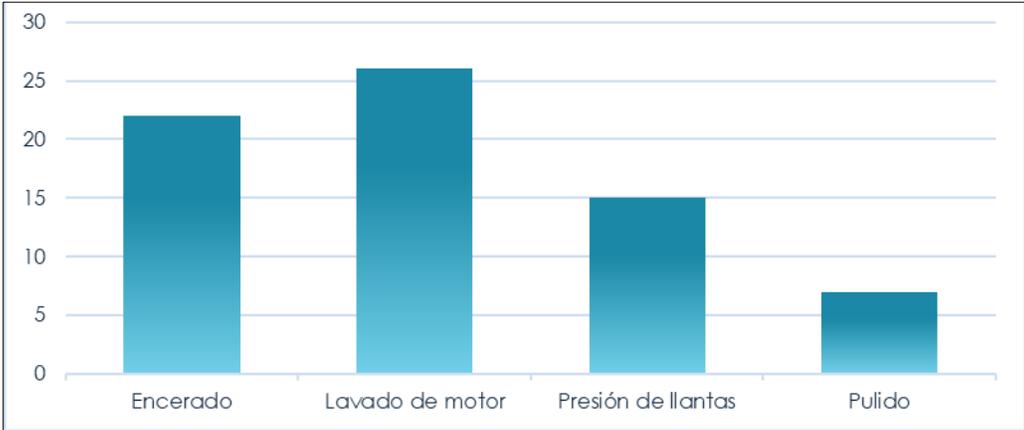
Figura 8. Servicios que habían usada anteriormente los encuestados



Fuente: Encuesta

El servicio más solicitado anteriormente por los encuestados es el lavado exterior, y siendo el segundo el acondicionamiento interior.

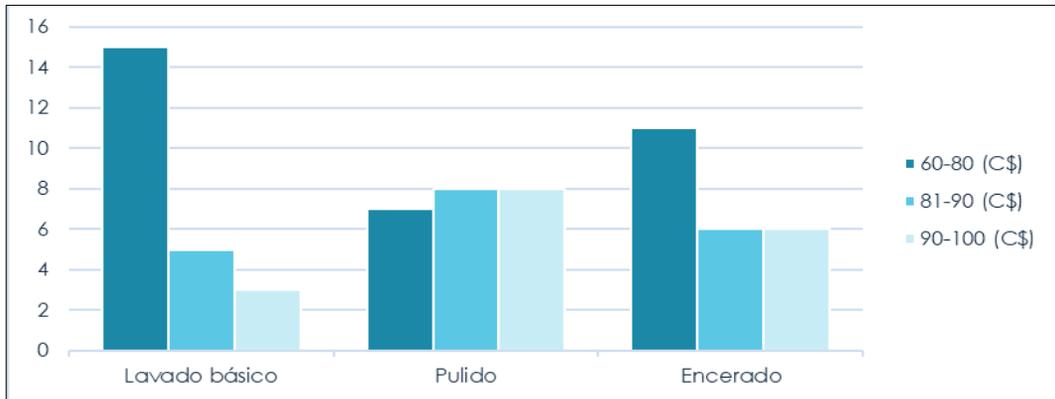
Figura 9. Servicios adicionales que prefieren los encuestados



Fuente: Encuesta

Los encuestados tienen más interés en lavado de motor y el encerado como servicio adicional.

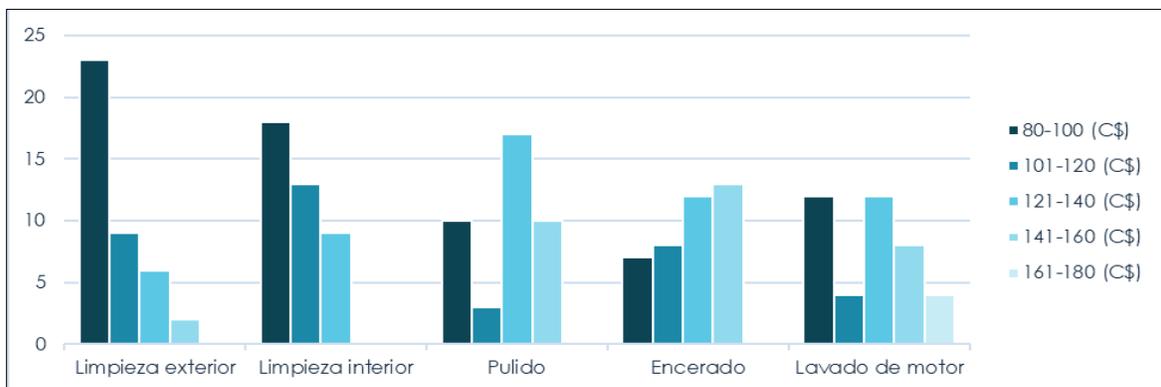
Figura 10. Preferencia de precio para motos



Fuente: Encuesta

Los propietarios de motos prefieren gastar 60 córdobas para el lavado exterior de su vehículo; en el pulido no hay mucha diferencia en gasto que están dispuestos a invertir y en el encerado la mayoría está dispuesto a invertir el precio más barato.

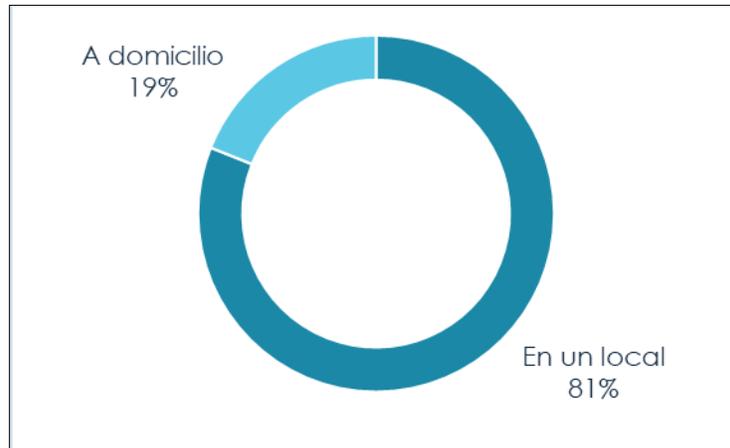
Figura 11. Preferencia de precio para motos



Fuente: Encuesta

Los propietarios de carros están dispuestos a invertir el precio más barato en la limpieza interior y exterior, mientras que en el pulido están dispuestos a invertir más de 120 córdobas, en el encerado desean gastar más de 140 córdobas.

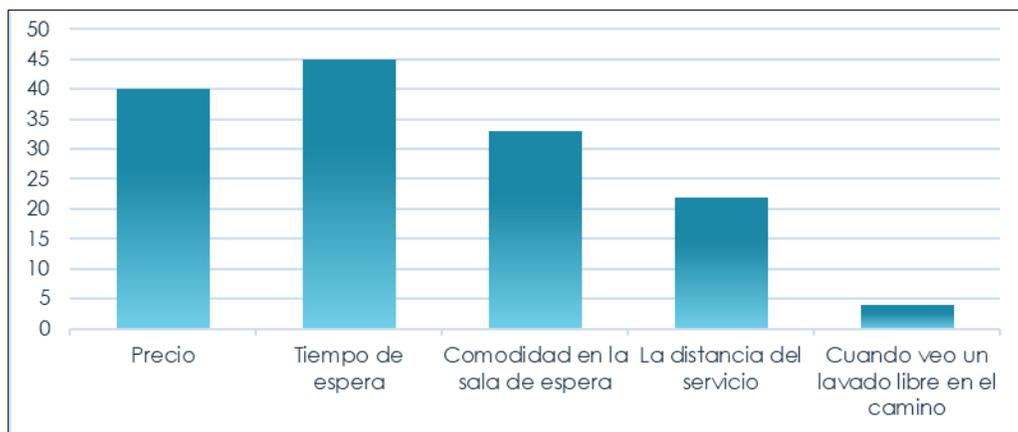
Figura 12. Preferencia de servicio



Fuente: Encuesta

En la Figura 12 se observa que la mayoría prefiere asistir a un local para lavar su auto, sin embargo, un 19% del mercado prefiere a domicilio por lo que es nicho que se puede explorar.

Figura 13. Elementos que afectan en la decisión de uso de autolavados

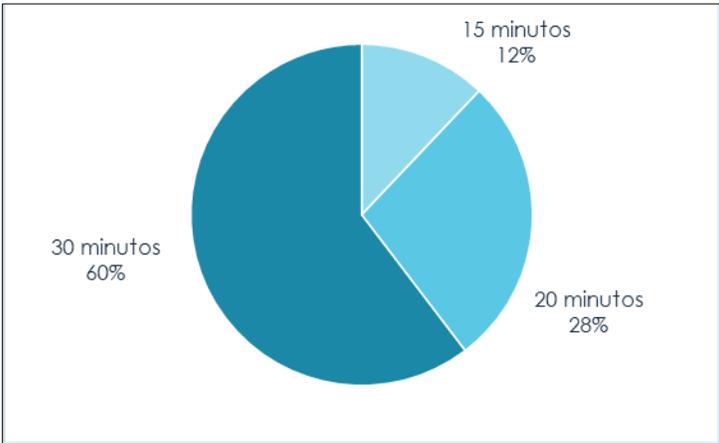


Fuente: Encuesta

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Los elementos que más influyen en la elección de un autolavado para los encuestados es en primer lugar el tiempo de espera, el precio en segundo y la comodidad en el tercero.

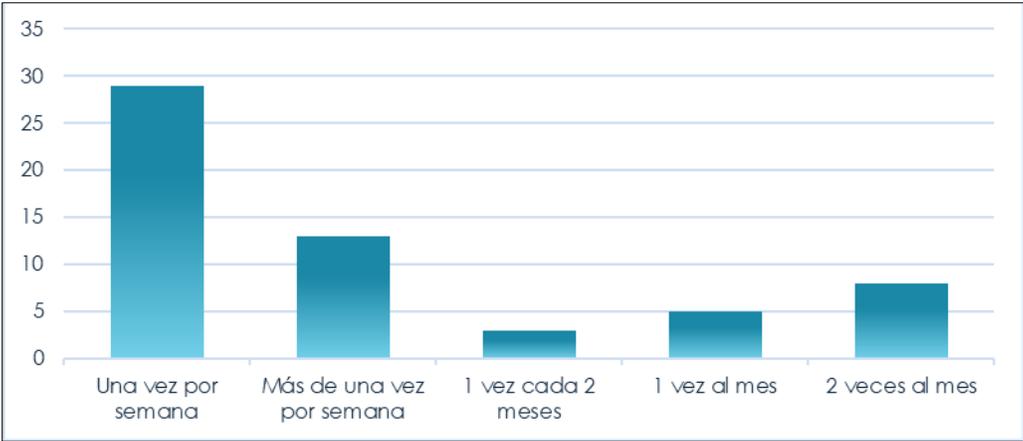
Figura 14. Tiempo óptimo de espera de servicio



Fuente: Encuesta

El tiempo óptimo de espera que consideran los encuestados para que el personal lave su auto es de 30 minutos.

Figura 15. Frecuencia de lavado de vehículo

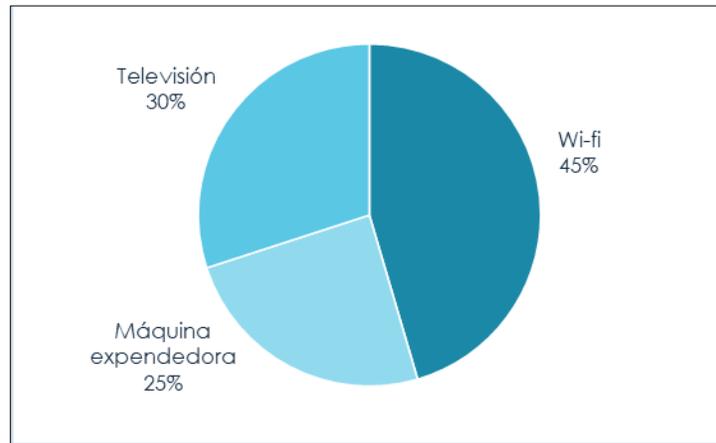


Fuente: Encuesta

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

La mayoría de encuestados lava su auto una vez por semana, mientras que algunos lo hacen más de una vez.

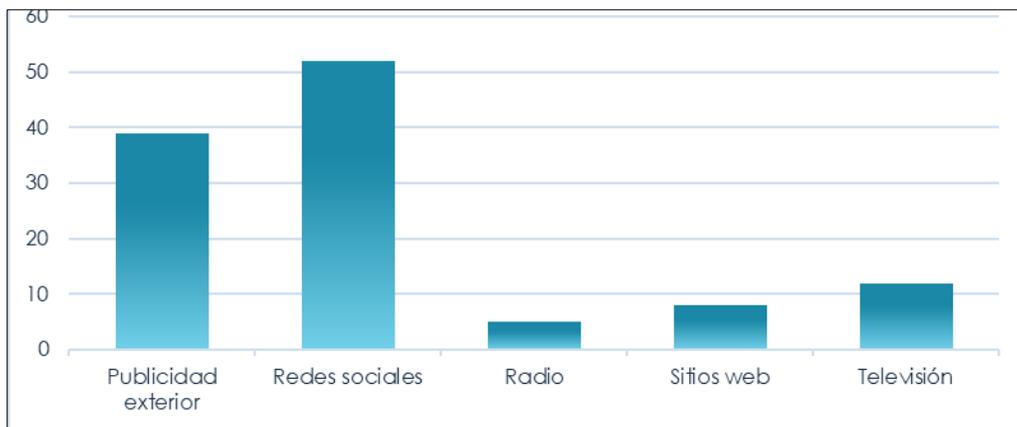
Figura 16. Preferencia de servicios en el área de espera



Fuente: Encuesta

En el servicio que están más interesados los encuestados en la sala de espera es del servicio de Internet o Wi-Fi.

Figura 17. Preferencia de medios publicitarios

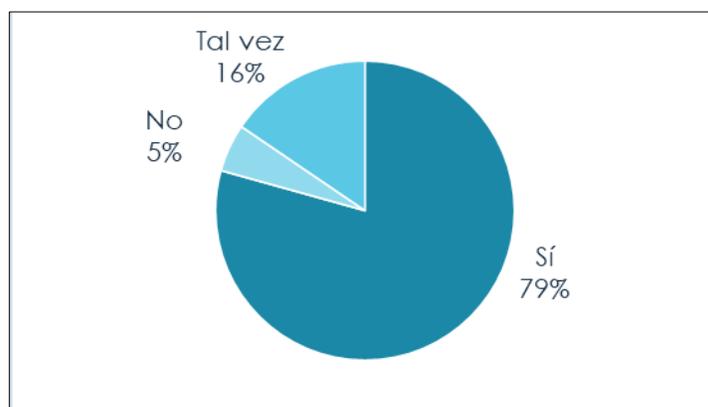


Fuente: Encuesta

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

La mayoría de los encuestados prefieren ver publicidad en las redes sociales seguido de la publicidad exterior.

Figura 18. Nivel de aceptación del autolavado



Fuente: Encuesta

Se observa que el servicio tiene un gran nivel de aceptación siendo el de un 79%.

8.2.3 Análisis de la competencia

Tabla 6. Análisis de competencia de Burb Wash

Marca	Servicio	Tipo de Competencia	Tipo de empresa	Desventajas competitivas	Precios estimados
Autolavado y lubricación de parlantes Araceli	• Lavado completo.	Directo	Micro	Tienen mala ubicación	C\$150.00
	• Básico.				C\$100.00
	• Aspirado.				C\$80.00
Autolavado la Provincia	• Lavado básico + Encerado.	Directo	Micro	Su maquinaria es antigua.	C\$160.00
	• Lavado básico.				C\$120.00
Autolavado la Cucaracha	• Lavado básico.	Directo	Micro	No cuentan con publicidad en las redes sociales	C\$100.00
	• Lavado externo.				C\$80.00
	• Aspirado.				C\$60.00

Fuente: Encuesta

8.2.4 Estrategias de mercado

Concepto del servicio: El lavado de autos es la operación de limpieza interior y exterior de la carrocería de un automóvil o motocicleta, y si bien no tiene un efecto directo sobre el funcionamiento del vehículo, es importante para la protección de chapas, pinturas, revestimientos y sillines.

La limpieza, si se realiza con regularidad y con el debido cuidado, puede prevenir el avance del proceso de degradación de la pintura y la chapa y limitar parte del desgaste y la corrosión causados por el polvo y los agentes atmosféricos. La suciedad que se acumula en la pintura se compone principalmente de smog atmosférico, partículas carbonosas del escape de otros vehículos y sal rociada en la carretera. Estas sustancias son corrosivas para la pintura, corroyéndola, aumentando la porosidad y haciéndola opaca. El daño que puede causar la suciedad depende del tiempo que permanece en la pintura, lo que explica que un coche lavado con más frecuencia tenga un acabado más brillante y menos agujeros que uno que se lava cada cierto tiempo.

Estrategias de plaza y distribución: El lugar de operaciones estará situado en el municipio de El Viejo, en el departamento de Chinandega, específicamente en la antigua gasolinera Petronic. Esta elección se fundamenta en la ausencia de entidades que ofrezcan servicios similares en las áreas circundantes, respaldada por los datos obtenidos en el estudio de mercado, el cual indica un alto nivel de aceptación previsto para el negocio.

El alcance operativo se proyecta en un radio aproximado de 1000 metros, complementado por la estrategia de difusión que se implementará en las redes sociales. Esta combinación permitirá presentar de manera efectiva a la empresa ante el público objetivo.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- Anuncios radiales
- Anuncios de televisión
- Anuncios de video en línea
- Buenas Prácticas de Gestión de Relaciones con Clientes (clubes de lavado y programas de fidelización)

Tabla 7. Presupuesto de distribución

Concepto	Total Mensual (C\$)
Alquiler del local	7,600.00
Acondicionamiento	28,701.35
Total	36,301.35

Fuente: elaboración propia

8.2.5 Estrategias de precio

Tabla 8. Precio de servicio

Vehículo	Descripción	Precio (C\$)	Costo Unitario
Motocicleta	- Enjuague - Pasteado - Aplicación de Naiz	C\$60.00	C\$51.96
Vehículos livianos	- Enjuague - Pasteado - Aplicación de Naiz - Limpieza interna con aspiradoras	C\$100.00	C\$55.66
Vehículos de tonelaje alto	- Enjuague - Pasteado - Aplicación de Naiz - Limpieza interna con aspiradoras	C\$140.00	C\$53.40

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

La empresa presenta diversas ofertas de servicios que han sido meticulosamente comparadas con las ofertas de la competencia. Estas ofertas se han analizado a través de encuestas, y al establecer los precios, se consideraron los datos recopilados de dichas encuestas, así como los costos de adquisición de materiales y otras variables relevantes.

Tabla 9. Costo Unitario Mensual

Concepto	Costo Unitario mensual
Motocicleta	45,880.90
Vehículos livianos	49,150.90
Vehículos de tonelaje alto	47,150.90
Total	5,435.50

Fuente: elaboración propia

8.2.6 Estrategias de promoción y comunicación

Estrategias de promoción online: Es bueno para un negocio tener su propio sitio web o al menos una página de Facebook, el no poder ser localizado hoy en día es una desventaja para cualquier negocio. Se registrará el autolavado en Google Maps para que se muestre a todos los que buscan un servicio de autolavado cerca de su ubicación

Estrategias de promoción local: Dentro de estas estrategias se colocarán información útil para el usuario como fecha de apertura, cuando estará disponible y los atractivos descuento que habrá.

- **Folletos publicitarios** Los folletos se pueden distribuir de varias formas, bien por buzoneo o colocándolos bajo el limpiaparabrisas del automóvil.
- **Anuncios en el periódico** Los anuncios en el periódico local atraerán a aquellos lectores interesados en todos los eventos y servicios de la zona.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- **Vallas publicitarias** Las vallas publicitarias son muy recomendables ya que un posible cliente potencial las visualizará involuntariamente cuando pase conduciendo por delante.

Estrategias de promoción de ventas: Dentro de lo que es la promoción de ventas se mencionaba que se implementarán promociones por periodos determinados para estimular el consumo de los clientes, tales como:

- Cupones de descuentos para clientes frecuentes
- Rifas por temporada
- Descuentos especiales por social proof (valorar el negocio en redes sociales)
- Regalías a clientes frecuentes

Esto podría variar de acuerdo con los resultados que generen, todo esto con el propósito de ganar mercado satisfaciendo las necesidades y brindando oportunidades a los diversos clientes que se pretenden atender.

Estrategias de comunicación:

- **Audios visuales:** auto parlantes, lonas y volantes. La razón de utilizar estos medios es que para informar al público del servicio que se ofrece y captar su atención ya que para este tipo de servicio es muy efectivo la interacción audiovisual. Se colocarán lonas a los alrededores del local y se repartirán los volantes con promociones y descuentos.
- **Medios online:** En cuanto a la presencia en línea, se procederá con la creación de una página web con el objetivo de facilitar la interacción con los clientes. Las redes sociales, como Facebook e Instagram, serán empleadas como medios de comunicación e interacción. Para mejorar la visibilidad en línea, se utilizarán herramientas digitales como Google My Business para figurar en los mapas de Google Maps. Además, se considerará la inscripción en aplicaciones como iRedApp, que ofrece promociones para automovilistas.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Tabla 10. Presupuesto de promoción y comunicación

Concepto	Total Mensual (C\$)
Promoción online	700.00
Anuncios en el periódico	500.00
Publicidad en radio	200.00
Cupones	500.00
Descuentos	2,000.00
Total	3,900.00

Fuente: elaboración propia

Estrategias de servicio:

- Se guardará un registro de todos los clientes, con datos como número de celular y/o correo, para enviarles descuentos en fechas especiales.
- Se ofrecerán descuentos al ser clientes frecuentes y cupones con los cuales podrán pagar un % de su gasto total.
- Se podrá pagar con efectivo o tarjeta.
- Como complemento al servicio de lavado completo, se colocará un ambientador que proporcione un olor agradable al vehículo.

Tabla 11. Presupuesto de mezcla de mercado

Concepto	Total mensual (C\$)
Producto	45,285.58
Precio	4,830.73
Plaza	36,301.35
Promoción	3,900.00
Total	90,317.66

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

8.2.7 Estrategias de aprovisionamiento

La empresa se aprovisionará de materiales e insumos esenciales, como detergentes, aromatizantes, franelas, cera para brillo, escobas, escobillas, aceites, aspiradoras y otros productos de limpieza. Estos recursos serán suministrados principalmente por el proveedor principal, NICASA, conocido por ofrecer precios accesibles y productos de alta calidad. Además, se establecerán relaciones con proveedores secundarios, como Plash, para asegurar suministros adicionales, aunque en cantidades menores.

Tabla 12. Proveedores

Materiales	Proveedores	Unidades	Importe	Descuentos	Plazo de la prestación
Detergente	NICASA	Unidad	300 c/u	30 %	2 a 3 meses
Aromatizante	NICASA	Unidad	150 c/u	30%	2 a 3 meses
Escobas	NICASA	Unidad	30 c/u	10%	0 a 1 mese
Aceites	NICASA	Litro	50 c/u	20%	1 a 2 meses
Aspiradoras	Plash	Unidad	10 c/u	15%	1 a 2 meses
Varios	Plash	Unidad	-----	-----	-----

Fuente: elaboración propia

8.2.8 Proyecciones de venta

Inflación: Contar con un indicador que refleje la tasa de inflación es crucial para la planificación efectiva del proyecto, ya que influirá significativamente en las ventas. En este sentido, se ha decidido calcular un promedio de la inflación anual acumulada nacional de los últimos 5 años. Para obtener estos datos, se han tomado cifras proporcionadas por el Anuario de Estadísticas Macroeconómicas (BCN, 2021), resultando en las siguientes cantidades:

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Tabla 13. Índice inflacionario de los próximos cinco años

Año	Anual	Semestral	Trimestral	Mensual
2017	5.7%	2.9%	1.4%	0.5%
2018	3.9%	2.0%	1.0%	0.3%
2019	5.1%	2.6%	1.3%	0.4%
2020	2.9%	1.5%	0.7%	0.2%
2021	7.1%	3.6%	1.8%	0.6%
2022	4.9%	2.5%	1.2%	0.4%
2023	4.8%	2.4%	1.2%	0.4%
2024	5.0%	2.5%	1.2%	0.4%
2025	4.9%	2.5%	1.2%	0.4%
2026	5.3%	2.7%	1.3%	0.4%
2027	5.0%	2.5%	1.2%	0.4%

Fuente: BCN (2021)

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Deslizamiento de la moneda: Al igual que la inflación, es importante tener en cuenta la devaluación de la moneda, de acuerdo con el Estado de la Economía y Perspectivas (2022) la devaluación de 2023 es del 2%.

Tabla 14. Devaluación monetaria por periodo

Detalle	Anual	Mensual	Trimestral	Semestral
Devaluación	2.000%	0.167%	0.500%	1.000%

Fuente: BCN (2022)

Tabla 15. Tipo de cambio oficial

Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Año 2022	35.52	35.58	35.64	35.70	35.76	35.82	35.88	35.94	36.00	36.06	36.12	36.18
Año 2023	36.24	36.30	36.36	36.42	36.48	36.54	36.60	36.66	36.72	36.78	36.85	36.91
Año 2024	36.97	37.03	37.09	37.15	37.22	37.28	37.34	37.40	37.46	37.53	37.59	37.65
Año 2025	37.71	37.78	37.84	37.90	37.97	38.03	38.09	38.16	38.22	38.28	38.35	38.41
Año 2026	38.48	38.54	38.60	38.67	38.73	38.80	38.86	38.93	38.99	39.06	39.12	39.19
Año 2027	39.25	39.32	39.38	39.45	39.51	39.58	39.65	39.71	39.78	39.85	39.91	39.98

Fuente: BCN (2022)

Ventas del primer año: El cálculo de los servicios estimados a realizar, teniendo en cuenta la estacionalidad de la demanda y el porcentaje de participación de los vehículos. Según el análisis realizado a los autolavados cercanos se determinó que en los meses más fuertes de verano hubo incremento en la demanda del servicio, al ser una zona urbana, pero a pocos km del ingenio donde el clima seco del verano provoca mucho polvo y por lo consiguiente los vehículos se ensucian más rápido y requieren de un servicio de lavado más continuó.

Tabla 16. Servicios estimados a vender en el primer año

Concepto	% participación	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Total al año
Estacionalidad		0%	2%	4%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	3%	2%	5%	
Motos	35.50%	313	320	326	313	313	313	313	323	313	323	320	329	3,821
Vehículos livianos	55.50%	490	500	509	490	490	490	490	504	490	504	500	514	5,973
Vehículos de tonelaje alto	9.00%	79	81	83	79	79	79	79	82	79	82	81	83	969
Cantidad estimada a vender	100%	883	901	918	883	883	883	883	909	883	909	901	927	10,763

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Los precios de ventas para el primer año se han colocado considerando la aceptación de los precios por parte de los clientes en las encuestas y estos van aumentando acorde la inflación mensual proyectada.

Tabla 17. Precios de venta del primer año

Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Motos	C\$60.00	C\$60.24	C\$60.48	C\$60.72	C\$60.96	C\$61.21	C\$61.45	C\$61.70	C\$61.94	C\$62.19	C\$62.44	C\$62.69
Vehículos livianos	C\$100.00	C\$100.40	C\$100.80	C\$101.20	C\$101.61	C\$102.01	C\$102.42	C\$102.83	C\$103.24	C\$103.65	C\$104.06	C\$104.48
Vehículos de tonelaje alto	C\$140.00	C\$140.56	C\$141.12	C\$141.68	C\$142.25	C\$142.82	C\$143.39	C\$143.96	C\$144.53	C\$145.11	C\$145.69	C\$146.27

Fuente: elaboración propia

Tabla 18. Proyección de venta del primer año

Concepto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Subtotal
Motos	18,807.9	19,267.9	19,709.7	19,033.9	19,109.9	19,186.1	19,262.7	19,909.0	19,416.7	20,068.2	19,970.9	20,629.2	234,372.1
Vehículos livianos	49,006.5	50,205.0	51,356.4	49,595.5	49,793.3	49,992.0	50,191.5	51,875.5	50,592.8	52,290.3	52,036.9	53,752.2	610,688.0
Vehículos de tonelaje alto	11,125.8	11,397.9	11,659.3	11,259.5	11,304.4	11,349.5	11,394.8	11,777.1	11,485.9	11,871.3	11,813.8	12,203.2	138,642.7
Ventas	78,940.2	80,870.8	82,725.4	79,888.9	80,207.6	80,527.7	80,849.0	83,561.7	81,495.4	84,229.8	83,821.6	86,584.6	983,702.8

Fuente: elaboración propia

Tabla 19. Proyección de venta de los próximos cinco años

Vehículo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Motos	234,372.1	257,317.7	282,560.3	311,110.6	342,431.4
Vehículos livianos	610,688.0	669,925.3	734,543.7	806,129.0	884,207.1
Vehículos de tonelaje alto	138,642.7	152,216.1	167,148.4	184,037.2	202,565.1
Total de Ingresos	983,702.8	1,079,459.1	1,184,252.4	1,301,276.8	1,429,203.6

Fuente: elaboración propia

8.3 Estudio de producción

8.3.1 Descripción desde la perspectiva del usuario

- **Capacidad:** El establecimiento está diseñado para proporcionar, en promedio, dos servicios diarios, operando de lunes a domingo con horarios establecidos de 08:00 am a 06:00 pm.
- **Cualidades:** Se ofrece una experiencia renovada al público del antiguo autolavado, buscando destacar y diferenciarse de la competencia.
- **Tamaño:** El lugar cuenta con un amplio espacio que permite ofrecer un servicio de atención al cliente óptimo.
- **Tecnología:** Se dispone de una hidrolavadora y una aspiradora de última generación que, aunque no son las más avanzadas, cumplen con los estándares de calidad requeridos.
- **Condiciones climáticas:** La infraestructura está preparada para enfrentar cualquier eventualidad climática que pueda surgir.

8.3.2 Descripción del proceso

Tabla 20. Actividades del proceso de lavado de motos

Etapa	Actividad	Tiempo requerido	Operarios requeridos
1	Estacionar la moto y ponerla en el caballete (de tenerlo)	30 seg	1
2	Enjuague superficial general	2 min	
3	Enjabonado	2.30 min	
4	Aclaramiento para quitar el jabón	1 min	
5	Secado general	3 min	
6	Sopletear los comandos para evitar mal contacto	2 min	
7	Pasteado	1.30 min	
8	Abrillantador	1 min	
9	Entrega de la motocicleta	30 seg	
	Total de tiempo	14 min	

Fuente: elaboración propia

El servicio de lavado de motos consta de 9 etapas, en las cuales se tiene que estacionar la moto y ponerla en el caballete, luego se pasa al enjuague y enjabonado, después de esto el aclaramiento para quitar el jabón y se pasa a secar, se continúa con los pasos de pastear y abrillantar para entregar la motocicleta, esto en un tiempo aproximado de 14 minutos.

Tabla 21. Actividades del proceso de lavado de vehículo liviano

Etapa	Actividad	Tiempo requerido	Operarios requeridos
1	Estacionar el auto y asegurarse que este el freno de mano accionado	30 seg	1
2	Enjuague externo superficial general	2.30 min	
3	Preparar la espuma con el jabón liquido	1.30 min	
4	Enjabonar el automóvil con una franela	2.30 min	

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

5	Retirar la espuma activa con agua a presión	2 min
6	Secar el automóvil	3 min
7	Aplicado de naiz en las llantas (solo en el costado de afuera)	1 min
8	Pasteado de la carrocería	3 min
9	Aspirado de interiores	3 min
10	Aplicado de naiz solo en zona plásticas	1 min
11	Aromatizador (en atomizador)	30 seg
12	Entregar el automóvil	30 seg
	Total de tiempo	21 min

Fuente: elaboración propia

El servicio de lavado de vehículos livianos consta de 12 etapas. Primero, se procede a estacionar el vehículo asegurándose de activar el freno de mano para evitar inconvenientes. Posteriormente, se inicia el proceso de lavado, que incluye el enjuague del vehículo, la preparación de la espuma y la aplicación de jabón. Luego, se procede a retirar el jabón con agua a presión, permitiendo que el automóvil se seque antes de aplicar Naiz. Seguidamente, se realiza el pulido de la carrocería, la aspiración de los interiores y la aplicación de Naiz exclusivamente en las áreas plásticas. Finalmente, se utiliza un aromatizador para otorgar un agradable olor al automóvil antes de entregarlo al propietario. Este proceso se completa en aproximadamente 21 minutos.

Tabla 22. Actividades del proceso de lavado de vehículo de tonelaje alto

Etapa	Actividad	Tiempo requerido	Operarios requeridos
1	Estacionar el auto y asegurarse que este el freno de mano accionado	30 seg	1
2	Enjuague externo superficial general	2.30 min	
3	Preparar la espuma con el jabón liquido	1.30 min	
4	Enjabonar el auto con una franela	4.30 min	
5	Retirar la espuma activa con agua a presión	3 min	
6	Secar el vehículo	4 min	

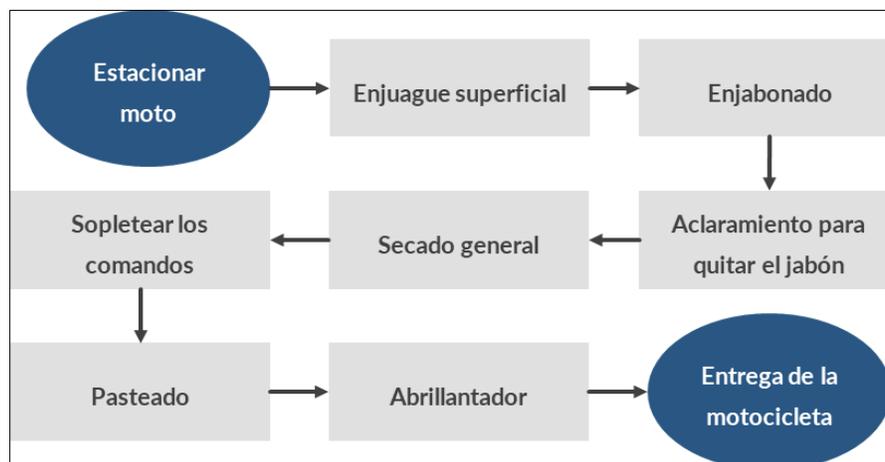
Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

7	Aplicado de naiz en las llantas (solo en el costado de afuera)	1 min
8	Pasteado de la carrocería	3 min
9	Aspirado de interiores	2 min
10	Aplicado de naiz solo en zona plásticas	1 min
11	Aromatizador (en atomizador)	30 seg
12	Entregar el automóvil	30 seg
	Total de tiempo	25 min

Fuente: elaboración propia

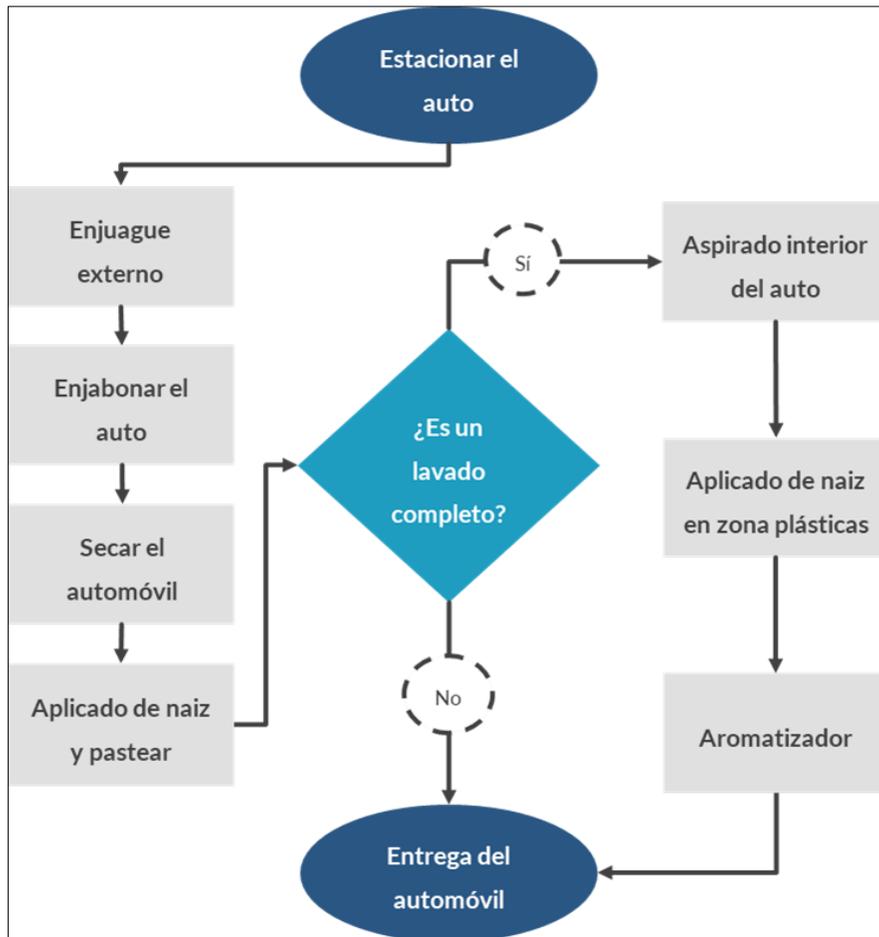
El servicio de lavado de vehículo de tonelaje alto está programado para durar aproximadamente 25 minutos, consta de 12 etapas. Luego de que se estacione el auto, hay que asegurarse de que el freno de mano está accionado para evitar algún accidente, se empieza enjuagando externamente, después se prepara la espuma y se pasa a enjabonar el auto para retirar la espuma y secar el vehículo, aplicando naiz en las llantas, después se patea la carrocería y se aspira los interiores aplicando naiz solo en las zonas plásticas, por último se utiliza aromatizador en atomizador para darle un buen olor al automóvil y se entrega el automóvil a su dueño.

Figura 20. Flujograma del proceso de lavado de motos



Fuente: elaboración propia

Figura 21. Flujograma del proceso de lavado de automóviles



Fuente: elaboración propia

8.3.3 Plan de producción de servicio

Teniendo en cuenta la capacidad instalada, el tiempo laboral, los descansos y la cantidad de trabajadores con los que cuenta la empresa, la producción estimada máxima es de 37 servicios de lavado al día, esto podrá variar según variedad de servicios que prefieran los clientes. La producción estimada al mes según el porcentaje de participación es de 883 servicios en los cuales se toman en cuenta todas las variables anteriores.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Tabla 23. Producción al día según capacidad instalada

Servicios	Tiempo requerido	Servicios al día x Op.	Servicios Promedio al día x Op.	Total de servicios al día	Total servicios promedio al día
Lavado de motocicletas	14 min	25	19	50	37
Lavado de vehículo livianos	21 min	17		33	
Lavados de vehículos de alto tonelaje	25 min	14		28	

Fuente: elaboración propia

Tabla 24. Producción al mes según porcentaje de participación

% de participación	Servicios Promedio al día x Op.	Total Servicios Promedio al día	Servicios Promedio al mes
79%	14.5	29	883

Fuente: elaboración propia

8.3.4 Necesidades y requerimientos

Tabla 25. Maquinaria

Concepto	Vida Útil	P/u (C\$)	Cantidad	Subtotal (C\$)
Hidro lavadora	5	8,610.40	2	17,220.81
Aspiradora Industrial	5	5,381.50	2	10,763.00
Maquina Pulidora	5	4,663.97	2	9,327.94
Tanque de agua	30	1,793.83	1	1,793.83
Total		20,449.71		39,105.58

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Tabla 26. Mobiliario

Concepto	Vida Útil	P/u (C\$)	Cantidad	Subtotal (C\$)
Escritorio	15	1,076.30	1	1,076.30
Sillas	15	717.53	3	2,152.60
Computadora de escritorio	8	4,305.20	1	4,305.20
Sofás	15	2,870.13	2	5,740.27
Abanico de techo	10	1,793.83	2	3,587.67
Mesa	15	717.53	1	717.53
Teléfono Inalámbrico	10	2,726.45	1	2,726.45
Total		14,206.99		20,306.02

Fuente: elaboración propia

8.3.5 Costos de producción

Mano de obra: La mano de obra directa consiste en los operarios de lavado, quienes trabajarán los siete días a la semana, y por el periodo de 12 meses del año, por un salario del 100% de comisiones.

Tabla 27. Mano de Obra Directa

Cargo	Cantidad	Servicios por día	Servicios por mes	Precio promedio
Operario de Lavado	2	29	883	100.00

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

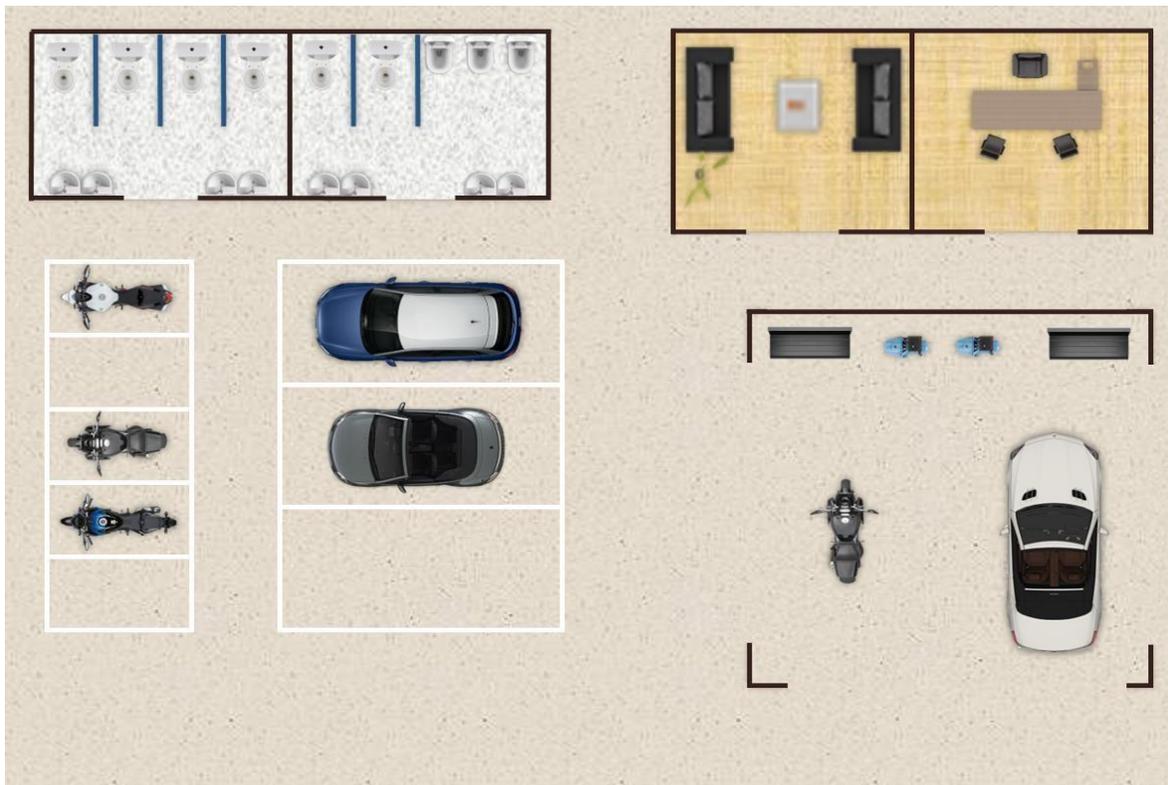
Tabla 28. Salario de Mano de Obra Directa

Nº	Cargo	Servicios por día	Servicios por mes	Precio promedio	Porcentaje de comisión	Cantidad Neta
1	Operario de Lavado	14.5	441.5	100.00	10%	7,894.02
2	Operario de Lavado	14.5	441.5	100.00	10%	7,894.02
Total		29	883			15,788.04

Fuente: elaboración propia

8.3.6 Infraestructura

Figura 22. Diseño de Instalaciones



Fuente: Elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

El local en donde se ubicará el Burb Wash cuenta con las siguientes dimensiones: 15 x 20 metros. Dicho local presenta todos los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, alcantarillado sanitario, alumbrado público, recolección de desechos sólidos. La infraestructura cuenta con las siguientes áreas:

- Oficinas administrativas.
- Área de espera.
- Área de lavado, que tendrá la capacidad de lavar dos vehículos al mismo tiempo.
- Estacionamiento.
- Baños.

8.4 Estudio Administrativo

8.4.1 Análisis FODA

Tabla 29. FODA de Burb Wash

		Fortalezas (F)	Debilidades (D)
		Matriz FODA	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia • Ajuste al presupuesto del cliente • Manejo de tecnología de bajos costos • Calidad en el servicio prestado
Oportunidades (O)	Estrategias FO	Estrategias DO	
Horario de atención <ul style="list-style-type: none"> • Tendencias favorables. • Poca publicidad por parte de la competencia • percepción de los clientes por innovación en el concepto de lavado de vehículos en el municipio 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal para prestar un excelente servicio al cliente y posibilitar su recompra. • Sensibilizar al grupo objetivo sobre las ventajas del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un plan de mercadeo consistente con la realidad financiera de la empresa y las oportunidades que se presentan en el contexto. • Aprovechar el bajo nivel de competencia en el sector, 	

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

	<ul style="list-style-type: none"> Realizar alianzas estratégicas para abrir nuevos mercados. 	para conseguir nuevos clientes y aumentar participación en el mercado.
Amenazas (A)	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> Incremento de establecimientos de lavado con nuevas tecnologías Retiro de clientes insatisfechos por un mal servicio prestado 	Capacitar al personal con el fin de lograr su fidelidad y conocimiento de los beneficios de la empresa y servicio.	Aprovechar al máximo las oportunidades, con el fin de contrarrestar las amenazas a través del mejoramiento de las debilidades y fortalecimiento de las fortalezas

Fuente: elaboración propia

8.4.2 Impacto de las 5 fuerzas de Porter

Tabla 30. 5 fuerzas Porter

5 fuerzas Porter	Variable	Grado
Intensidad de la competencia actual.	La idea para superar la competencia es brindar servicios integrales, flexibles y oportunos cubriendo necesidades más allá del solo lavado del carro.	Medio-Alto
Competidores potenciales.	No existe ninguna barrera de entrada para este tipo de empresas, financieramente entrar no requiere de un gran capital para adquirir los insumos mínimos necesarios.	Alto
Productos sustitutos.	Existen en el mercado gran cantidad de servicios sustitutos, por ejemplo, las cremas limpiadoras, sistemas de lavado en seco, servitecas y sistemas de lavado convencional.	Alto
Poder de negociación de los proveedores.	El poder de negociación es alto, porque existe un contacto directo con el cliente y no hay una regulación de precios por parte de ninguna entidad. Sin embargo, el mercado de lavado de autos convencional ha establecido unos precios promedios.	Alto
Poder de negociación de los clientes.	Según las especificaciones y características de servicio que se ofrece, inicialmente se cuenta con suficientes proveedores, por ello el poder de negociación es alto.	Medio-Alto

Fuente: elaboración propia

8.4.3 Estructura organizacional

El organigrama de la empresa será lineal ya que es el tipo más popular y adecuado para una empresa pequeña es la estructura simple: escasa línea media y comunicación directa con el núcleo de operaciones directa. Esta estructura organizativa lineal consiste en una jerarquía basada en las funciones que desempeñan los trabajadores dentro de la empresa. Por lo tanto, este tipo de organigrama permitirá que las personas dentro de la empresa se agrupen de acuerdo con sus funciones y su jerarquía.

Figura 23. Organigrama de Burb Wash



Fuente: elaboración propia

Tabla 31. Descripción de los cargos

Cargo	Descripción	Requisitos
Gerencial General	Esta área planifica y dirige las políticas y programas de publicidad, y coordina a cada trabajador	<ul style="list-style-type: none"> Profesional en carreras Administrativas Habilidades: Comunicación asertiva, poder de convencimiento, liderazgo, orientación al cliente
Operarios de lavado	Su tarea consiste en dar el servicio de lavado de automóviles.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de estudios: Bachiller. Habilidades: Comunicación asertiva, servicio al cliente, buen lenguaje, buena presentación, proactivo y eficiente.

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

8.4.4 Constitución empresa y aspectos legales

Para describir mejor el tipo de actividad, se recurrió al Clasificador Uniforme de las Actividades Económicas de Nicaragua (CUAEN).

Tabla 32. Clasificación del sector de la empresa

Gran División:	G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos
División:	50	Venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores, motocicletas y de Tracción Humana y Animal; venta al por menor de combustible para automotores
Grupo:	502	Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores
Clase:	5020	Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores
Sub clase:	5020-04	Taller de Lavado, Engrase, Pulido y Pasteado

Fuente: elaboración propia

El proyecto tendrá deberes como obligaciones y estará regido por las siguientes instituciones:

- Alcaldía (Plan d Arbitrios Municipal)
- DGI (Ley de concentración Tributaria).
- INSS. (Reglamento General DE LA LEY DE SEGURIDAD SOCIAL)

La modalidad de constitución de empresa elegida para iniciar las operaciones de Burb Wash es la de Persona Natural, en la cual hay un único propietario que presenta las siguientes características:

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- Capacidad de goce: es decir que la persona tiene la aptitud para ser titular de derechos y a la vez ser sujeto de obligaciones a través de sus representantes legales.
- Capacidad de ejercicio: es decir que la persona cuenta con la aptitud de ejercer derechos y contraer obligaciones por sí misma. Para esto, se requiere cumplir con el requisito: Poseer Cédula de Identidad.

La empresa será constituida bajo el régimen de cuota fija, ya que los ingresos de la empresa son menores a C\$100,000.00 mensuales y C\$5000,000.00 de inventario, también se deberían emitir facturas ventas o servicio, según el artículo 245 de la ley de concertación tributaria, que es un impuesto conglobado del IR de actividades económicas y del IVA, que grava los ingresos percibidos por pequeños contribuyentes que realicen actividades económicas.

La tarifa exacta que se pagará será determinada por la administración tributaria y se debe pagar en los 15 días siguientes al mes que transcurrió, utilizando los mismos métodos de pago que la administración tributaria ha establecido para el régimen general. El costo de constitución estimado es de C\$ 2,300 córdobas.

8.4.5 Gasto del personal

Tabla 33. Personal Administrativo

Nº	Cargo	Salario Bruto (C\$)	INSS	IR	Salario Neto (C\$)
1	Gerente	11,100.00	777.00	298.45	10,024.00
Total Anual		133,200.00	9,324.00	3,581.40	120,294.60

Fuente: elaboración propia

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Tabla 34. Prestaciones sociales

Cargo	Salario Bruto	INSS Patronal	Vacaciones	Décimo tercer mes	Total prestaciones
Gerente	11,100.00	2,386.5	925.0	925.0	4,236.5
Total Anual	133,200.00	28,638.00	11,100.00	11,100.00	50,838.0

Fuente: elaboración propia

8.4.6 Gasto de Administración

Tabla 35. Gastos Administrativos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Salario básico	133,200.00	138,528.00	144,069.12	149,831.88	155,825.16
INSS Patronal	28,638.00	29,783.52	30,974.86	32,213.86	33,502.41
Vacaciones	11,100.00	11,544.00	12,005.76	12,485.99	12,985.43
Décimo tercer mes	11,100.00	11,544.00	12,005.76	12,485.99	12,985.43
Depreciación	1,348.95	1,348.95	1,348.95	1,348.95	1,348.95
Total	185,386.95	192,748.47	200,404.45	208,366.67	216,647.38

Fuente: elaboración propia

8.5 Estudio Financiero

8.5.1 Fuentes de financiamiento

El financiamiento del proyecto será asumido al 100% por el emprendedor. El autor de este plan de negocios asumirá el total del riesgo porque confía en el proyecto realizado.

8.5.2 Plan de inversión

En este apartado se determina la viabilidad financiera del presente plan financiero. Se detalla el monto de inversión inicial, el estado de resultado, el punto de equilibrio y el flujo cajas, considerando una proyección de ventas para cinco años. Cabe recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si al considerar

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

todos los cambios, las opciones posibles y si las ganancias no son satisfactorias entonces el proyecto “no será viable”, y será necesario encontrar otra idea de inversión.

8.5.3 Estado de Resultado

Tabla 36. Estado de Resultado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	983,702.75	1,079,459.12	1,184,252.41	1,301,276.85	1,429,203.62
Costo de ventas	582,770.44	611,791.38	641,909.53	676,268.83	710,016.61
Utilidad Bruta	400,932.32	467,667.74	542,342.87	625,008.02	719,187.02
Gastos administrativos	185,386.95	192,748.47	200,404.45	208,366.67	216,647.38
Beneficios antes de Impuestos	215,545.37	274,919.28	341,938.43	416,641.35	502,539.64
Impuesto sobre la renta	-30,158.43	82,475.78	102,581.53	124,992.41	150,761.89
Utilidades después de impuestos	245,703.80	87,615.70	107,721.44	130,132.32	155,901.81
Reserva Legal	24,570.38	8,761.57	10,772.14	13,013.23	15,590.18
Utilidad Neta	135,793.58	78,854.13	96,949.30	117,119.09	140,311.63

Fuente: elaboración propia

La Tabla 36 proyecta los resultados financieros para los próximos 5 años, evidenciando ganancias que van desde \$135,793.58 en el primer año hasta \$140,311.63 en el último año. Este aumento progresivo sugiere la viabilidad del proyecto. A lo largo de estos años, se prevé un incremento en las ventas y los salarios, considerando el impacto de la inflación. En relación con la utilidad antes de impuestos, se aplicará la alícuota del Impuesto sobre la Renta (IR) según lo establecido en el artículo 52 de la Ley 822 de Concertación Tributaria, la cual especifica una alícuota del treinta por ciento (30%) para la renta de actividades económicas. Este aspecto se contempla como parte integral del análisis financiero y fiscal del proyecto.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

8.5.4 Balance General

Tabla 37. Balance Inicial de Autolavado Burb Wash

Activos	Inicial	Pasivo	Inicial
Disponibilidades	6,426.36	Proveedores	
Suministros	6,180.00	Total Pasivo	
Materiales	31,124.54	Capital	
Bienes de uso		Capital Social	134,143.86
Depreciación acumulada	59,411.61	Total Capital	
Gastos pagados por anticipados			
Total Activos	134,143.86	Total Pasivo + Capital	134,143.86

Fuente: elaboración propia

8.5.5 Flujo de Caja

Tabla 38. Flujo de Caja

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales	983,702.75	1,079,459.12	1,184,252.41	1,301,276.85	1,429,203.62
Costos de Ventas	582,770.44	611,791.38	641,909.53	676,268.83	710,016.61
Utilidad Bruta	400,932.32	467,667.74	542,342.87	625,008.02	719,187.02
Gastos de Administración	185,386.95	192,748.47	200,404.45	208,366.67	216,647.38
Total Gastos de Operación	185,386.95	192,748.47	200,404.45	208,366.67	216,647.38
Utilidad antes de Impuestos	215,545.37	274,919.28	341,938.43	416,641.35	502,539.64
Utilidad después de impuestos	64,663.61	82,475.78	102,581.53	124,992.41	150,761.89
Depreciación	5,139.92	5,139.92	5,139.92	5,139.92	5,139.92
Utilidad Neta	69,803.53	87,615.70	107,721.44	130,132.32	155,901.81

Fuente: elaboración propia

El Flujo de Caja proporciona una visión de los ingresos y saldos de efectivo proyectados para los próximos 5 años. Según la tabla, se estima que al finalizar el primer año, el saldo final será de C\$ 69,803.53. Este monto experimentará un incremento significativo para el segundo año, alcanzando C\$ 87,615.70, y continuará creciendo en los años subsiguientes. Este análisis permite visualizar la evolución positiva del flujo de efectivo a lo largo del período proyectado, indicando una salud financiera favorable para la empresa en los primeros años de operación.

8.5.6 Análisis Financiero

Tabla 39. Evaluación Financiera

Indicador	Valor
VAN:	C\$ 193,521.11
TIR:	62%
Payback:	1 año, 9 meses y 16 días

Fuente: elaboración propia

Valor Presente Neto (VAN): El cálculo del Valor Presente Neto (VAN) para Burb Wash considera la suma de los flujos netos de cada periodo, incluyendo costos, beneficios e inversión total del proyecto. Estos valores se actualizan con una tasa del 17.44%, derivada de la tasa de interés establecida por el banco. La función VNA de Excel se utiliza para este cálculo. El VAN resultante es de C\$ 193,521.11, evidenciando un valor positivo que indica que la propuesta de negocio de un autolavado es viable y puede ser implementada. Además, estos cálculos respaldan la eficiencia financiera al cumplir con el objetivo de maximizar la inversión.

Tasa Interna de Retorno (TIR): La Tasa Interna de Retorno se analiza en relación con la tasa de descuento, siendo del 62%, superior a la tasa de descuento del 17.44%. Esta

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

discrepancia sugiere que la idea de negocio es aceptable y promete un rendimiento superior al mínimo requerido. La TIR superior a la tasa de descuento confirma la rentabilidad financiera del proyecto, respaldando la conclusión obtenida mediante el VAN.

Periodo de Recuperación (Payback): El Periodo de Recuperación de la inversión para Burb Wash se estima en 1 año, 9 meses y 16 días aproximadamente. Este indicador proporciona información adicional sobre el tiempo necesario para recuperar la inversión total a partir de los flujos netos del Autolavado. La corta duración de este período subraya la eficiencia y la rápida recuperación financiera del proyecto.

IX. Conclusiones

A continuación se presentan las principales conclusiones de este plan de inversión:

Conclusiones de los datos principales del proyecto

Burb Wash presenta una propuesta sólida en el sector de lavado de vehículos, respaldada por una imagen corporativa distintiva y una descripción detallada de los servicios ofrecidos. El enfoque innovador y sostenible, junto con una estrategia de diseño organizacional clara, demuestran un compromiso integral con la calidad y la eficiencia.

La lista de insumos proporciona una visión práctica de los costos mensuales, mientras que el mercado potencial destaca un nicho creciente en la demanda de servicios de autolavado en el municipio de El Viejo y sus alrededores. Destaca las ventajas competitivas de Burb Wash, como el cuidado óptimo del vehículo, menor consumo de agua y energía eléctrica, y costos competitivos para los usuarios.

Finalmente, las estrategias del proyecto abarcan desde tácticas a corto plazo, como alianzas estratégicas y atención al cliente, hasta metas a largo plazo, como la expansión a otros municipios y la consolidación como empresa líder en el sector. Estas estrategias reflejan una visión a largo plazo y un compromiso con la innovación y la excelencia en el servicio.

Conclusiones del estudio de mercado

El análisis revela un crecimiento sostenido en el sector de lavado de autos, respaldado por la expansión del parque vehicular en Nicaragua, que experimenta un aumento anual del 7.8%. La propuesta de Burb Wash se alinea con la demanda de bienes finales, ofreciendo servicios eficientes y atención al cliente de calidad para satisfacer las necesidades del mercado local.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

La progresión tecnológica, evidenciada en lavadoras automáticas más eficientes, respalda la viabilidad del negocio. La tecnología utilizada, destacando la hidro lavadora, se ajusta a estándares eficaces y básicos. El mercado objetivo abarca a todos los propietarios de vehículos en el municipio de El Viejo. Con una estimación de 7,994 vehículos, la demanda proyectada de 6,340 personas sugiere un mercado potencial sustancial.

El análisis de la competencia destaca desventajas de ubicación y maquinaria en competidores locales. Burb Wash identifica una oportunidad de negocio aprovechando la falta de competidores cercanos y el creciente interés en servicios de lavado de autos.

La encuesta realizada a 68 personas arroja resultados positivos, con un 79% de aceptación del servicio de lavado de autos en El Viejo. La demanda potencial se estima en 6,340 personas, con una capacidad instalada para atender a 883 clientes. El análisis de la encuesta revela preferencias en servicios, precios y medios publicitarios, proporcionando información clave para adaptar estrategias y servicios según las necesidades del mercado.

La ubicación estratégica en la antigua gasolinera Petronic, respaldada por la falta de competencia cercana, se combina con estrategias en redes sociales y Google Maps para mejorar la visibilidad. Los precios competitivos se establecen considerando la oferta de competidores y las preferencias del consumidor, garantizando rentabilidad y atractivo para el mercado objetivo.

Se desarrollan estrategias integrales que incluyen promoción online, anuncios locales, promociones de ventas, y enfoque en medios visuales y redes sociales, aprovechando el alto nivel de aceptación del servicio. Se establecen relaciones sólidas con proveedores principales y secundarios para asegurar el suministro constante de materiales esenciales a precios competitivos.

Conclusiones del estudio de producción

El estudio de producción revela que el establecimiento, con capacidad para dos turnos diarios de lunes a domingo, busca destacar en la experiencia de lavado. Con tecnología adecuada y preparado para condiciones climáticas, el proceso de lavado varía de 14 a 25 minutos según el vehículo. El plan de producción apunta a 37 servicios diarios, totalizando 883 servicios al mes. Las necesidades incluyen maquinaria, mobiliario y una infraestructura con áreas específicas. En términos de costos, la mano de obra representa un porcentaje de comisión. El análisis FODA y las 5 fuerzas de Porter proporcionan información valiosa sobre el entorno competitivo. La estructura organizacional es lineal, con roles bien definidos y requisitos específicos para cada cargo.

Conclusiones del estudio financiero

La evaluación financiera indica que el proyecto de Burb Wash es altamente factible y rentable. El Valor Presente Neto (VAN) positivo, la Tasa Interna de Retorno (TIR) superior a la tasa de descuento y el corto Periodo de Recuperación (Payback) respaldan la viabilidad financiera del autolavado, sugiriendo que la inversión generará beneficios significativos en un período relativamente breve.

X. Recomendaciones

Se presentan las siguientes recomendaciones:

Optimización de procesos: Se sugiere realizar un monitoreo constante de los procesos de lavado para identificar posibles áreas de mejora y optimizar la eficiencia operativa. Esto podría incluir la implementación de tecnologías más avanzadas en el futuro.

Estrategias de Marketing: Desarrollar estrategias de marketing efectivas para aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes. Esto podría incluir promociones especiales, alianzas con otras empresas locales y una presencia sólida en plataformas digitales.

Desarrollo de personal: Capacitar al personal en servicio al cliente, técnicas de lavado avanzadas y en el uso eficiente de los equipos. Un equipo bien capacitado contribuirá a la satisfacción del cliente y a la calidad del servicio.

Diversificación de servicios: Considerar la posibilidad de ampliar la gama de servicios ofrecidos, como servicios de detallado especializado, para satisfacer las necesidades variadas de los clientes y aumentar los ingresos.

Mantenimiento preventivo: Establecer un programa de mantenimiento preventivo para los equipos de lavado con el fin de prolongar su vida útil y evitar posibles interrupciones en el servicio debido a fallas mecánicas.

Monitoreo financiero continuo: Implementar un sistema de monitoreo financiero continuo para evaluar el rendimiento del negocio a lo largo del tiempo. Esto permitirá realizar ajustes oportunos y tomar decisiones informadas.

Feedback de clientes: Fomentar la retroalimentación de los clientes y utilizarla para realizar mejoras continuas en la calidad del servicio. La satisfacción del cliente es crucial para el éxito a largo plazo del negocio.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Consideraciones ambientales: Explorar opciones para hacer que las operaciones sean más amigables con el medio ambiente, como la utilización de productos de limpieza ecológicos o la implementación de prácticas sostenibles.

Alianzas estratégicas: Buscar oportunidades para establecer alianzas estratégicas con concesionarios de automóviles locales u otros negocios afines, lo que podría generar un flujo constante de clientes.

Actualización tecnológica: Estar al tanto de las tendencias tecnológicas en la industria de lavado de vehículos y considerar la actualización de equipos conforme a las innovaciones que puedan mejorar la eficiencia y la calidad del servicio.

XI. Referencias bibliográficas

- Almesiga Riaño, D. A., Bocachica Peñuela, J. A., Rodríguez Castro, J. S., Sánchez Arteta, J.S.(2020). *LavAutos: Un Aplicativo Web para la gestión del servicio de lavado de vehículos en Bogotá para la empresa Smart CarWash* (tesis de pregrado) Facultad de Ingeniería, Bogotá, Colombia.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas - Venezuela: Episteme.
- Banco Central de Nicaragua. (2017). *Cartografía Digital y Censo de Edificaciones. Cabecera Municipal de El Viejo*. Recuperado de <https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/cartografia-digital-y-censo-de-edificaciones>
- Carriel, L. (2018). Estudio de las preferencias del consumidor del servicio de lavado de autos en el norte de Guayaquil, Sector Alborada (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Cleri, C. (2017). *El libro de las pymes*. Buenos Aires: Granica.
- Cuadra, S. (2006). Nicaragua, enfoque estratégico de las PYMEs en un mundo globalizado. *Encuentro*, (74), 40–52. <https://doi.org/10.5377/encuentro.v0i74.3710>
- Florián, Y. (2019). *Posicionamiento de la marca TOYOTA en el municipio de Estelí para el año 2018* (tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Ganoza, C., Pachas, M., Paredes, G., Sobrado, E., y Vergara, M. (2021). *Plan de negocios para el servicio de autolavado en Lima Metropolitana* (tesis de pregrado). Universidad Científica, Perú.
- González, J. (2011). *Sistema de autolavado ecoamigable para autolavados no automatizados del país* (tesis de grado). Tecnológico de Costa Rica Escuela de Ingeniería en Diseño Industrial, Costa Rica.
- González Mestaza, M. C., Miranda Huerta, O. G. (2018). *Plan de negocios de una empresa de lavado de autos enfocada en el medio ambiente mediante la reutilización del agua y la inclusión social como factores diferenciadores* (tesis de maestría). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

López, D. (2020). *Análisis de las estrategias comerciales del “Autolavado Almendarez” ubicado en el municipio de Managua correspondiente al periodo 2019* (tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua UNAN - Managua

Luna Santos, R., Santos Quiroz, R. A., Carrera Carrasco, E., González Domínguez , I., & Santaella Benavente, M. G. (2021). Creación e implementación de una aplicación web para la administración de citas para un autolavado . *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, 9(19), 97–108. <https://doi.org/10.36825/RITI.09.19.008>

Monge-González, R., Alfaro-Azofeifa, C., y Alfaro-Chamberlain, J. (2005). *TICs en las PYMES de Centroamérica. Impacto de la adopción de las tecnologías de la información y comunicación en el desempeño de la empresa*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Pedroza, N. (2011). *Manual para el participante gestión empresarial y cooperativismo*. Managua, Nicaragua.

Porter, M. (2008). *Las Cinco Fuerzas Competitivas*. Harvard Business Review.

Sánchez, A. (2017). *Creación de un autolavado ecológico autospa nick “Amigable con su Auto y el Medio Ambiente.”* (tesis de pregrado). Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Colombia.

Sanchis, J., y Ribeiro, D. (1999). *Creación y Dirección de PYMES*. Madrid, España: Diaz de Santos, S.A.

Van der Kamp, R. (2006). *Pymes, competitividad y SDE en Nicaragua : un resumen cuantitativo*. Managua, Nicaragua: Nitlapan.

XII. Anexos

Anexo 1. Encuesta

Encuesta de Preferencias para Servicios de Autolavado

Datos Generales:

- Sexo: M___ F___

Experiencia con Autolavados:

- ¿Ha utilizado alguna vez un autolavado?
 - Sí
 - No (Finalizar encuesta)

Tipo de Vehículos Utilizados:

- ¿Qué tipo de vehículos utiliza?
 - Carro
 - Motocicleta
 - Otro (especifique)_____

Servicios Utilizados Anteriormente:

- ¿Cuáles de los siguientes servicios ha utilizado con anterioridad? (Puede seleccionar más de una opción)
 - Lavado exterior
 - Encerado
 - Acondicionamiento de interior
 - Lavado de Motor
 - Pulido
 - Otro (especifique)_____

Servicios Adicionales Deseados:

- ¿Cuál de los siguientes servicios adicionales le gustaría? (Puede seleccionar más de una opción)
 - Encerado

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- Pulido
- Lavado del motor
- Otro (especifique)_____

Presupuesto para Limpieza:

- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la limpieza de su moto?
 - C\$ 60-80
 - C\$ 81-90
 - C\$ 91-100
- ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en la limpieza de su vehículo?
 - C\$ 80-100
 - C\$ 101-120
 - C\$ 121-140
 - C\$ 141-160
 - C\$ 161-180

Preferencias de Distribución:

- ¿Cómo preferiría el servicio de autolavado?
 - A domicilio
 - En un local

Decisiones de Lavado:

- ¿Qué aspectos determinan su decisión al llevar a lavar su auto? (Puede seleccionar más de una opción)
 - Precio
 - Distancia del servicio
 - Tiempo de espera
 - Aprovecho cuando encuentro un lavado en el camino.
 - Comodidad en la sala de espera
- ¿Cuánto tiempo considera óptimo para recibir el servicio de limpieza de su vehículo?
 - 15 minutos
 - 20 minutos
 - 30 minutos
- ¿Con qué frecuencia acostumbra llevar a lavar su auto?
 - Más de una vez por semana
 - Una vez por semana

Proyecto de inversión de una empresa de Autolavado en el municipio de El Viejo, Departamento de Chinandega, en el año 2023

- 2 veces al mes
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 2 meses

Servicios en Área de Espera:

- ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría encontrar en el área de espera de su autolavado? (Puede seleccionar más de una opción)
 - Wi-fi
 - Televisión
 - Máquina expendedora de alimentos y bebidas
 - Otro (especifique)_____

Medios de Información:

- ¿Por cuál medio se informa?
 - Publicidad exterior (pancartas, carteles, lonas publicitarias, volantes, perifoneo)
 - Sitios web
 - Televisión
 - Redes sociales
 - Radio

Intención de Contratar el Servicio:

- Si el servicio de autolavado de Burb Wash saliera al mercado, ¿Estaría dispuesto a contratar este servicio?
 - Sí
 - Tal vez
 - No

Anexo 2. Depreciación

Tabla 40. Depreciación

Concepto	Precio (C\$)	Vida Útil	Depreciación Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
Maquinaria										
Hidro lavadora	12,556.84	5	209.28	2,511.37	2,511.37	2,511.37	2,511.37	2,511.37	12,556.84	0.00
Aspiradora Industrial	13,633.14	5	227.22	2,726.63	2,726.63	2,726.63	2,726.63	2,726.63	13,633.14	0.00
Maquina Pulidora	11,480.54	5	191.34	2,296.11	2,296.11	2,296.11	2,296.11	2,296.11	11,480.54	0.00
Compresores	5,381.50	5	89.69	1,076.30	1,076.30	1,076.30	1,076.30	1,076.30	5,381.50	0.00
Bomba de agua	1,793.83	5	29.90	358.77	358.77	358.77	358.77	358.77	1,793.83	0.00
Tanque para de agua	3,587.67	30	9.97	119.59	119.59	119.59	119.59	119.59	597.94	2,989.72
Mobiliario y Equipo										
Escritorio	1,076.30	15	5.98	71.75	71.75	71.75	71.75	71.75	358.77	717.53
Sillas	789.29	15	4.38	52.62	52.62	52.62	52.62	52.62	263.10	526.19
Archivero	896.92	10	7.47	89.69	89.69	89.69	89.69	89.69	448.46	448.46
Computadora de escritorio	17,711.88	8	184.50	2,213.99	2,213.99	2,213.99	2,213.99	2,213.99	11,069.93	6,641.96
Sofás	17,711.88	15	98.40	1,180.79	1,180.79	1,180.79	1,180.79	1,180.79	5,903.96	11,807.92
Abanico de techo	2,331.98	10	19.43	233.20	233.20	233.20	233.20	233.20	1,165.99	1,165.99
Mesa	717.53	15	3.99	47.84	47.84	47.84	47.84	47.84	239.18	478.36
Teléfono Inalámbrico	2,726.45	10	22.72	272.64	272.64	272.64	272.64	272.64	1,363.22	1,363.22
Depreciación Mensual			1,104.27	1,104.27	1,104.27	1,104.27	1,104.27	1,104.27	5,521.37	
Depreciación Anual				13,251.28	13,251.28	13,251.28	13,251.28	13,251.28		

Fuente: elaboración propia