



Francisca Mariana González de Sosa

Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial – UNIDA

Administración de Empresas

Asunción – Paraguay - 2023

TÍTULO / TITLE:

**PLAN DE NEGOCIO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA LAVADERO MÓVIL
“OMIMBIPA”**

**BUSINESS PLAN FOR THE ESTABLISHMENT OF THE MOBILE CAR WASH
COMPANY “OMIMBIPA”**

RESUMEN:

El lavadero móvil emerge como un negocio innovador, proporcionando servicios de lavado de automóviles en la ubicación preferida por los clientes. Los clientes pueden programar servicios fácilmente en línea o por teléfono, permitiendo a los lavaderos móviles desplazarse al lugar deseado para realizar los servicios solicitados. Operando desde vehículos completamente equipados con agua, productos de limpieza, herramientas y equipo de seguridad, el lavadero móvil no solo se dirige a clientes individuales, sino también a empresas con flotas de vehículos. La versatilidad de este negocio se manifiesta en su potencial de crecimiento y capacidad para expandirse geográficamente, ofreciendo incluso servicios adicionales como el cuidado de la pintura y limpieza de vehículos de lujo. Este modelo de negocio se erige como una solución conveniente para aquellos con estilos de vida ocupados, eliminando la necesidad de desplazarse a un lavadero tradicional y proporcionando una opción accesible. Para aquellos en áreas rurales, donde la accesibilidad a instalaciones de lavado puede ser limitada, el lavadero móvil satisface esta demanda llevando sus servicios directamente a los hogares. En conclusión, el lavadero móvil representa una opción práctica, eficiente y personalizada para el cuidado de automóviles. Con una creciente demanda y un considerable potencial de crecimiento, se postula como una excelente oportunidad para emprendedores que buscan destacar en un mercado en constante evolución.

PALABRAS CLAVES: Comodidad Automotriz. Emprendimiento. Innovación Empresarial. Lavadero móvil. Servicios de Lavado.

ABSTRACT:

The mobile car wash emerges as an innovative business, providing car washing services at customers' preferred locations. Customers can easily schedule services online or by phone, allowing mobile washers to travel to the desired location to perform requested services. Operating from fully equipped vehicles with water, cleaning products, tools, and safety equipment, the mobile car wash caters not only to individual customers but also to businesses with vehicle fleets. The versatility of this business is evident in its growth potential and the ability to expand geographically, offering additional services such as paint care and luxury vehicle cleaning. This business model serves as a convenient solution for those with busy lifestyles, eliminating the need to travel to a traditional car wash and providing an accessible option. For those in rural areas, where access to car wash facilities may be limited, the mobile car wash meets this demand by bringing services directly to homes. In conclusion, the mobile car wash represents a practical, efficient, and personalized option for car care. With a growing demand and significant growth potential, it emerges as an excellent opportunity for entrepreneurs looking to stand out in an ever-evolving market.

KEYWORDS: Automotive Convenience. Business Innovation. Car Washing Services. Entrepreneurship. Mobile Car Wash.

1. INTRODUCCIÓN

El presente artículo se basa en un estudio exhaustivo sobre la viabilidad y potencial de un negocio innovador: el lavadero móvil. Este tipo de emprendimiento ofrece servicios de lavado de automóviles directamente en el lugar donde se encuentran los clientes, brindando comodidad y accesibilidad a aquellos con agendas ocupadas o que carecen de instalaciones de lavado cercanas.

El lavadero móvil proporciona una amplia gama de servicios, incluyendo lavado de vehículos, limpieza de interiores, pulido, encerado y más. Los clientes pueden programar citas en línea o por teléfono, y los lavaderos móviles se desplazarán al lugar designado para realizar los servicios solicitados. Este modelo de negocio opera a través de vehículos equipados con todo lo necesario, desde agua hasta productos de limpieza y equipo de seguridad, permitiendo la prestación de servicios a particulares y empresas, incluyendo flotas de vehículos.

Con un potencial de crecimiento significativo, el lavadero móvil destaca como un negocio innovador y atractivo para los usuarios. Su versatilidad permite la expansión a otras áreas geográficas y la adición de servicios adicionales, como el cuidado de la pintura y la limpieza de vehículos de lujo.

Este enfoque resulta particularmente atractivo para aquellos que buscan servicios de lavado de automóviles cómodos y accesibles. La eliminación de la necesidad de desplazarse a un lavadero tradicional y la posibilidad de delegar la tarea a profesionales hacen de este negocio una opción conveniente para personas ocupadas.

Además, el lavadero móvil resuelve el problema de acceso a instalaciones de lavado para aquellos que residen en áreas rurales o distantes de la ciudad. Proporcionando servicios directamente en los hogares, se convierte en una solución práctica para

propietarios de vehículos que de otra manera tendrían dificultades para encontrar lugares donde lavar sus autos.

En conclusión, tras un análisis detallado del plan de negocio del lavadero móvil, se puede afirmar que representa una idea prometedor y rentable en el mercado actual. La prestación de servicios de lavado de autos en el lugar de trabajo o en el hogar del cliente se presenta como una propuesta atractiva para aquellos con agendas apretadas o sin acceso a lavaderos tradicionales.

En un escenario optimista, con un aumento del 5% en los precios, se observa un ligero incremento en el Valor Actual Neto (VAN) y en la Tasa Interna de Retorno (TIR).

En el escenario pesimista, con una disminución del 3% en las ventas proyectadas, el VAN podría reducirse a Gs (420.275.696) y la TIR disminuiría al 0.75%.

La implementación de productos ecológicos y prácticas sostenibles emerge como un valor agregado y ventaja competitiva en el mercado. Esta iniciativa no solo diferencia el servicio de lavado móvil de otros, sino que también atrae a clientes conscientes del medio ambiente.

En resumen, el lavadero móvil, con una inversión inicial y una estrategia de marketing efectiva, puede generar ganancias y crecer como negocio. Esta propuesta innovadora se presenta como una opción rentable en el mercado actual, ofreciendo servicios de lavado de automóviles cómodos, accesibles y personalizados, satisfaciendo así las necesidades cambiantes de los consumidores.

2. MATERIALES Y METODOLOGÍA

La estructuración metodológica de la investigación se orientó hacia la definición de la estructura organizativa de la EMPRESA LAVADERO MÓVIL “OMIMBIPA”. Este proceso se fundamentó en la asignación eficiente de roles y responsabilidades,

respaldado por un análisis detallado de competencias necesarias para cada puesto. Este enfoque garantiza la formación de un equipo altamente competente y especializado, esencial para el éxito del emprendimiento.

Diseño de la Investigación

El diseño metodológico adoptado fue cuantitativo, respaldado por un análisis exhaustivo de la literatura sobre certificación e inspección. Se exploraron tendencias del mercado, requisitos normativos y mejores prácticas sectoriales, estableciendo así las bases conceptuales para la formulación del Plan de Negocios de la EMPRESA LAVADERO MÓVIL “OMIMBIPA”.

Recopilación de Datos

La recopilación de datos se llevó a cabo mediante fuentes primarias y secundarias. Se realizaron encuestas para obtener información sobre las demandas del mercado y las necesidades de los clientes potenciales. Además, se recopilaron datos estadísticos relevantes sobre la industria, la competencia y las proyecciones económicas, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones.

Análisis de Mercado

La sección de análisis de mercado se estructuró en torno a la identificación de clientes potenciales, análisis de competencia y evaluación de estrategias de marketing efectivas. La segmentación del mercado se basó en criterios demográficos y comportamentales, permitiendo una comprensión precisa del público objetivo y sus preferencias, aspecto crucial para el éxito del lavadero móvil.

Proyecciones Financieras

El análisis financiero adoptó un enfoque proactivo, incorporando proyecciones detalladas sobre ventas, inversiones, flujo de caja y rentabilidad. Se consideraron

escenarios optimistas y adversos, brindando una visión completa de la viabilidad económica del proyecto de la EMPRESA LAVADERO MÓVIL “OMIMBIPA”.

Estructura Organizativa

La definición de la estructura organizativa se basó en roles y responsabilidades, respaldada por un análisis de competencias. Este enfoque garantiza la asignación eficiente de recursos humanos y la formación de un equipo altamente competente, esencial para la ejecución efectiva del lavadero móvil.

Conclusiones de la Metodología

La aplicación rigurosa de esta metodología ha resultado en la construcción de un Plan de Negocios robusto y respaldado por evidencia para la EMPRESA LAVADERO MÓVIL “OMIMBIPA”. Los resultados obtenidos constituyen una base sólida para decisiones estratégicas, asegurando la viabilidad y competitividad del emprendimiento. La meticulosa implementación respalda la validez y confiabilidad de los hallazgos, posicionando esta investigación como una contribución sustancial al campo de la certificación e inspección en el ámbito empresarial.

Escenarios Financieros

En un escenario optimista, con un aumento del 5% en los precios, se observa un ligero incremento en el Valor Actual Neto (VAN) y en la Tasa Interna de Retorno (TIR). Sin embargo, en el escenario pesimista, con una disminución del 3% en las ventas proyectadas, el VAN podría reducirse a Gs (420.275.696) y la TIR disminuiría al 0.75%, aspecto crucial para la toma de decisiones financieras y estratégicas.

3. RESULTADOS

La investigación sobre el Plan de Negocio de Creación de la Empresa Lavadero Móvil OMIMBIPA ha arrojado una serie de resultados significativos que abarcan desde

la definición de la idea del negocio hasta el análisis del mercado y las proyecciones financieras.

Definición de la Idea del Negocio

El concepto del lavadero móvil se centra en ofrecer servicios de lavado de automóviles directamente en el lugar donde se encuentran los clientes. Este modelo de negocio implica la operación de un vehículo equipado con todos los elementos necesarios para llevar a cabo servicios de lavado, desde agua hasta productos de limpieza y herramientas. Los servicios ofrecidos incluyen lavado de vehículos, limpieza de interiores, pulido, encerado, entre otros. La flexibilidad de programar citas en línea o por teléfono facilita la llegada de los lavaderos móviles al lugar designado para satisfacer las necesidades de los clientes.

Línea de Investigación

La investigación se enmarca en la línea de "Creación de Empresas e Innovación Empresarial". El lavadero móvil ha demostrado un considerable potencial de crecimiento al ser identificado como un negocio innovador y atractivo para los usuarios. Además, se destaca la posibilidad de expansión a otras áreas geográficas y la oferta de servicios adicionales, proporcionando oportunidades para emprendedores en un mercado dinámico. La relación con la línea de investigación "Política de Innovación y de fomento empresarial" sugiere explorar vínculos con políticas gubernamentales que respalden la innovación y el emprendimiento.

Orientación del Plan de Negocios

El servicio ofrecido por la EMPRESA LAVADERO MÓVIL "OMIMBIPA" está dirigido a una amplia variedad de clientes que buscan el lavado de sus vehículos de manera conveniente y personalizada. Este enfoque se extiende a clientes individuales y a

empresas dentro del área metropolitana. La investigación ha identificado preguntas cruciales orientadas al plan de negocios, desde los problemas que resuelve el servicio hasta su singularidad en el mercado y los riesgos asociados.

Definición del Tipo de Negocio a Emprender

La investigación respalda la creación de un negocio basado en un estudio de mercado que demuestra la ausencia de empresas similares en el sector. Se proyecta un crecimiento gradual con la posibilidad de habilitar más unidades móviles para abarcar diversas ciudades. Este enfoque se alinea con la planificación estratégica del emprendimiento.

Plan de Marketing

La elaboración de un sólido plan de marketing es esencial para aprovechar las oportunidades del mercado. Desde el análisis de mercado hasta la estrategia de precios, la identidad de la marca y la interacción con los clientes potenciales, cada paso se ha diseñado considerando las necesidades específicas de los consumidores. Se destaca la importancia de la evaluación continua para ajustar la estrategia según sea necesario.

Análisis del Mercado

El análisis de mercado se presenta como una sección integral de la investigación, involucrando la identificación del mercado geográfico, el mercado objetivo, la situación actual del mercado y las tendencias actuales. Se resalta la importancia de limitar el mercado geográfico de manera efectiva y rentable, así como la necesidad de comprender las características del mercado objetivo y las tendencias del consumidor.

Situación del Mercado

El mercado del servicio de lavado móvil ha experimentado un crecimiento sustancial, impulsado por la creciente demanda de servicios de limpieza eficientes y

respetuosos con el medio ambiente. La conciencia ambiental entre los consumidores ha influido en la preferencia por servicios de lavado móvil y productos ecológicos. La diferenciación y la adopción de tecnologías emergentes son claves para mantener la competitividad en este mercado en constante evolución.

Proyecciones Financieras

El análisis financiero revela que el valor presente neto del proyecto, con una tasa de descuento del 10%, es de Gs. 296.855.021, con un período de amortización de 5 años. Se presenta un escenario optimista con un aumento del 5% en los precios, reflejando un incremento en el VAN y en la TIR. En el escenario pesimista, con una disminución del 3% en las ventas proyectadas, el VAN podría reducirse a Gs (420.275.696) y la TIR disminuiría al 0.75%, indicando la importancia de la planificación estratégica ante posibles adversidades.

En conjunto, estos resultados respaldan la viabilidad y el potencial de la EMPRESA LAVADERO MÓVIL “OMIMBIPA”. La aplicación metódica de la metodología ha generado un plan de negocios sólido y fundamentado en evidencia, proporcionando una base confiable para la toma de decisiones estratégicas en el ámbito empresarial de la certificación e inspección.

4. DISCUSIÓN

La investigación centrada en la creación de una empresa de lavado móvil ha proporcionado un análisis exhaustivo de los objetivos establecidos, revelando perspectivas clave para la comprensión del proyecto y su viabilidad en el mercado.

Eficiencia y Calidad del Servicio

El objetivo general de crear una empresa de lavado móvil orientada a ofrecer un servicio eficiente y de alta calidad ha sido abordado desde varias perspectivas. La

definición de eficiencia se ha traducido en la capacidad de llegar directamente a los clientes en sus ubicaciones, eliminando la necesidad de desplazamiento. La calidad del servicio se ha considerado a través de la oferta de servicios personalizados y flexibles, asegurando que los paquetes de lavado se adapten a las necesidades individuales de los clientes. Estos hallazgos respaldan la idea de que la eficiencia y la calidad son elementos interdependientes que definen el valor del servicio ofrecido por la empresa.

Competitividad y Estrategia de Marketing

Los objetivos específicos de dar a conocer el servicio y lograr una buena competitividad han sido abordados mediante un análisis profundo de la estrategia de marketing y publicidad. La identificación del mercado objetivo y la formulación de una estrategia de marketing efectiva han sido elementos clave para posicionar la marca en el mercado. La competitividad se ha logrado al diferenciar la oferta de servicios de lavado móvil de otras opciones disponibles, destacando la conveniencia, la personalización y la calidad del servicio. Este enfoque ha demostrado ser esencial para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes, subrayando la importancia de la estrategia de marketing en el éxito del proyecto.

Estudio de Mercado y Adaptabilidad del Servicio

La realización de un estudio de mercado ha sido fundamental para cumplir con el objetivo específico de identificar las necesidades del cliente y proporcionar el servicio adecuado. El análisis detallado de las características demográficas y comportamentales del mercado objetivo ha permitido una comprensión precisa de las expectativas de los clientes. La adaptabilidad del servicio se ha destacado como una respuesta directa a las necesidades identificadas, ofreciendo servicios personalizados y flexibles. Este enfoque

ha sido crucial para la alineación del servicio con las demandas del mercado, subrayando la importancia de la investigación de mercado en la toma de decisiones empresariales.

Servicios Personalizados y Fidelización del Cliente

El último objetivo específico de proporcionar servicios personalizados y flexibles ha sido abordado en varias instancias a lo largo de la investigación. La flexibilidad en la oferta de paquetes de lavado ha sido identificada como una estrategia clave para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes. La personalización se ha integrado en la estrategia de marketing, destacando la capacidad de la empresa para satisfacer las preferencias individuales de los clientes. Estos elementos se han asociado directamente con la fidelización del cliente, sugiriendo que la adaptabilidad y la personalización son factores cruciales para construir relaciones sólidas con la clientela.

En resumen, la discusión de los objetivos de la investigación revela la interconexión de los elementos clave en la creación de una empresa de lavado móvil. La eficiencia y calidad del servicio, la competitividad a través de la estrategia de marketing, la adaptabilidad basada en el estudio de mercado y la personalización para la fidelización del cliente se entrelazan para formar una propuesta empresarial sólida y centrada en las necesidades del mercado.

5. CONCLUSIONES

Tras una minuciosa evaluación del plan de negocio para la creación de un lavadero móvil, se puede afirmar que esta propuesta emerge como una idea prometedora y rentable en el contexto actual del mercado. La oferta de servicios de lavado de autos en el lugar de trabajo o en el hogar del cliente representa una propuesta atractiva para aquellos con limitado tiempo para recurrir a un lavadero convencional.

En un escenario optimista, donde se contempla un aumento del 5% en los precios, se observa un ligero incremento tanto en el Valor Actual Neto (VAN), ascendiendo a Gs 296.855.021, como en la Tasa Interna de Retorno (TIR), que aumenta al 0.88%. Contrariamente, en un escenario pesimista caracterizado por una disminución del 3% en las ventas proyectadas, se anticipa una reducción del VAN a Gs (420.275.696) y una disminución de la TIR a 0.75%. Estos escenarios representan variables críticas que deben ser consideradas en la toma de decisiones estratégicas y operativas.

Adicionalmente, la adopción de productos ecológicos y prácticas sostenibles emerge como una potencial ventaja competitiva en el mercado. La sensibilidad ambiental de los consumidores modernos puede traducirse en una diferenciación significativa frente a otros servicios de lavado, atrayendo a clientes conscientes del cuidado del medio ambiente. Este enfoque no solo contribuiría a la responsabilidad social corporativa, sino que también podría generar lealtad por parte de un segmento de clientes cada vez más preocupado por la sostenibilidad.

Es imperativo destacar la importancia de una inversión inicial cuidadosamente calculada para la adquisición y equipamiento del vehículo, así como la necesidad de una estrategia de marketing efectiva para llegar a los potenciales clientes. Sin embargo, con una planificación y ejecución adecuadas, el lavadero móvil se posiciona como un negocio innovador y rentable en el panorama actual.

En definitiva, el lavadero móvil emerge como una propuesta atractiva siempre y cuando se aborden estratégicamente las variables críticas de precios y ventas, se adopten prácticas sostenibles, y se realice una inversión inicial y estrategia de marketing efectivas. Estas conclusiones respaldan la viabilidad y potencial de crecimiento del lavadero móvil como una iniciativa empresarial innovadora.

En conclusión, tras una evaluación exhaustiva del plan de negocio para la creación de un lavadero móvil, se puede afirmar que la propuesta se presenta como una opción prometedora y rentable en el actual contexto de mercado. La oferta de servicios de lavado de vehículos en el lugar de trabajo o en el domicilio del cliente emerge como una alternativa atractiva para aquellos con limitaciones de tiempo para recurrir a un lavadero convencional.

Además, la adopción de productos ecológicos y prácticas sostenibles se vislumbra como una potencial ventaja competitiva en el mercado. La sensibilidad ambiental de los consumidores modernos puede constituir una diferenciación significativa frente a otros servicios de lavado, atrayendo a clientes conscientes del cuidado del medio ambiente. Este enfoque no solo contribuiría a la responsabilidad social corporativa, sino que también podría generar lealtad en un segmento de clientes cada vez más preocupado por la sostenibilidad.

Es esencial destacar la importancia de una inversión inicial cuidadosamente calculada para la adquisición y equipamiento del vehículo, así como la necesidad de una estrategia de marketing efectiva para llegar a los potenciales clientes. No obstante, con una planificación y ejecución adecuadas, el lavadero móvil se posiciona como un negocio innovador y rentable en el panorama actual.

En resumen, el lavadero móvil surge como una propuesta atractiva siempre y cuando se aborden estratégicamente las variables críticas de precios y ventas, se adopten prácticas sostenibles, y se realice una inversión inicial y estrategia de marketing efectivas. Estas conclusiones respaldan la viabilidad y potencial de crecimiento del lavadero móvil como una iniciativa empresarial innovadora.

6. REFERENCIAS

- Carrillo Osorio, M. I., & Aguirre y Hernández, F. (5 de marzo de 2018). *Inteligencia en los negocios. Business Intelligence*. <https://www.gestiopolis.com/inteligencia-de-negocios-que-es-y-su-implementacio>.
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración* (séptima ed.). México: MacGraw-Hill/Interamericana. Recuperado el 8 de Enero de 2019
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de los recursos humanos: el capital humano de las organizaciones*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Delgado De los Santos, S. A., & Camargo Ramíre, A. D. (junio de 2014). *Ventajas del uso de simuladores de negocios*. Obtenido de ride.org.mx: ride.org.mx/1-11/index.php/RIDSESECUNDARIO/article/.../847/828
- Godoy, J. R. (2020). Bancarización, digitalización y banca móvil. Evolución de los modelos de negocios bancarios, en la economía digital de Panamá. *Revista FAECO Sapiens*, 3(2), 13-37.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGray-Hill Interamericana Editores, S.A.
- Jiménez, M. L. (18 de diciembre de 2018). *Tomar decisiones con Inteligencia corporativa sostenible*. <https://dernegocios.uexternado.edu.co/negociacion/tomar-decisiones-con-inteligencia-corporativa-sostenible/>.
- Porter, M. E., & Millar, V. E. (1985). How information gives you competitive advantage. *Harvard Business Review*, 149-151.
- Romero, V. (2018). *Importancia de la Cultura Organizacional en las empresas*. Obtenido de www.ruizhealytimes.com: <https://www.ruizhealytimes.com/economia-y-negocios/importancia-de-la-cultura-organizacional-en-las-empresas>
- Roque Moranchel, S. (6 de octubre de 2001). *Inteligencia de negocios y manejo de la información empresarial*. <https://www.gestiopolis.com/inteligencia-de-negocios-y-manejo-de-la-informacion-empresarial/>.