

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

TEMA:  
PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO OPTIMO Y LA  
SISTEMATIZACION DE LA EMPRESA CARWASH NUREGA UBICADO EN LA CIUDAD  
DE SAN MARCOS, GUATEMALA.

ASESOR: ING. RUBÉN FRANCISCO RUIZ MAZARIEGOS.

REVISOR: LIC. RUDY ALBERTO JUI KUNZE.

ALUMNO: KEVIN OSIEL GOMEZ DE LEON

CARNET: 201042481

SAN MARCOS MARZO DE 2025

ID Y ENSEÑAD A TODOS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

CONSEJO DIRECTIVO

MSc. Juan Carlos López Navarro	Director
Licda. Astrid Fabiola Fuentes Mazariegos	Secretaria Consejo Directivo
Ing. Agr. Walter Villacinda Maldonado	Representante docentes
Lic. Oscar Alberto Ramirez Monzón	Representante estudiantil
Br. Luis David Corzo Rodríguez	Representante estudiantil

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

MIEMBROS DE COORDINACION ACADEMICA

PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Académico
Ing. Agr. Carlos Antulio Barrios Morales	Coordinador Carrera técnico en Producción Agrícola e Ingeniero Agrónomo con orientación en Agricultura Sostenible.
Lic. Heliuv Edilzar Vasquez Navarro	Coordinador Carrera de Pedagogía y Ciencias de la Educación
Licda Aminta Esmeralda Guillen Ruiz	Coordinadora Carrera de Trabajo Social, Técnico y Licenciatura.
MSc. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera de Administración de Empresas, Técnico y Licenciatura.
Lic. Mauro Estuardo Rodríguez Hernández	Coordinador Carrera de Abogado y Notario y Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales.
Dr. Byron Geovany García Orozco	Coordinador Carrera Medico y Cirujano
Lic. Nelson de Jesús Bautista López	Coordinador Pedagogía Extensión de San Marcos.
Licda. Julia Maritza Gándara González	Coordinadora Extensión de Malacatàn

Licda. Mirna Lisbet de León Rodríguez	Coordinadora Extensión de Tejutla
Lic. Marvin Evelio Navarro Bautista	Coordinador Extensión Tacana
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador del Instituto de Investigación
Lic. Mario Rene Requena	Coordinador de Área de Extensión
Ing. Oscar Ernesto Chávez Ángel	Coordinador Carrera Ingeniería Civil
Lic. Carlos Edelmar Velásquez González	Coordinador Carrera Contaduría Pública y Auditoría
Lic. Danilo Alberto Fuentes Bravo	Coordinador Carrera Profesorado en Educación Primaria Bilingüe Intercultural
Lic. Yovani Alberto Cux Chan	Coordinador Carreras Sociología, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

DEPARTAMENTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO (EPS)

MSc. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera de Administración de Empresas, Técnico y Licenciatura.
Lic. Byron Lionel Orozco García	Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS)
MSc. Edvin Dardón González	Secretario
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Supervisor de EPS
PhD. Rubén Francisco Ruiz Mazariegos	Supervisor de EPS
Lic. Rudy Alberto Jui Kunze	Supervisor de EPS
Lic. Jorge Eduardo Velásquez Fuentes	Supervisor de EPS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
AUTORIDADES CENTRO UNIVERSITARIO DE SAN MARCOS

TRIBUNAL EXAMINADOR

MSc. Juan Carlos López Navarro	Director
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez	Coordinador Académico
MSc. Víctor Manuel Fuentes López	Coordinador Carrera de Administración de Empresas, Técnico y Licenciatura.
PhD. Rubén Francisco Ruiz	Asesor
Lic. Rudy Alberto Jui Kunze	Revisor



San Marcos 19 de septiembre 2024

Señores:

Comisión trabajo de Graduación

Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas

Centro Universitario de San Marcos, San Marcos.

Respetables Profesionales:

De manera respetuosa me dirijo a ustedes para remitir el **PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO OPTIMO Y LA SISTEMATIZACION DE LA EMPRESA CARWASH NUREGA, UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN MARCOS, GUATEMALA** del estudiante **KEVIN OSIEL GOMEZ DE LEON** con carne 201042481; y posterior a una lectura minuciosa del contenido del mismo, se llega a la conclusión que culmina el trabajo de asesoría y puede continuar con lo que prosigue.

Sin más al particular me suscribo,

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rubén Francisco Ruiz Mazariegos', is positioned above the typed name.

Ing. Agr. Rubén Francisco Ruiz Mazariegos; PhD.  
COLEGIADO. 1363

**ID Y ENSEÑAD ATODOS**

San Marcos 01 octubre de 2024

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA**



**CENTRO UNIVERSITARIO  
DE SAN MARCOS**

Ingeniero:  
Víctor Manuel Fuentes López  
Coordinador  
Carrera de Administración de Empresas  
Centro Universitario de San Marcos  
Edificio.

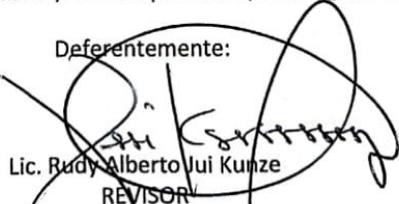
Respetable Ingeniero.

Atentamente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que, con base al nombramiento emitido por el departamento de EPS, se me asigno como **REVISOR ESPECIFICO del INFORME INDIVIDUAL** en su modalidad de **PLAN DE NEGOCIOS**, titulado **PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO OPTIMO Y LA SISTEMATIZACION DE LA EMPRESA CARWASH NUREGA**, UBICADO EN EL MUNICIPIO DE SAN MARCOS, DEPARTAMENTO DE SAN MARCOS, GUATEMALA. Presentado por la estudiante: **Kevin Osiel Gómez de León** quien se identifica con carnet No. **201042481**.

Al respecto, me permito informarle que he revisado dicho trabajo, habiendo concluido con el respectivo proceso, respetando las normas que para el efecto establece nuestra unidad académica, por lo que, en virtud de lo anterior, el suscrito ha quedado satisfecho, emitiendo para el efecto **OPINION FAVORABLE**, para que el referido trabajo pueda seguir con los trámites correspondientes para la respectiva graduación.

Se agradece la atención dada la presente; sin otro particular, me es grato suscribirme de ustedes.

Deferentemente:

  
Lic. Rudy Alberto Jui Kunze  
REVISOR

ID Y ENSEÑAD A TODOS. cc. archivo



San Marcos, 28 de febrero de 2025

Miembros Comisión de EPS  
Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario de San Marcos  
Edificio.

Respetuosamente, me permito informarles que de acuerdo al nombramiento respectivo en mi calidad de encargada de la Comisión de Redacción y Estilo de la Carrera de Administración de Empresas, he tenido a la vista el trabajo de graduación denominado **PLAN DE NEGOCIOS PARA EL FUNCIONAMIENTO OPTIMO Y LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EMPRESA CAR WASH NUREGA UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN MARCOS, GUATEMALA**, modalidad plan de negocios, presentado por el estudiante **KEVIN OSIEL GÓMEZ DE LEÓN** carné **201042481** previo a optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas, y en virtud que el referido informe, a mi consideración, cumple con los lineamientos establecidos, me permito emitir **DICTAMEN FAVORABLE** para que se traslade a donde corresponde y se continúe con el proceso administrativo respectivo.

Atentamente.

A handwritten signature in black ink, enclosed in a hand-drawn oval. The signature appears to be "Gladys del Rosario Mérida Pérez" with some additional markings.

Licda. Gladys del Rosario Mérida Pérez  
Encargada Comisión de Redacción y Estilo  
Carrera Administración de empresas

Marzo 6 de 2025

Ingeniero:

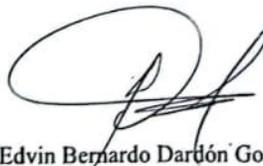
Víctor Manuel Fuentes López  
Coordinador Carrera Administración de Empresas  
Centro Universitario de San Marcos.

Para su conocimiento y efectos, transcribo a usted el punto SEPTIMO del acta no. 001-2025 de sesión ordinaria del Departamento del Ejercicio Profesional Supervisado realizada de manera presencial en el salón del Centro de Computo el día viernes 6 de marzo de 2025, que dice:

**SEPTIMO:** Se tuvo a la vista la solicitud presentada el día 6 de marzo del año 2025, por el estudiante: Kevin Osiel Gómez de León, carné: 201042481, la cual dice:

En mi calidad de estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) y contando con los dictámenes favorables para mi informes, tanto del asesor PhD. Rubén Francisco Ruiz Mazariegos; como del Revisor Lic. Rudy Alberto Jui Kunze; solicito se autorice la emisión del **DICTAMEN FINAL** para el mismo, que esta denominado: "*Plan de negocios para el funcionamiento optimo y la sistematización de la empresa Carwash Nurega, ubicado en la ciudad de San Marcos, Guatemala*".

Para lo cual el Departamento de Ejercicio Profesional Supervisado de la Carrera Administración de Empresas, de conformidad con el artículo 24 inciso d, del normativo vigente, por unanimidad, **APRUEBA** el Trabajo denominado "*Plan de negocios para el funcionamiento optimo y la sistematización de la empresa Carwash Nurega, ubicado en la ciudad de San Marcos, Guatemala*". Presentado por el estudiante: **Kevin Osiel Gómez de León, carné: 201042481** presentado como informe final de Trabajo de Graduación. El presente acuerdo deberá remitirse a la Coordinación de la Carrera de Administración de Empresas para su conocimiento y efectos de conformidad con la normativa vigente del Ejercicio Profesional Supervisado.



MSc. Edvin Bernardo Dardón González  
Secretario

Departamento Ejercicio Profesional Supervisado  
Administración de Empresas USAC - CUSAM

CC. Archivo.

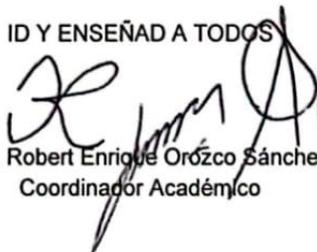
**ESTUDIANTE:** KEVIN OSIEL GOMEZ DE LEÓN  
**CARRERA:** LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.  
CUSAM, Edificio.

Atentamente transcribo a usted el Punto **QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS, inciso a) subinciso a.38) del Acta No. 005-2025**, de sesión ordinaria celebrada por la Coordinación Académica, el 12 de marzo de 2025, que dice:

**“QUINTO: ASUNTOS ACADÉMICOS: a) ORDENES DE IMPRESIÓN. CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. a.38)** La Coordinación Académica conoció Providencia No. CAECUSAM-49-2025, de fecha 11 marzo de 2025, suscrita por el Ing. Víctor Manuel Fuentes López, Coordinador Carrera Administración de Empresas, a la que adjunta solicitud del estudiante: KEVIN OSIEL GOMEZ DE LEÓN, Carné No. 201042481, en el sentido se le **AUTORICE IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN PLAN DE NEGOCIO PARA EL FUNCIONAMIENTO OPTIMO Y LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EMPRESA CARWASH NUREGA UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN MARCOS, GUATEMALA**, previo a conferírsele el Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. La Coordinación Académica en base a la opinión favorable del Asesor, Comisión de Revisión y Coordinador de Carrera, **ACORDÓ: AUTORIZAR IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN PLAN DE NEGOCIO PARA EL FUNCIONAMIENTO OPTIMO Y LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EMPRESA CARWASH NUREGA UBICADO EN LA CIUDAD DE SAN MARCOS, GUATEMALA**, al estudiante: KEVIN OSIEL GOMEZ DE LEÓN, Carné No. 201042481, previo a conferírsele el Título de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.”

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS

  
PhD. Robert Enrique Orozco Sánchez  
Coordinador Académico



c.c. Archivo  
REO/ajr

## **DEDICATORIA**

### **ACTO QUE DEDICO:**

**A DIOS:** Fuente de toda inspiración y fortaleza, por permitirme alcanzar esta meta.

**A MI ESPOSA:** Compañera de vida, por compartir conmigo este camino y celebrar cada triunfo.

**A MI FAMILIA:** En memoria de mi madre: Elba Odilia de León Robledo y mi padre: Sacramento Cruz Gómez Fuentes.

**A MIS PASTORES:** Guías espirituales, por sus enseñanzas y oraciones que me han sostenido.

**A MIS AMIGOS:** Por su amistad sincera y por los momentos compartidos.

# INDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCIÓN .....	2
CAPITULO I .....	3
1. LA EMPRESA Y EL NEGOCIO.....	3
1.1. Antecedentes de la empresa .....	3
1.2. Objetivos .....	4
1.2.1. Objetivo General .....	4
1.2.2. Objetivos Específicos .....	4
1.3. Visión .....	4
1.4. Misión.....	4
1.5. Localización .....	5
1.6. Recursos .....	5
1.7. Valores .....	5
1.8. Situación Actual .....	6
1.9. Situación Ambiental.....	6
1.10. Situación Tecnológica.....	6
1.11. Situación Económica.....	7
1.12. Situación Empresarial .....	7
1.13. Situación Social.....	7
1.14. Situación Organizacional .....	7
1.15. Análisis estratégico FODA.....	8
CAPITULO II.....	9
2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO .....	9

2.1.	Información del producto .....	9
2.2.	Características de los productos y aplicaciones de los mismos .....	9
2.3.	Necesidades a satisfacer .....	16
CAPITULO III.....		17
3.	EQUIPO DE GESTIÓN.....	17
3.1.	Personal necesario .....	17
CAPITULO IV.....		19
4.	MERCADO Y COMPETENCIA .....	19
4.1	Mercado objetivo o Mercado meta .....	19
4.2.	Mercado meta.....	19
4.3.	Crecimiento del Mercado .....	20
4.4.	Competencia.....	20
4.5.	Segmento de mercado .....	20
4.6.	Resultados de estudio de mercado .....	20
CAPITULO V.....		28
5.	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA LEGAL .....	28
5.1.	Organigrama empresa Car Wash Nurega.....	28
5.2.	Descripción de puestos.....	29
5.3.	Organización legal.....	33
5.3.1.	Procedimiento de inscripción de sociedades mercantiles, régimen normal en el Registro Mercantil. ....	33
5.3.2.	Procedimiento de Inscripción de Empresa Mercantil, Régimen General en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT).....	36
5.3.3.	Procedimiento de inscripción de empresas en el IGSS .....	37
5.3.4.	Proceso para tramitar la licencia de funcionamiento.....	38

5.3.5.	Procedimiento para tramitar el registro de marca.....	39
5.3.6.	Procedimiento para tramitar la Licencia Ambiental.....	40
CAPITULO VI.....		41
6.	PLAN DE MARKETING.....	41
6.1.	Clientes objetivo.....	41
6.1.1.	Servicios a prestar .....	41
6.2.	Estrategia de precios.....	41
6.2.1.	Determinación del precio en base de costos.....	42
6.3.	Distribución.....	42
6.3.1.	Canales de distribución .....	42
6.4.	Página de redes sociales .....	43
6.5.	Alcance de Política de servicios.....	43
6.6.	Beneficios y compromisos .....	43
6.7.	Promoción y publicidad .....	44
CAPITULO VII .....		45
7.	PLAN DE PRESTACION DE SERVICIOS .....	45
7.1.	Servicios .....	45
7.2.	Mapa 1 Localización geográfica .....	46
CAPITULO VIII.....		48
8.	PLAN FINANCIERO.....	48
8.1.	Balance General .....	48
8.2.	Estado de resultados .....	49
8.3.	Flujo de caja .....	50
8.4.	Pronostico y recomendaciones .....	51
CAPITULO IX.....		55

9.	ANALISIS DE RIESGO .....	55
9.1.	Identificación de riesgos de la empresa Car Wash Nurega.....	55
9.2.	Matriz de riesgos .....	56
9.3.	Mitigación de riesgos .....	57
	CONCLUSIONES .....	61
	BIBLIOGRAFÍA .....	63

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Análisis estratégico FODA .....	8
<b>Tabla 2.</b> Personal de Gestión.....	17
<b>Tabla 3.</b> Puesto gerente general .....	29
<b>Tabla 4.</b> Competencias laborales .....	29
<b>Tabla 5.</b> Perfil del proyecto.....	30
<b>Tabla 6.</b> Puesto del contador .....	30
<b>Tabla 7.</b> Competencias laborales contador .....	31
<b>Tabla 8.</b> Puesto asistente Car Wash .....	32
<b>Tabla 9.</b> Perfil del puesto de asistente.....	32
<b>Tabla 10.</b> Preparación académica del asistente .....	32
<b>Tabla 11.</b> Gastos de Constitución .....	33
<b>Tabla 12.</b> Tamaño del ciclo de producción .....	45
<b>Tabla 13.</b> Mobiliario y Equipo.....	47
<b>Tabla 14.</b> Balance General .....	48
<b>Tabla 15.</b> Estado de resultados.....	49
<b>Tabla 16.</b> Flujo de caja.....	50
<b>Tabla 17.</b> Matriz de riesgos.....	56
<b>Tabla 18.</b> Mitigación de riesgos.....	57

## ÍNDICE DE GRAFICAS

<b>Gráfica 1.</b> Vecinos del municipio que acostumbran utilizar servicios de Car Wash.....	21
<b>Gráfica 2.</b> Frecuencia de visita a solicitar servicio de Car Wash .....	22
<b>Gráfica 3.</b> Preferencia de servicios de Car Wash.....	23
<b>Gráfica 4.</b> Factores importantes a considerar en servicio de Car Wash .....	24
<b>Gráfica 5.</b> Calidad de lavado en servicios de Car Wash .....	25
<b>Gráfica 6.</b> Métodos de Pago en servicios de Car Wash.....	26
<b>Gráfica 7.</b> Preferencia de precios en servicios de Car Wash .....	27
<b>Gráfica 8.</b> Organigrama de la empresa Car Wash Nurega.....	28

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1.</b> Localización geográfica .....	46
<b>Ilustración 2.</b> Panorama Optimista .....	52
<b>Ilustración 3</b> Panorama Realista .....	53
<b>Ilustración 4.</b> Panorama Pesimista.....	53

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El siguiente plan de negocios consiste en proponer de una manera sistematizada todos los aspectos relacionados con la operación de la empresa Car Wash Nurega, tomando en cuenta los principales procesos de lavado y de tallado de vehículos, cumpliendo con las normas de limpieza y seguridad, que conllevan las buenas prácticas de servicio y cuidado del medio ambiente. El servicio de Car Wash sirve como una necesidad esencial para propietarios de vehículos particulares y flotas comerciales, considerando que, en el departamento de San Marcos, existen numerosos conductores en casi todos los municipios y comunidades rurales a pequeña y mediana escala. Por lo tanto, se ha generado este estudio que busca generar nuevas líneas de servicios de lavado y de tallado, ofreciendo una calidad superior y un enfoque ecológico, atendiendo el mercado local, incluyendo concesionarios de autos, empresas de transporte y usuarios particulares.

Se realiza una investigación de mercado utilizando encuestas y entrevistas con propietarios de vehículos, concesionarios de autos y empresas de transporte en San Marcos para identificar sus necesidades y preferencias en servicios de lavado y de tallado. Se complementa con un análisis competitivo y un estudio de viabilidad económica para desarrollar nuevas líneas de servicios ecológicos de alta calidad. Además, se llevan a cabo pruebas piloto de los nuevos servicios en diferentes localidades para evaluar su aceptación y efectividad. Se espera desarrollar servicios ecológicos de alta calidad que no solo aumenten la satisfacción del cliente, sino que también mejoren la competitividad del negocio. Se espera obtener una comprensión detallada de las preferencias y necesidades de los propietarios de vehículos, concesionarios de autos, y empresas de transporte.

Además, se anticipa la creación de una propuesta de valor que destaque por su enfoque sostenible y por ofrecer una calidad superior en el servicio de lavado y de tallado de vehículos, posicionando al negocio como líder en el mercado local.

## INTRODUCCIÓN

En un mundo donde la movilidad es una parte integral de la vida moderna, mantener vehículos limpios y en óptimas condiciones se ha convertido en una necesidad para muchos. Es en este contexto dinámico y en constante evolución donde emerge la empresa: NUREGA Car Wash; un innovador servicio de lavado de autos, diseñado para satisfacer las necesidades de limpieza. La empresa tiene como aspiración no solo convertirse en líder en el sector del lavado de autos, sino también a establecer vínculos sólidos con la comunidad, contribuyendo de manera positiva a su bienestar y a la preservación del medio ambiente en sintonía con una nueva era de lavado automotriz, donde la calidad, la atención al detalle y la satisfacción del cliente son pilares fundamentales.

Por lo anterior, el competitivo y dinámico mundo empresarial, así como la implementación de un plan de trabajo efectivo es fundamental para el éxito y la sostenibilidad de cualquier emprendimiento. En este contexto, se presenta el plan de trabajo detallado de NUREGA Car Wash, una iniciativa dedicada a brindar servicios de lavado automotriz de calidad excepcional y experiencias memorables a cada cliente. El presente plan de negocios se basa en la premisa fundamental de ofrecer un servicio de lavado de autos que no solo cumpla con las expectativas de los clientes, sino que también supere sus más altas expectativas en términos de calidad, eficiencia y atención al detalle.

Para lograr este objetivo, se desarrolla un plan estratégico integral que abarca todas las áreas clave del negocio, desde la operación diaria hasta la gestión del talento humano y la promoción de la marca; con un enfoque centrado en la excelencia operativa y la innovación continua. A través de este plan de trabajo, se busca el compromiso a establecer un estándar de excelencia en la industria del lavado automotriz y a consolidar la posición de la empresa como líderes en el mercado.

# CAPÍTULO I

## 1 LA EMPRESA Y EL NEGOCIO

### **1.1 Antecedentes de la empresa**

La empresa Car Wash Nurega, nace en el mes de octubre del año 2023, destacándose en la prestación de servicios de lavado y de tallado de vehículos a nivel departamental en San Marcos, en la actualidad la empresa se encuentra en un proceso de expansión, por lo que resulta crucial implementar un nuevo diseño de servicios que permita liderar y satisfacer de manera óptima las demandas del mercado actual. El objetivo de la empresa es ofrecer al público una gama de servicios de lavado y de tallado de vehículos que son altamente demandados en el mercado. Es importante destacar que, en el sector de lavado de autos del municipio, aún no se cuenta con la maquinaria y los equipos necesarios para proporcionar un servicio de alta calidad, lo que limita la disponibilidad de servicios Premium en la zona.

Car Wash Nurega se distingue por ofrecer un servicio eficiente y por utilizar productos ecológicos que garantizan un acabado superior. Ofrece una amplia gama de servicios, incluyendo lavado exterior, limpieza interior, aplicación de cera, pulido, limpieza de llantas y rines, y detailing completo, todo con un firme enfoque en la sostenibilidad, esta sostenibilidad se logra mediante el uso de sistemas de reciclaje de agua, productos de limpieza biodegradables, y energía renovable. En consecuencia, esto lo hace amigable con el ambiente reduciendo el consumo de agua, minimizando el uso de químicos nocivos, y disminuyendo la huella de carbono.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general.**

- Diseñar el plan de negocios que abarque todos los estudios necesarios para la puesta en marcha de Car Wash Nurega, detallando cada aspecto crucial para el lanzamiento exitoso de los servicios de lavado y de tallado de vehículos, sin descuidar el medio ambiente.

### **1.2.2 Objetivos específicos.**

- Realizar un estudio de mercado exhaustivo para evaluar la demanda y oferta reales del mercado de lavados de autos en nuestra área de influencia
- Desarrollar un plan de operaciones que detalle todos los procesos de los servicios que presta la empresa
- Proponer un método que permita reutilizar el agua y ser amigable con el ambiente
- Proponer una estrategia de manejo de residuos sólidos generados en la empresa
- Proponer una estrategia de manejo de residuos líquidos generados en la empresa

## **1.3 Visión**

Convertirse en el principal destino de lavado de autos de San Marcos, reconocido por la excelencia en el servicio, el compromiso con la sostenibilidad y la contribución positiva con el entorno. Esforzándose por establecer un estándar de oro en la industria del lavado de autos, siendo un referente de calidad, innovación y responsabilidad ambiental.

## **1.4 Misión**

Brindar un servicio excepcional de lavado de autos que no solo cumpla con las expectativas de los clientes, sino que también contribuya de manera positiva al medio ambiente y a la comunidad en la que se opera. Esforzándose por ser líderes en la industria del lavado de autos, destacando por la calidad, compromiso con la sostenibilidad y atención al cliente.

## **1.5 Localización**

3era calle 11-40 zona 4 San Marcos

## **1.6 Recursos**

### a. Naturales

Energía solar, agua potable, agua de lluvia, vegetación nativa

### b. Físicos

Instalaciones, equipos de lavado, cepillos, esponjas, jabón desengrasante, cera para carrocería, limpiadores de llantas, limpiadores de vidrios, toallas de microfibra, pistolas de agua a presión, hidro lavadoras, aspiradoras, sistema de iluminación y seguridad.

### c. Humanos

Personal capacitado, atención al cliente, liderazgo y gestión

## **1.7 Valores**

- **Innovación:** buscar constantemente nuevas tecnologías y métodos para mejorar los servicios y la experiencia del cliente en el Car Wash.
- **Compromiso Ambiental:** reducir el impacto en el medio ambiente a través de prácticas eco-amigables, como el uso de productos biodegradables y la conservación del agua.
- **Atención al Cliente:** se busca brindar un servicio excepcional y una experiencia satisfactoria para cada cliente que visite Car Wash Nurega, priorizando su comodidad y satisfacción.
- **Responsabilidad Social:** se busca contribuir activamente al bienestar de la comunidad, participando en iniciativas sociales y apoyando causas locales que promuevan el desarrollo y la inclusión.

## **1.8 Situación actual**

Nurega Car Wash, un negocio de lavado de autos ubicado en la tercera calle 11-40 zona 4 San Marcos, se encuentra en un momento de crecimiento y expansión. Durante los últimos meses, se ha experimentado un aumento constante en la demanda de servicios de lavado de autos, tanto de clientes individuales como de flotas comerciales, debido a la implementación de una estrategia que consiste en recoger los vehículos en los hogares o lugares de trabajo, evitando que los clientes tengan que llegar y esperar por su automóvil, lo cual ha funcionado muy bien. La reputación por ofrecer un servicio de calidad, atención al cliente excepcional y un enfoque en la sostenibilidad ambiental ha sido fundamental para el éxito.

Se ha invertido en equipos de última generación, productos de limpieza biodegradables y sistemas de reciclaje de agua para garantizar que los clientes reciban un lavado de autos impecable mientras se minimiza el impacto en el medio ambiente y se evita que los clientes pierdan tiempo al dejar y recoger su vehículo. Sin embargo, con el aumento de la demanda, también se han enfrentado algunos desafíos operativos. El equipo actualmente está trabajando al límite de su capacidad, lo que ha llevado a tiempos de espera más largos para los clientes durante los horarios pico. Además, se ha notado una mayor presión sobre las instalaciones y equipos debido a la demanda, lo que ha generado la necesidad de mejoras y actualizaciones adicionales.

## **1.9 Situación ambiental**

En Nurega Car Wash, se busca promover la sostenibilidad y reducir el impacto ambiental mediante el uso de productos de limpieza biodegradables y ecológicos que sean menos tóxicos, ayudando así a reducir la contaminación del agua. Para la conservación del agua potable y reducir la dependencia de los suministros municipales, también se recolecta y almacena agua de lluvia.

## **1.10 Situación tecnológica**

Actualmente, lo único que se tiene es un grupo de WhatsApp con clientes en donde se les informa sobre algunas ofertas y promociones. Además, se implementará un sistema de Facturación Electrónica Local (FEL) y se elaborará una tabla Excel para registrar detalladamente la información de cada cliente.

### **1.11 Situación económica**

En Nurega Car Wash además del lavado básico, se ofrecen servicios adicionales que generan un ingreso extra como pulido de pintura, limpieza de tapicera y tratamiento de vidrios, se tienen a la venta productos relacionados con el cuidado del automóvil, como ceras, ambientadores, toallitas para interiores, accesorios, y desodorantes.

### **1.12 Situación empresarial**

Se busca la forma de reunirse una vez a la semana para crear planes de negocios y estrategias de publicidad, sin un día específico, dependiendo de la demanda de trabajo. Se propone establecer un código de trabajo que formalice estas reuniones y aplicar modelos de innovación para mejorar la eficiencia y creatividad en la planificación.

### **1.13 Situación social**

En Nurega Car Wash se crean oportunidades de empleo para jóvenes, permitiéndoles realizar prácticas o trabajar a tiempo parcial, ya que muchos de ellos estudian. De esta manera, se les apoya en su continuidad educativa y se promueve el desarrollo económico laboral.

### **1.14 Situación organizacional**

En Nurega Car Wash se establecen políticas y procedimientos claros para todas las operaciones del Car Wash, incluyendo el proceso de lavado de autos y atención al cliente, el mantenimiento de los equipos, la limpieza de las instalaciones y la seguridad del recinto. Se desarrolla un plan estratégico a largo plazo para guiar el crecimiento y desarrollo del Car Wash, utilizando la herramienta FODA.

### 1.15 Análisis estratégico FODA

Tabla 1 *Análisis estratégico FODA*

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Buena ubicación del establecimiento</li><li>- Buena atención al cliente</li><li>- Entrega y recogida de vehículo</li><li>- Productos de alta calidad</li><li>- Reducción de costo y maximización de ganancias</li></ul>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Disponibilidad constante de agua</li><li>- Cercanía de materias primas</li><li>- Ubicación geográfica adecuada</li><li>- Premiar la fidelidad del cliente</li><li>- Marketing efectivo</li><li>- Ambiente de comodidad para el cliente</li></ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Espacio limitado</li><li>- No hay registros contables</li><li>- Altos costos de equipo de mantenimiento</li><li>- Tiempo de entrega del vehículo</li><li>- Tecnología limitada</li><li>- Estabilidad de los operarios</li></ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Competencia</li><li>- Condición climática</li><li>- Escasez de agua</li><li>- Dificultad para encontrar personal</li><li>- Daños a vehículos</li><li>- Pandemias y crisis sanitarias</li></ul>

*Fuente:* elaboración propia

## CAPÍTULO II

### 2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

#### 2.1 Información del producto

Un Car Wash, o lavado de autos, es un servicio diseñado para limpiar y mantener los vehículos, tanto en su exterior como en su interior. Este servicio es esencial para los propietarios de vehículos que desean mantener sus autos en óptimas condiciones, tanto estéticamente como funcionalmente.

#### 2.2 Características de los productos y aplicaciones de los mismos

##### a. Jabones y detergentes

- Espuma activa: un detergente espumoso que se aplica al inicio del lavado para aflojar y eliminar la suciedad superficial.
- Jabones neutros: productos suaves diseñados para limpiar sin dañar la pintura del vehículo.

##### b. Desengrasantes

- Desengrasante para motor: utilizado para limpiar motores y áreas con acumulación de grasa y aceite.
- Desengrasante multiuso: aplicado en llantas, rines y áreas con suciedad intensa.

##### c. Productos de Limpieza Interior

- Limpiadores de tapicería: espumas y líquidos específicos para limpiar telas y alfombras.
- Limpiadores de vinilo y plástico: productos diseñados para superficies internas como el tablero y paneles de puertas.
- Acondicionadores de cuero: para limpiar y proteger superficies de cuero, evitando el agrietamiento y el desgaste.

##### d. Ceras y Selladores

- Cera líquida: aplicada para dar brillo y proteger la pintura contra contaminantes.
- Cera en pasta: ofrece una protección duradera y un brillo profundo.

- Selladores de pintura: proporcionan una capa protectora que puede durar más que las ceras tradicionales.

**e. Pulimentos y compounds**

- Pulimentos: utilizados para eliminar pequeños rasguños y restaurar el brillo de la pintura.
- Compounds: productos más abrasivos que eliminan defectos profundos en la pintura y preparan la superficie para el pulido.

**f. Limpiadores de cristales**

- Limpiavidrios: fórmulas específicas para limpiar ventanas sin dejar residuos ni rayas.

**g. Productos especializados para ruedas y neumáticos**

- Limpiadores de llantas: productos diseñados para eliminar el polvo de frenos y la suciedad de los rines.
- Acondicionadores de neumáticos: proveen un brillo duradero y protegen los neumáticos del envejecimiento y agrietamiento.

**h. Detalladores rápidos**

- Quick detailers: productos de limpieza rápida que se utilizan para retoques entre lavados completos, proporcionando brillo y eliminando polvo ligero.

**i. Productos ecológicos**

- Detergentes biodegradables: productos que no dañan el medio ambiente y son seguros para el uso en car Wash.
- Limpiadores a base de agua: soluciones que minimizan el uso de productos químicos agresivos.

**j. Herramientas y accesorios**

- Esponjas y guantes de microfibra: para un lavado suave y efectivo sin rayar la pintura.
- Toallas de microfibra: para secar el vehículo sin dejar marcas.
  - Cepillos de detalle: para limpiar áreas difíciles como rejillas y emblemas.

## **Servicios del car wash**

Estos servicios se dividen en dos categorías principales: limpieza exterior e interior, y servicios adicionales especializados.

### **La cual ofrece**

#### **a. Limpieza exterior**

- Lavado básico: incluye el lavado y enjuague del exterior del vehículo para eliminar la suciedad superficial.
- Lavado con espuma activa: utilización de una espuma especial para aflojar la suciedad y los contaminantes antes del enjuague.
- Encerado: aplicación de cera líquida o en pasta para proteger la pintura y darle un brillo duradero.
- Pulido: uso de pulimentos para eliminar rayones y restaurar el brillo de la pintura.
- Lavado a mano: lavado manual detallado para asegurar una limpieza minuciosa y cuidadosa del exterior.
- Limpieza de rines y llantas: limpieza profunda de las llantas y rines para eliminar el polvo de frenos y la suciedad acumulada.
- Sellado de pintura: aplicación de selladores especiales para proporcionar una capa protectora duradera sobre la pintura.

## **b. Limpieza interior**

- Aspirado: aspirado completo del interior del vehículo, incluyendo asientos, alfombras y baúl.
- Limpieza de tapicería: limpieza profunda de asientos de tela y alfombras utilizando espumas y limpiadores específicos.
- Limpieza de cuero: limpieza y acondicionamiento de asientos y superficies de cuero para mantenerlos suaves y evitar grietas.
- Limpieza de vinilo y plástico: limpieza de tableros, paneles de puertas y otras superficies interiores de vinilo y plástico.
- Limpieza de cristales: limpieza de ventanas interiores y exteriores sin dejar rayas ni residuos.

## **c. Servicios especializados**

- Detallado completo (Detailing): servicio de limpieza y restauración exhaustiva del vehículo, tanto en el exterior como en el interior.
- Limpieza de motor: limpieza del compartimento del motor para eliminar grasa, aceite y suciedad.
- Descontaminación de pintura: uso de arcilla y otros productos para eliminar contaminantes adheridos a la superficie de la pintura.
- Eliminación de olores: tratamiento para eliminar olores desagradables del interior del vehículo utilizando técnicas como la ozonización.

- Restauración de faros: pulido y limpieza de faros para eliminar la opacidad y mejorar la visibilidad nocturna.
- Protección cerámica: aplicación de un recubrimiento cerámico para una protección superior de la pintura contra los elementos.

**d. Servicios adicionales**

- Tratamiento anti lluvia: aplicación de productos repelentes de agua en los parabrisas para mejorar la visibilidad durante la lluvia.
- Desinfección: desinfección completa del interior del vehículo para eliminar bacterias y virus.
- Limpieza de tapetes: lavado y secado de tapetes de goma y alfombras.
- Aplicación de protección solar: instalación de películas protectoras en las ventanas para reducir el calor y la radiación UV en el interior del vehículo.

**e. Servicios de mantenimiento rutinario**

- Cambio de aceite y filtros: servicio rápido de cambio de aceite y filtros del motor.
- Revisión de fluidos: inspección y relleno de fluidos esenciales como refrigerante, líquido de frenos y aceite de transmisión.
- Revisión de neumáticos: inspección y ajuste de la presión de los neumáticos, además de rotación si es necesario.

## **Los principios básicos.**

Están orientados a asegurar que los servicios prestados sean efectivos, eficientes y de alta calidad, mientras se mantiene la satisfacción del cliente y se cuida el medio ambiente.

Dentro de las características se encuentran las siguientes:

- Calidad del servicio
- Satisfacción del cliente
- Eficiencia operativa
- Responsabilidad ambiental
- Seguridad
- Innovación y mejora continua
- Ética y profesionalismo
- Experiencia del cliente
- Adaptabilidad
- Comunidad y responsabilidad social

## **Ventajas**

Los cars wash, ofrecen varias ventajas tanto para los propietarios de vehículos como para el medio ambiente. Aquí hay algunas de las principales:

### **a. Ventajas para los propietarios de vehículos**

- Ahorro de tiempo y esfuerzo
- Resultados profesionales
- Conservación de la pintura
- Servicios adicionales

### **b. Ventajas económicas**

- Valor del vehículo
- Ahorro en mantenimiento

**c. Ventajas medioambientales**

- Uso eficiente del agua
- Control de contaminantes
- Productos biodegradables

**d. ventajas comunitarias**

- generación de empleos
- conveniencia y accesibilidad

**Desventajas**

**a. Desventajas para los propietarios de vehículos**

- Costo
- Riesgo de daños
- Calidad inconsistente

**b. Desventajas económicas**

- Gastos recurrentes
- Dependencia del servicio

**c. Desventajas medioambientales**

- Impacto ambiental de productos químicos
- Consumo de energía

**d. Desventajas comunitarias**

- Colas y esperas
- Impacto en pequeños negocios

**e. Desventajas personales**

- Menor control
- Posibles problemas de seguridad

### **2.3 Necesidades a satisfacer**

En términos generales, la prestación de servicios de la empresa “CAR Wash Nurega” tiene como objetivo satisfacer las necesidades de limpieza y mantenimiento de vehículos en la ciudad de San Marcos. Con la idea principal de llegar a cada cliente que busca mantener su vehículo en óptimas condiciones, se ofrecen nuevos servicios de la mano de la innovación, tales como tratamientos de limpieza profunda, encerado, pulido de faros, y detalles interiores y exteriores. Se cuenta con personal capacitado y especializado en todas las áreas del servicio de lavado de autos, con el objetivo de garantizar una excelente organización interna y así poder brindar un servicio de alta calidad a cada cliente.

## CAPÍTULO III EQUIPO DE GESTIÓN

### 2.4 Personal necesario

El personal que necesita la empresa CAR WASH, se describe a continuación:

**Tabla 2. PERSONAL DE GESTIÓN**

No. de empleados	Puesto a desempeñar	Sueldo individual	Sueldo Mensual	Horas trabajadas
1	Gerente General	Q.3,400.00	Q. 3,400.00	8 horas
1	Contador	Q. 1,500.00	Q. 1,500.00	5 horas
2	Asistentes	Q.1,500.00	Q. 3,000.00	8 horas
TOTAL			Q 7,900.00	

*Fuente:* Precios en base a <https://www.mintrabajo.gob.gt/index.php/dgt/salario-minimo>

El código de trabajo menciona en el Artículo 88, sobre el salario o sueldo como “la retribución que el patrono debe pagar al trabajador en virtud del cumplimiento del contrato de trabajo vigente entre ambos” a su vez, el Artículo 13 menciona que las empresas en Guatemala deben contratar al menos al 90% de sus trabajadores guatemaltecos y pagarles al menos el 85% de los salarios totales de la compañía. A sí mismo, el Artículo 103, indica que “todo trabajador tiene derecho a devengar un salario mínimo que cubra sus necesidades normales, de orden material, moral y cultural que le permita satisfacer sus deberes como jefe de familia”. (Congreso de la Republica, 1992).

La empresa comenzará sus actividades con 4 trabajadores (Tabla 1), cada uno cumpliendo una serie de funciones, las cuales son fundamentales para llevar a cabo un manejo adecuado en la atención al cliente, las cuales se describen a continuación:

### **1. Gerente general**

- Supervisar y dirigir el negocio
- Seleccionar herramientas, materiales y equipamiento y realizar un seguimiento del inventario.(Congreso de la Republica, 1992)
- Negociar los términos de cada servicio y cobros-pagos
- Analizar, gestionar y mitigar riesgos
- Garantizar que se cumplan los estándares de calidad

### **2. Contador**

- Analiza documentos relacionados con impuestos
- Asegurarse de que el proceso contable cumpla con los requisitos de ley
- Proporcionar información oportuna de los análisis contables registrados
- Apoya la gestión financiera de la empresa

### **3. Asistentes**

- Servicio al cliente, procesar y tabular las quejas de los clientes
- Manejo y control de los recursos de la empresa

## **CAPÍTULO IV**

### **MERCADO Y COMPETENCIA**

#### **4.1 Mercado objetivo o mercado meta**

El mercado de un car wash es diverso y competitivo, atendiendo a una variedad de clientes que incluyen propietarios de vehículos personales, empresas con flotas, y clientes de alto poder adquisitivo. Los propietarios individuales buscan conveniencia y calidad, prefiriendo servicios rápidos y efectivos que mantengan sus coches limpios y bien cuidados. Las empresas con flotas necesitan mantener sus vehículos en óptimas condiciones para operaciones eficientes, mientras que los clientes de lujo demandan servicios premium y detallado especializado. La competencia en este mercado se centra en la innovación y la calidad del servicio, con establecimientos que ofrecen una gama de opciones desde lavados básicos hasta paquetes completos de detallado y mantenimiento. Además, la ubicación, la tecnología utilizada, y la capacidad de personalizar los servicios juegan roles cruciales en atraer y retener a los clientes.

Las tendencias actuales también incluyen un enfoque en la sostenibilidad, con muchos cars Wash adoptando prácticas ecológicas como el uso de productos biodegradables y sistemas de reciclaje de agua. Por tal razón es necesario implementar en el departamento de San Marcos, nuevas líneas de producción que resulten atractivas para el cliente.

#### **4.1.3 Mercado meta.**

El mercado meta que se desea llegar es:

- Clientes particulares
- Clientes de alto poder adquisitivo
- Instituciones y organizaciones
- Empresas y flotas de vehículos

#### **4.1.4 Crecimiento del mercado.**

La empresa podría ampliar su mercado a otros municipios cercanos a la cabecera departamental, considerando que se ha comprobado la aceptación de los servicios a nivel local.

#### **4.1.5 Competencia.**

La competencia de Car Wash en Guatemala es intensa y variada, con numerosos establecimientos que van desde pequeños negocios locales hasta grandes cadenas con múltiples ubicaciones. Estos servicios compiten no solo en precio, sino también en calidad y variedad de servicios ofrecidos, que incluyen desde lavados básicos hasta detallados completos y tratamientos especializados. La innovación tecnológica y el uso de productos ecológicos también son factores clave en la diferenciación dentro del mercado. Además, la ubicación estratégica y la capacidad de ofrecer servicios rápidos y convenientes son cruciales para atraer y mantener a los clientes en este competitivo sector.

#### **4.1.6 Segmento de mercado.**

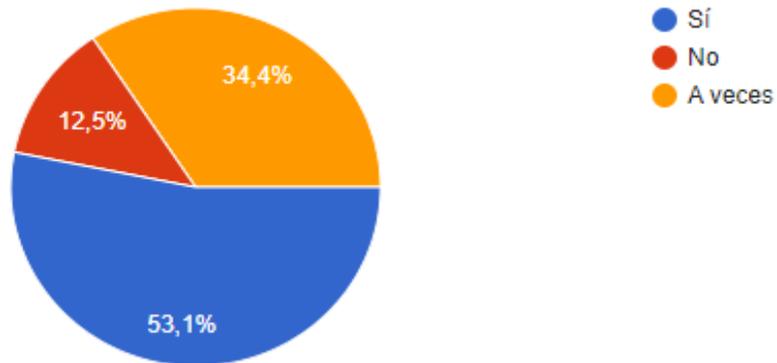
A un inicio se pretende apertura nuevos establecimientos de car Wash dentro del Municipio de San Marcos y San Pedro Sacatepéquez, de las cuales se encuentran:

- Aldea Champollap, San Pedro Sacatepéquez.
- Cantón El Mosquito, San Pedro Sacatepéquez.
- Caserío Las Lagunas, San Marcos.

#### **4.1.7 Resultados de estudio de mercado.**

El estudio de mercado es fundamental para determinar la demanda, oferta, precios y canales de comercialización de un Car Wash. A continuación, se presentan los resultados obtenidos en este componente

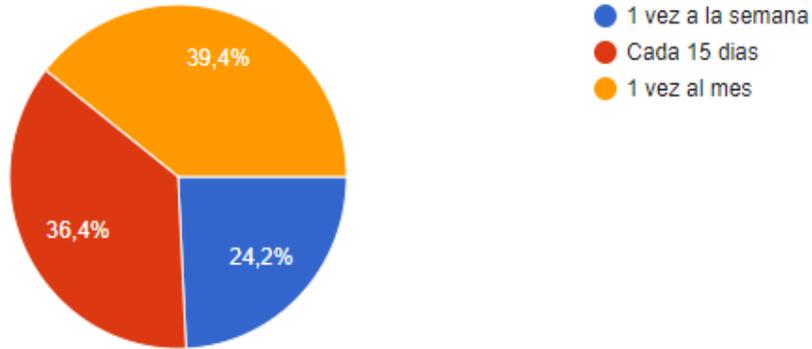
**Gráfica 1. VECINOS DEL MUNICIPIO QUE ACOSTUMBRAN UTILIZAR SERVICIOS DE CAR WASH**



*Fuente:* encuesta a usuarios de la cabecera departamental de San Marcos

En la gráfica 1, se observa que el 53.1% de las personas usan el servicio de Car Wash regularmente, el 34.4% lo hace ocasionalmente y el 12.5% no lo usa. Para convertir a los clientes ocasionales en regulares, es importante reforzar las promociones y considerar un programa de fidelización. Además, se podrían diseñar campañas específicas para cada grupo de clientes y realizar encuestas para entender las razones detrás del uso ocasional o la no utilización. Abordar las barreras como el precio o la conveniencia ayudará a aumentar la frecuencia de uso y, por ende, mejorar los ingresos y la estabilidad de NUREGA Car Wash.

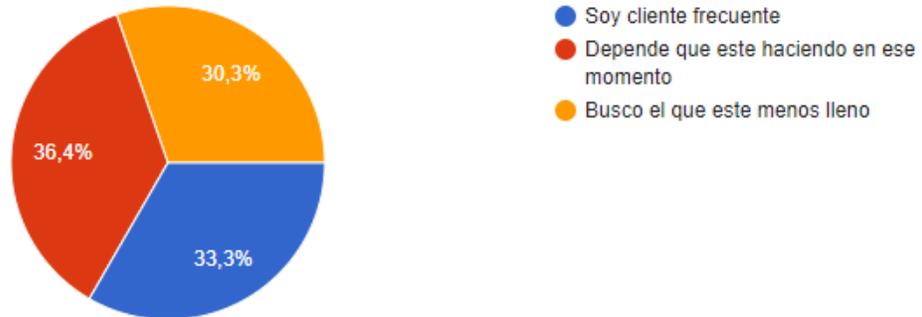
**Gráfica 2. FRECUENCIA DE VISITA A SOLICITAR SERVICIO DE CAR WASH**



*Fuente:* mediante encuesta a usuarios de la cabecera departamental de San Marcos

En la gráfica 2, se observa que, del total de encuestados, el 39.4% lleva su vehículo al servicio de Car Wash una vez al mes, mientras que el 36.4% lo hace quincenalmente. Solo el 24.2% utiliza el servicio de manera semanal, lo que destaca una tendencia hacia una menor frecuencia. Estos datos indican que, aunque hay un uso consistente del servicio, la mayoría de los clientes prefieren intervalos más largos entre cada lavado, posiblemente debido a factores como el costo, el tiempo disponible o la percepción de necesidad. Esta información es fundamental para ajustar las estrategias de marketing y ofertas promocionales, enfocándose en aumentar la frecuencia de visitas y fomentar la lealtad del cliente a través de programas de fidelización y descuentos para servicios más regulares.

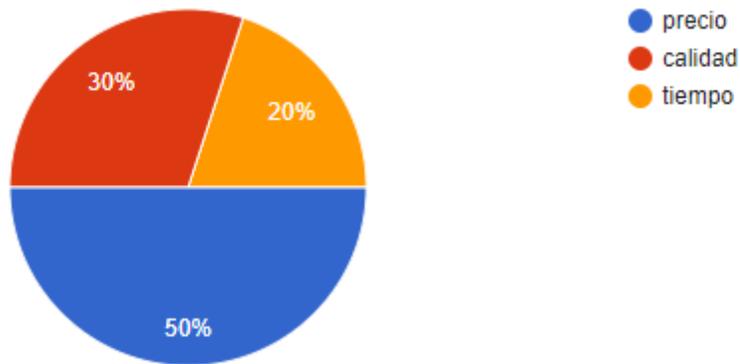
### Gráfica 3. PREFERENCIA DE SERVICIOS DE CAR WASH



*Fuente:* mediante encuesta a usuarios de la cabecera departamental de San Marcos

En la gráfica 3, se muestra que el 36.4% de los encuestados utilizan el servicio de Car Wash según su agenda, lo que indica que valoran la flexibilidad y conveniencia. El 30.3% prefiere lugares con poca afluencia para reducir el tiempo de espera, destacando la importancia de la rapidez en su decisión. Por último, el 33.3% son clientes frecuentes, lo que sugiere una base leal que podría beneficiarse de programas de fidelización y ofertas exclusivas. Estos datos resaltan la necesidad de adaptar los servicios a los horarios flexibles de los clientes, implementar estrategias para agilizar el servicio y fomentar la lealtad a través de incentivos personalizados, lo que en conjunto podría aumentar la satisfacción y la frecuencia de uso del servicio. Además, conocer estas preferencias permite diseñar campañas de marketing más efectivas, dirigidas a diferentes segmentos de clientes con necesidades específicas.

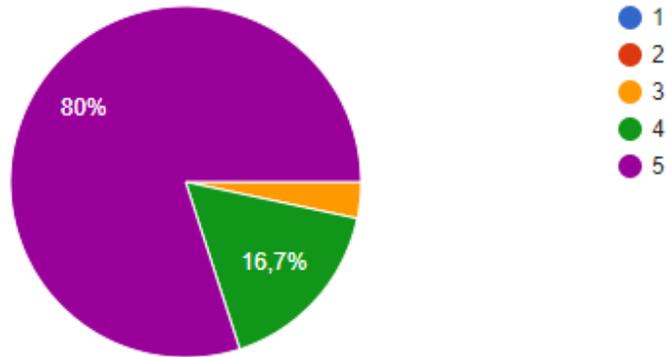
**Gráfica 4. FACTORES IMPORTANTES A CONSIDERAR EN SERVICIO DE CAR WASH**



*Fuente:* mediante encuesta a usuarios de la cabecera departamental de San Marcos

En la gráfica 4, se observa que el 50% de los encuestados considera el precio un factor clave al elegir un Car Wash, lo que sugiere que ofrecer precios competitivos y opciones económicas es fundamental para atraer y retener clientes. El 30% prioriza la calidad del servicio, lo que indica que la inversión en equipos de alta calidad y en la formación del personal puede justificar precios más altos y mejorar la percepción del servicio. El 20% valora principalmente el tiempo, lo que resalta la importancia de la eficiencia y sugiere que servicios exprés y reservas en línea podrían satisfacer mejor sus necesidades. Adaptar las ofertas a estas prioridades mejora la lealtad y la ventaja competitiva.

**Gráfica 5. CALIDAD DE LAVADO EN SERVICIOS DE CAR WASH**

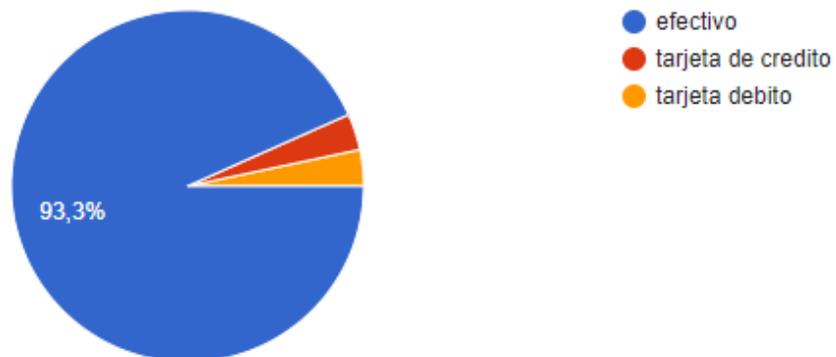


*Fuente:* mediante encuesta a usuarios de la cabecera departamental de San Marcos

El 80% de los usuarios de NUREGA Car Wash considera que el servicio es altamente satisfactorio, destacando su calidad y eficacia, lo que refleja el éxito de la empresa en cumplir con las expectativas de sus clientes. Sin embargo, un 16.7% menciona áreas de mejora, proporcionando una oportunidad para ajustar el servicio mediante encuestas de seguimiento y análisis de sugerencias (gráfica 5).

La gráfica 5 muestra que el 45% de los encuestados prefiere opciones ecológicas, lo que resalta la creciente preocupación por el impacto ambiental. Esto subraya la necesidad de adoptar prácticas sostenibles, como el uso de productos biodegradables. En general, mantener un enfoque en la calidad, la atención al cliente, la rapidez y la sostenibilidad es clave para mejorar la satisfacción y la ventaja competitiva.

**Gráfica 6. MÉTODOS DE PAGO EN SERVICIOS DE CAR WASH**

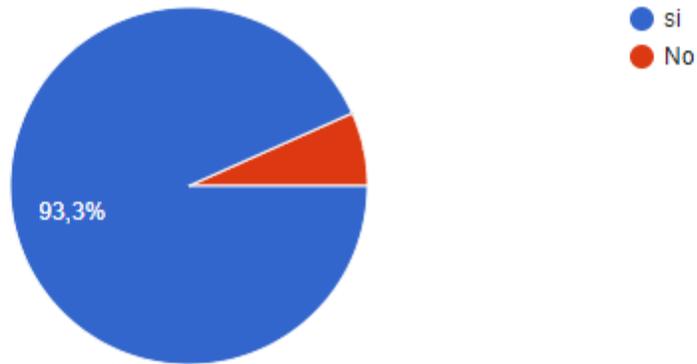


*Fuente:* mediante encuesta a usuarios de la cabecera departamental de San Marcos

El 93.3% de los encuestados de NUREGA Car Wash prefiere pagar en efectivo, destacando una inclinación hacia este método tradicional debido a su familiaridad y simplicidad. Este método simplifica las transacciones y reduce costos asociados a tarifas de procesamiento de tarjetas.

Sin embargo, la gráfica 6 muestra que una minoría prefiere pagar con tarjeta de débito/crédito, indicando una tendencia hacia métodos de pago electrónicos. Esto sugiere que ofrecer opciones como tarjetas y pagos digitales puede mejorar la experiencia del cliente y atraer a nuevos usuarios. Implementar sistemas de pago electrónicos permitiría a NUREGA Car Wash adaptarse a estas preferencias y ofrecer mayor conveniencia.

**Gráfica 7. PREFERENCIA DE PRECIOS EN SERVICIOS DE CAR WASH**



*Fuente:* mediante encuesta a usuarios de la cabecera departamental de San Marcos

El 93.3% de los encuestados estarían dispuestos a pagar más por un servicio que garantice cuidado del medio ambiente, reflejando una creciente conciencia sobre la sostenibilidad. Este dato resalta la importancia de adoptar prácticas ecológicas, como el uso de productos eco-amigables y el reciclaje de agua, que no solo ayudan a reducir el impacto ambiental, sino que también fortalecen la lealtad del cliente.

La gráfica 7 muestra que el 60% de los usuarios valoran el compromiso ambiental al elegir un servicio de Car Wash, lo que refuerza la necesidad de que las empresas implementen medidas sostenibles. Estas prácticas no solo cumplen con una responsabilidad ambiental, sino que también se han convertido en un factor clave de diferenciación en el mercado, atrayendo a clientes que priorizan la sostenibilidad.

## CAPÍTULO V

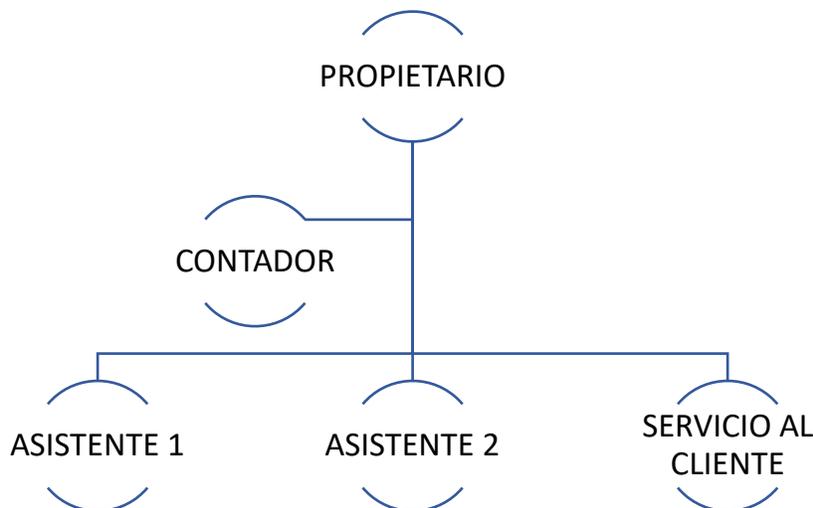
### ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA LEGAL

En NUREGA car wash se demuestra que la empresa cuenta con un pequeño equipo de personal calificado, incluyendo al propietario, contador, asistente y servicio al cliente. Aunque todos los empleados ganan salarios bajos, estos se ajustan al salario mínimo establecido por el código de trabajo, garantizando que ninguno de los salarios esté por debajo del promedio en el área.

A pesar del pequeño equipo, la empresa parece tener una estructura organizativa clara, con el Gerente General a la cabeza, seguido de un contador, asistentes

#### 5.1. Organigrama empresa car wash Nurega

**Gráfica 8.** ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA CAR WASH NUREGA



*Fuente:* elaboración propia año 2024 USAC-CUSAM, programa Word

## 5.2 Descripción de puestos

**Tabla 3. PUESTO GERENTE GENERAL**

Título del puesto:	Gerente general
Departamento:	Gerencia
Jefe inmediato:	Ninguno
Personal a su cargo:	Secretario-contador, jefe de producción y vendedores
Horario de trabajo:	Lunes a viernes de 9:00hrs a.m. a 17:00 p.m.
Sueldo:	Q 2,000.00
No. De personas:	1
Descripción del puesto:	Encargado de planear y organizar las actividades que se desarrollen en la empresa, debiendo supervisar al personal, tomando en cuenta la gestión de los recursos.

*Fuente:* elaboración propia

**Tabla 4. COMPETENCIAS LABORALES**

Competencias laborales:
<ul style="list-style-type: none"><li>• Iniciativa</li><li>• Autocontrol</li><li>• Comunicación</li><li>• Capacidad de negociación</li><li>• Relaciones interpersonales.</li><li>• Pensamiento crítico</li><li>• Capacidad de trabajo en equipo.</li><li>• Intuición</li><li>• Flexibilidad y capacidad de adaptación.</li><li>• La gestión de tiempo.</li><li>• Conocimientos en comercialización, mercadotecnia, técnicas de ventas.</li><li>• Habilidades en el uso de la tecnología.</li><li>• Gestión de personal.</li></ul>

- Resolución de conflictos.
- Planificación.
- Liderazgo.
- Optimizar las oportunidades.
- Confiar en el equipo.
- Mantener estrecha relación con los clientes.

*Fuente:* elaboración propia

**Tabla 5. PERFIL DEL PROYECTO**

Perfil del puesto:	
Conocimientos:	Administración y gerencia
Nivel académico:	Administrador de empresas
Características y habilidades	Responsable, amable, proactivo, iniciativa, creativo.
Sexo/estado civil	Masculino/casado

*Fuente:* elaboración propia

Según la Tabla 3, el Gerente General es responsable de supervisar las operaciones diarias de la empresa, asegurando el cumplimiento de los objetivos estratégicos y financieros. Además, lidera y coordina a los equipos, guiándose por las funciones clave y las métricas de desempeño establecidas.

**Tabla 6. PUESTO DEL CONTADOR**

Título del puesto:	Contador
Departamento:	Contabilidad
Jefe inmediato:	Gerente general
Personal a su cargo:	No aplica
Horario de trabajo:	Lunes a viernes de 16:00 a 17:00 p.m.
Sueldo:	Q 1,000.00
No. De personas:	1

Descripción del puesto:	Proporciona información oportuna de los análisis contables registrados
-------------------------	------------------------------------------------------------------------

*Fuente:* elaboración propia

**Tabla 7. COMPETENCIAS LABORALES CONTADOR**

Competencias laborales:

- Conocimientos técnicos en contabilidad
- Dominio de principios contables
- Manejo de Software contable
- Capacidad para analizar estados financieros
- Identificar áreas de mejora
- Habilidad para elaborar presupuestos
- Habilidad para realizar proyecciones financieras
- Capacidad para llevar a cabo auditorios internas
- Capacidad para identificar riesgos financieros
- Habilidad para resolver problemas complejos
- Establecer relaciones profesionales efectivas
- Compromisos éticos
- Integridad en el ejercicio de la profesión contable
- Capacidad para adaptarse a cambios
- Trabajo en equipo

*Fuente:* elaboración propia

Según la Tabla 6, el Contador es responsable de gestionar y supervisar todas las actividades contables de la empresa, garantizando la precisión de los registros financieros y el cumplimiento de las normativas fiscales. Además, se encarga de la elaboración de informes financieros, análisis presupuestarios y apoyo en la toma de decisiones estratégicas basadas en datos financieros sólidos.

**Tabla 8. PUESTO ASISTENTE CAR WASH**

Título del puesto:	Asistente car Wash
Departamento:	Limpieza
Jefe inmediato:	Gerente general
Personal a su cargo:	No aplica
Horario de trabajo:	Lunes a viernes de 9:00 a.m. a 18:00 p.m.
Sueldo:	Q 1,500.00
No. De personas:	2
Descripción del puesto:	Encargado de lavar y aspirar los vehículos

*Fuente:* elaboración propia

**Tabla 9. PERFIL DEL PUESTO DE ASISTENTE**

Perfil del puesto:	
Conocimientos	Ninguno
Nivel académico	Tercero básico
Características y habilidades	Responsable, amable, proactivo, iniciativa, creativo.
Características físicas	
Sexo/estado civil	masculino/soltero

*Fuente:* elaboración propia

**Tabla 10. PREPARACIÓN ACADÉMICA DEL ASISTENTE**

Conocimientos	Ninguno
Nivel académico	bachiller industrial y perito en computación
Características y habilidades	Responsable, amable, proactivo, iniciativa, creativo.
Características físicas	
Sexo/estado civil	Masculino/casado

*Fuente:* elaboración propia

Según la Tabla 10, el puesto de Asistente en Car Wash implica apoyar en las tareas de limpieza y mantenimiento de vehículos, incluyendo el lavado exterior, secado a mano, limpieza de llantas y rines, y aspirado de interiores. Además, el asistente colabora con el equipo en la preparación de vehículos para servicios de detallado y asegura que se cumplan los estándares de calidad y satisfacción del cliente.

## 5.2. Organización legal

Para el funcionamiento legal de la empresa CAR WASH NUREGA, se deberá llevar bajo la normativa del Registro Mercantil, Superintendencia de Administración Tributaria SAT e IGSS.

**Tabla 11. GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

No.	Descripción	Costo
1	Inscripción ante la SAT	Q. 1,800.00
2	Inscripción ante el Registro Mercantil	Q. 1,200.00
3	Inscripción al IGGS	Q. 1,932.00
4	Registro de marca	Q. 2,000.00
5	Licencia Sanitaria	Q. 1,650.00
6	Licencia Ambiental	Q. 10,000.00
	<b>TOTAL</b>	<b>Q 16,582.00</b>

*Fuente:* Bautista Monroy Asociados, S.A

### 5.2.1. Procedimiento de inscripción de sociedades mercantiles, régimen normal en el Registro Mercantil.

#### a. Inscripción de sociedades mercantiles

##### PASO1.

Llenar en la página del Registro Mercantil [www.registromercantil.gob.gt](http://www.registromercantil.gob.gt) el formulario de solicitud de inscripción de sociedades mercantiles ante la superintendencia de administración tributaria y el registro MERCANTIL –SATRM-02. Exportarla a PDF, presionando el botón “exportar a PDF”, PDF”, descargarlo e imprimir dos solicitudes y firmar cada una en original.

## PASO 2.

Pagar en la Agencia de Banrural del Registro Mercantil, cualquiera de sus agencias o bien en línea, mediante cuenta de dicho banco:

Si el capital autorizado de la sociedad no excede de Q 499,000.00:

Q. 30.00 Emisión de Edicto

Q.100.00 Publicación del Edicto

Q 0.20 por hoja de cada libro, si se solicita autorización de libros si el capital autorizado de la sociedad es de Q 500,000.00 o más:

8.5 por millar sobre el monto del capital autorizado

Q. 150.00 por la inscripción del primer auxiliar de comercio

Q.10.00 por inscripción de primera empresa

Q. 30.00 de edicto

Q 200.00 por la publicación

Q. 0.20 por hoja de cada libro, si se solicita autorización de libros.

## PASO 3.

Presentar en la Ventanilla de Sociedades del Registro Mercantil o alguna de sus delegaciones departamentales, en un folder tamaño oficio con pestaña los siguientes documentos:

- 2 originales de la solicitud SATRM-02, en la que se haya consignado toda la información requerida en ella, firmadas en original por el solicitante de la inscripción, que debe contar con Agencia Virtual y datos biométricos (impresión dactilar) registrados (requisito establecido por la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- para inscripción de sociedades en el Registro Tributario Unificado).
- Boletas de pago: Si el capital autorizado de la sociedad es de Q 499,000.00 o menos, Recibos de pago de los honorarios establecidos en el Arancel del Registro Mercantil por inscripción de la sociedad, edicto y publicación del edicto. Si se solicita la autorización de libros, adjuntar el comprobante de pago

- Si el capital de la sociedad es de Q 500,000.00 o más, recibos de pago del 8.5 por millar de ese capital por la inscripción del nombramiento del Administrador Único o presidente del Consejo de Administración nombrado, inscripción de la primera empresa, edicto, publicación del edicto y autorización de los libros.
- Testimonio original de la escritura pública de constitución de sociedad y una copia.
- Acta original del nombramiento del Administrador Único o presidente del Consejo de Administración nombrado en la escritura constitutiva de la sociedad y una copia (es obligatoria la inscripción de los administradores)
- Original y fotocopia simple del documento de identificación del solicitante de la inscripción 1 (DPI o pasaporte) o Copia del Boleto de Ornato del solicitante de la inscripción.
- Factura por los servicios de agua, luz o teléfono. (vigencia 3 meses) Requisito establecido por la Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- para inscripción de sociedades en el Registro Tributario Unificado.

Si la solicitud de inscripción es aprobada por el Registrador Mercantil y SAT, y la sociedad se inscribe, se emite el edicto y se manda a publicar una sola vez en la Sección Electrónica e-Edictos del Boletín Electrónico del Registro Mercantil (página [www.registromercantil.gob.gt](http://www.registromercantil.gob.gt)); También se inscribe el nombramiento del Presidente del Consejo de Administración o del Administrador Único nombrado, emiten las razones de inscripción del testimonio de la escritura y el acta de nombramiento del Administrador Único o Presidente del Consejo de Administración según el caso

#### PASO 4

Recoger en la ventanilla del Departamento de Sociedades, los originales del o los testimonios en que se basó la inscripción, el acta de nombramiento del presidente del Consejo de Administración o el Administrador Único y los stickers de autorización de libros que se haya solicitado.

Las patentes de sociedad y empresa, así como las razones de inscripción del testimonio y del acta de nombramiento puede descargarlas el interesado en la página [www.registromercantil.gob.gt](http://www.registromercantil.gob.gt), opciones e-patentes y e-razones e imprimirlas. luego y adherir Q 200.00 de timbres fiscales en la patente de comercio de sociedad, Q 50.00 en la patente de comercio de empresa y un timbre fiscal de Q 0.50 a la razón de inscripción del nombramiento.

**IMPORTANTE:** Si se hubieren aportado bienes inmuebles o muebles identificables (incluyendo empresas mercantiles), deberá presentarse ante el Registro Mercantil, memorial adjuntando la documentación que demuestre el efectivo traspaso de dominio de los bienes en un término de 3 meses, los cuales podrán prorrogarse por 3 meses más a petición del interesado. De no presentarse esa acreditación, de conformidad con lo establecido por el artículo 341 del Código de Comercio, la inscripción de la sociedad será cancelada por el Registrador Mercantil, sin responsabilidad alguna de su parte.

## **5.2.2. Procedimiento de Inscripción de Empresa Mercantil, Régimen General en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT)**

### **Requisitos para inscribir empresa**

- Este trámite debe ser realizado por el representante legal de la empresa
- Poseer Número de Identificación Tributaria (NIT)
- Tener como mínimo un negocio y que esté afiliado a impuestos
- Que su Patente de Comercio especifique qué se dedica a importar
- Contrato de adhesión a Banca SAT en un banco del sistema

### **Documentos para inscribir una empresa**

- Es necesario presentar estos documentos que a continuación se desglosan:
- Documento Personal de Identificación (DPI) del representante legal.
- Cuando no cuente con su DPI, adjuntar documento emitido por RENAP, en el que conste el proceso de obtención del documento, siempre y cuando se muestre el Código Único de Identificación (CUI), con o sin fotografía.
- En los casos que aplique cédula de vecindad de conformidad con la ley.
- Testimonio de la escritura de constitución o copia legalizada y fotocopia.

- Nombramiento del representante legal o copia legalizada y fotocopia.
- Pasaporte del Representante legal en caso de ser extranjero.
- Número o fotocopia simple de la declaración aduanera.

### **Pasos para inscribir una empresa en el SAT**

- El banco le entregará una contraseña o pin para que pueda ingresar a Banca SAT en Internet.
- Con el acceso a Banca SAT en la página de su banco encontrará el Formulario SAT-101, el cual deberá transmitir con la información que éste requiere. Antes de transmitir la información verifique que el domicilio fiscal registrado en su Número de Identificación Tributaria – NIT- sea el mismo que tiene en la actualidad. De lo contrario, debe actualizar sus datos, para esto debe presentarse con los requisitos de actualización en cualquier Agencia u Oficina Tributaria.
- Transmitido el Formulario SAT-101, puede ocurrir lo siguiente:
- Que el sistema la asigne inmediatamente, estatus de “Importador Inscrito”, o
- Que el sistema le asigne estatus de “Domicilio en Proceso de Confirmación”, para lo cual deberá esperar a que el personal de una empresa de mensajería, se presente a verificar su domicilio fiscal (lo cual podrá ocurrir en un período de cinco días hábiles). Al mismo tiempo, le hará entrega de una tele fonograma que contiene una firma electrónica (contraseña), para lo cual deberá ingresar nuevamente a Banca SAT en la página de su banco, buscar el Formulario SAT-901 y transmitirlo con la contraseña que se le entregue. De esta manera quedará inscrito. (Registro Mercantil, n.d.)

### **5.2.3. Procedimiento de inscripción de empresas en el IGSS.**

#### **Requisitos persona individual:**

Una persona como Patrono y/o Contrato de Negocios en participación:

- Fotocopia de DPI.
- Si es extranjero, fotocopia de pasaporte.
- Fotocopia de la constancia del Número de Identificación Tributaria – NIT

Más de una persona como Patrono y/o Contrato de Negocios en participación:

- Fotocopia de DPI del Gestor.
- Si es extranjero, fotocopia del pasaporte.
- Fotocopia de Patente de Comercio (si es empresa)
- Fotocopia de DPI de Copropietarios.
- Si son extranjeros, fotocopia de pasaporte.
- Fotocopia de la constancia del Número de Identificación Tributaria – NIT.  
(Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, 2015)

#### **5.2.4. Proceso para tramitar la licencia de funcionamiento.**

- Obener formulario EAI del MARN
- Obtención de declaración jurada.
- Presentar solicitud para resolución favorable de MARN
- Pago por ingreso de expediente
- Entrega recibo de pago en ventanilla única
- Recoger resolución favorable y solicitud de licencia
- Pago de fianza establecida
- Recoger licencia emitida por el MARN

#### **Obtención de licencia sanitaria**

- Descargar formulario para solicitud de licencia sanitaria
- Pagar licencia sanitaria
- Obtener recibo 63A
- Obtención de turno para entregar documentos
- Entrega de documentos y seguimiento telefónico
- Retirar licencia sanitaria

### **Obtención de registro sanitario**

- Obtener formulario para registro sanitario
- Pago de registro sanitario
- Obtención de recibo 63A
- Obtención de turno para entregar documentos
- Entrega de documentos y seguimiento telefónico para determinar fecha de entrega de muestras
- Entrega de muestras
- Retirar registro sanitario (Así se hace, 2021)

### **5.2.5. Procedimiento para tramitar el registro de marca.**

Debe tomarse en cuenta la importancia de cumplir con los requisitos indispensables y obligatorios para el registro de la marca que identificará a la empresa Car Wash NUREGA, para cumplir con todos los procesos que a continuación se detallarán para garantizar la eficiencia y reducir la demora en la protección de los derechos de la marca y sobre todo el respaldo legal.

#### **Persona individual:**

- Formulario de solicitud de registro inicial de marca (original + 3 copias)  
Documento personal de identificación -DPI- (original + copia simple)
- A-001 Modelos de marcas (7 originales)  
tres modelos adheridos en las 3 hojas del formulario y 4 modelos extras.
- A-001 Recibo de pago de ingreso de solicitud RPI (copia simple)  
Duplicado obtenido con el recibo en el paso anterior.

#### **Persona jurídica:**

- Formulario de solicitud de registro inicial de marca (original + 3 copias)  
Formulario lleno
- A-001 Nombramiento del representante legal inscrito en Registro Mercantil (una copia autenticada)

Recordar al Abogado que debe adherir un timbre de fiscal de Q.0.50 por cada hoja, además de los timbres de legalización.

- A-001 Modelos de marcas (7 originales) tres modelos adheridos en las 3 hojas del formulario y 4 modelos extras.
- A-001 Recibo de pago de ingreso de solicitud RPI (copia simple) (Ministerio de Economía, 2021)

#### **5.2.6. Procedimiento para tramitar la Licencia Ambiental.**

##### **Documentos a presentar:**

- Cédula de notificación MARN (original)
- Póliza de fianza de cumplimiento de compromisos ambientales a favor del MARN (original)
- A-001 Licencia ambiental MARN (original)
- Resolución administrativa de aprobación de diagnóstico ambiental MARN (original)

##### **Obtención de resolución aprobatoria de instrumento ambiental (Categoría CR)**

- Descargar formulario FAR o FACR
- Presentar el instrumento ambiental
- Realizar pago en Banrural
- Presentar recibo de pago 63A
- Proponente retira resolución

##### **Obtención de licencia ambiental (Categoría CR)**

- Presentar solicitud de licencia ambiental con documentos adjuntos y pago de licencia
- Proponente retira licencia ambiental  
(Así se hace, 2021)

## **CAPÍTULO VI**

### **PLAN DE MARKETING**

#### **5.3 Clientes objetivo**

Para el estudio del plan de negocios de un Car Wash, se toman en cuenta a clientes y segmentos que se pueden atender, como propietarios de vehículos personales, empresas con flotas, concesionarios de autos y talleres mecánicos. También se consideran clientes de alto poder adquisitivo que buscan servicios Premium, así como instituciones y organizaciones que necesitan mantener sus vehículos en óptimas condiciones. Además, se presta atención a la creciente demanda de servicios de lavado ecológico por parte de clientes conscientes del medio ambiente.

##### **5.3.1 Servicios a prestar.**

Un Car Wash ofrece servicios básicos y estándar que incluyen el lavado exterior del vehículo, utilizando técnicas de alta presión para eliminar suciedad y residuos. Estos servicios también abarcan el secado a mano, la limpieza de llantas y rines, y la aplicación de cera para proteger la pintura y darle un acabado brillante. Además, se realizan limpiezas interiores básicas, como aspirado de alfombras y tapicería, y limpieza de superficies interiores como el tablero y los asientos. El Car Wash también proporciona servicios adicionales y personalizados para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente. Esto puede incluir la desodorización del interior del vehículo, la limpieza y tratamiento de cuero, la eliminación de manchas y olores, y servicios de desinfección.

También se pueden ofrecer paquetes de suscripción para lavados regulares, así como servicios móviles que llevan la limpieza del coche directamente al domicilio o lugar de trabajo del cliente.

#### **5.4 Estrategia de precios**

La estrategia de precios para un Car Wash se basa en ofrecer una gama de servicios que atiendan diferentes niveles de necesidad y presupuesto, desde lavados básicos y económicos hasta detallados completos y servicios Premium. Esto incluye paquetes con precios escalonados que permiten a los clientes elegir servicios individuales o combinados, ofreciendo descuentos por paquetes de servicios múltiples y suscripciones para lavados regulares. Además, se pueden

implementar precios competitivos y promociones especiales para atraer nuevos clientes, así como tarifas especiales para flotas y empresas, asegurando una oferta flexible y accesible para diversos segmentos del mercado.

#### **5.4.1 Determinación del precio en base de costos.**

Para determinar el precio en base a costos en un Car Wash, primero debemos calcular todos los gastos operativos, incluyendo el costo de productos de limpieza, agua, electricidad, mantenimiento de equipos, y salarios del personal. Luego, sumamos estos costos y añadimos un margen de beneficio adecuado para asegurar la rentabilidad. También es importante analizar los precios de la competencia y considerar el valor percibido por los clientes para ajustar los precios de manera competitiva. Finalmente, los precios deben ser revisados y ajustados periódicamente en función de cambios en los costos y la demanda del mercado.

### **5.5 Distribución**

Los canales de distribución para un Car Wash incluyen ubicaciones físicas estratégicamente situadas en áreas de alto tráfico, como centros comerciales, estaciones de servicio y zonas residenciales. Además, se pueden utilizar servicios móviles que llevan el lavado de autos directamente al domicilio o lugar de trabajo del cliente. Otros canales incluyen la venta de paquetes de servicios a empresas con flotas de vehículos y la colaboración con concesionarios de autos y talleres mecánicos. También es importante implementar una fuerte presencia en línea mediante un sitio web y aplicaciones móviles para reservas y pagos, junto con el uso de plataformas de redes sociales para marketing y promociones.

#### **5.5.1 Canales de distribución.**

Se hará uso de la tecnología, ya que en estos tiempos está al alcance de las personas, facilitando y ayudando tanto a la empresa como al cliente. Mediante páginas web, redes sociales, aplicaciones móviles e internet, los clientes pueden obtener información detallada sobre los servicios del Car Wash CAR WASH NUREGA sin necesidad de salir de su hogar. Estas plataformas permitirán a los usuarios conocer la variedad de servicios ofrecidos, realizar reservas, efectuar pagos en línea, y recibir promociones especiales. La presencia activa en redes sociales

también permitirá interactuar directamente con los clientes, responder a sus consultas y mantenerlos informados sobre las novedades y ofertas del Car Wash.

### **5.6 Página de redes sociales**

En la actualidad la información de la empresa no cuenta con página en las diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, X, Tik Tok, sin embargo, el objetivo es conectar más estrechamente con cada cliente y la comunidad, proporcionándoles información actualizada sobre los servicios, promociones especiales y novedades, por tal razón se creará una página de Car Wash Nurega en las diferentes redes sociales.

### **5.7 Alcance de Política de servicios**

Estas políticas de servicio de la empresa Car Wash están alineadas con los beneficios y compromisos asociados con los servicios que ofrecemos.

### **5.8 Beneficios y compromisos**

La responsabilidad de la empresa será fundamental en la economía del futuro, al igual que las nuevas tecnologías relacionadas con la maquinaria, las cuales serán beneficiosas para los servicios que ofrecen a la comunidad.

La marca aumenta la confianza de los clientes, asegurando la satisfacción de los consumidores finales.

La gestión de los servicios de lavado de autos está diseñada pensando en los clientes, para ofrecerles productos y servicios de alta calidad.

Los clientes pagarán precios justos, permitiendo que ellos puedan disfrutar de un servicio que maximice el valor y beneficio del consumidor final, promoviendo así un mantenimiento adecuado y profesional de sus vehículos.

## **5.9 Promoción y publicidad**

La presente estrategia se basará en la innovación del proyecto de servicios de lavado de autos, ofreciendo paquetes de lavado detallado en presentaciones por suscripción mensual, con 12 lavados o más. Estos paquetes proporcionarán beneficios de mantenimiento completo para los vehículos a precios competitivos.

Se trabajará en promover hábitos de cuidado del automóvil, destacando las ventajas y beneficios de mantener los vehículos limpios y bien mantenidos para prolongar su vida útil y mejorar su apariencia.

### Mecanismos de promoción

- Redes Sociales: Facebook, Instagram, X, Tik Tok
- Volantes
- Tarjetas de presentación
- Vallas publicitarias.

## CAPÍTULO VII

### PLAN DE PRESTACION DE SERVICIOS

El plan de prestación de servicios de un Car Wash se centra en la optimización y eficiencia de las operaciones diarias, comenzando con la implementación de un sistema de reservas en línea para gestionar la afluencia de clientes y minimizar tiempos de espera. Se establecen procedimientos estandarizados para cada tipo de servicio, desde lavados básicos hasta detallados completos, utilizando equipos y productos de alta calidad. El personal será capacitado regularmente para asegurar un servicio consistente y profesional. Además, se implementarán programas de mantenimiento preventivo para todos los equipos y se adoptarán prácticas ecológicas, como el reciclaje de agua y el uso de productos biodegradables, para promover la sostenibilidad y atraer a clientes conscientes del medio ambiente.

#### 5.10 Servicios

La empresa Car Wash Nurega, brinda servicios de lavado que incluyen la eliminación de suciedad, pulido y encerado para proteger la pintura, limpieza profunda de tapicería y alfombras, y tratamientos especializados como la restauración de faros y limpieza de motores.

**Tabla 12.** *TAMAÑO DEL CICLO DE PRODUCCIÓN*

Servicio/ Producto	Demanda según estudio de mercado	Precio de servicio/producto	Lavados al día	Total
Aspirado de interior vehículo liviano	40%	Q25	6	Q 180.00
Aspirado de interior vehículo agrícola	30%	Q30	3	Q 90.00
Lavado de exterior e interior	70%	Q30	8	Q 240.00

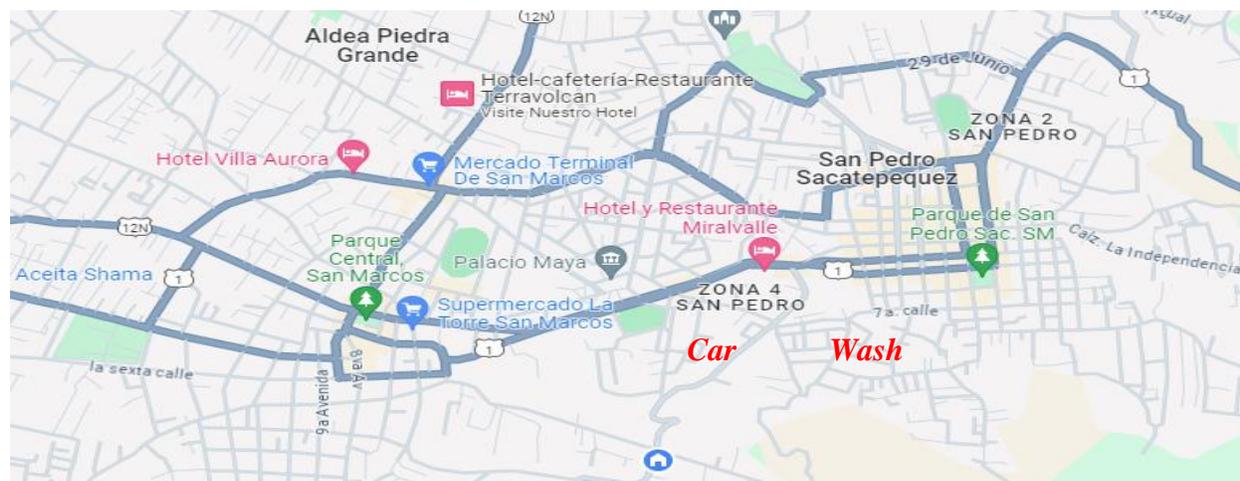
con servicio a domicilio				
vehículo liviano	80%	Q40	10	Q 400.00
Lavado exterior e interior con servicio a domicilio				
vehículo liviano				
<b>Total</b>				<b>Q 910.00</b>

Fuente: elaboración propia

La Tabla 12: Tamaño del ciclo de producción presenta un análisis de la demanda de distintos servicios de lavado de vehículos, según un estudio de mercado. Se incluyen cuatro tipos de servicios, cada uno con su respectivo porcentaje de demanda, precio unitario, cantidad de lavados por día y el total diario generado por cada servicio. Los servicios varían entre aspirado de interiores y lavado completo, tanto para vehículos livianos como agrícolas, con precios que oscilan entre Q25 y Q40. El ingreso total diario proyectado es de Q910.

### 5.11 Localización geográfica

**Ilustración 1. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA**



Fuente: Google Maps/San Marcos, año 2024

Se utilizó Google Maps para ubicar y presentar la dirección de la empresa Car Wash, ubicada en 3ra. Calle 11-40, zona 4, San Marcos.

**Tabla 13. MOBILIARIO Y EQUIPO**

Cantidad	Descripción
2	Hidro lavadoras marca Truper
2	Aspiradoras de 12 galones marca Truper
1	Pulidora marca Makita
1	Compresor de aire
4	Sprays de aromatizante
10	Toallas de microfibra
5	Esponjas grandes
3	Esponjas pequeñas
1	Galón de detergente
2	Galones de cera
5	Cepillos
2	Estanterías de metal
4	Sillas de plástico
1	Mesa cuadrada de plástico
1	Manguera
10	Cubetas

*Fuente:* CONSTRU FACIL, S.A

La Tabla 13: Mobiliario y equipo detalla los materiales y equipos necesarios para el negocio, especificando la cantidad de cada ítem. Incluye maquinaria como hidro lavadoras y aspiradoras, herramientas como una pulidora y un compresor de aire, así como accesorios de limpieza como toallas de microfibra, esponjas, detergente y cera. Además, se enumeran elementos para la organización y el confort del área de trabajo, como estanterías de metal, sillas y una mesa de plástico. Todos los productos están referenciados como adquiridos a través de CONSTRU FACIL, S.A.

## CAPÍTULO VIII

### PLAN FINANCIERO

Es fundamental desarrollar un plan financiero que permita a la empresa visualizar claramente sus objetivos y, de este modo, alcanzar las metas establecidas. Un plan financiero bien estructurado no solo proporciona una guía clara para la toma de decisiones estratégicas, sino que también ayuda a optimizar los recursos disponibles y a prever posibles riesgos financieros. Además, facilita el seguimiento del desempeño económico, lo que permite realizar ajustes oportunos y garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo. 8.1 Tabla 8 Balance General.

Mir (2019) menciona que un buen plan de negocio debe plasmar el resultado de una profunda reflexión por parte de los emprendedores, de manera que pueda responder a cuestiones como el qué, el cuándo, el porqué, el quién y el dónde del proyecto. Disponer de un plan de negocio supondrá gestionar la empresa proactivamente, anticipando lo que pueda ocurrir. No tenerlo supondrá que se actuará reactivamente, e improvisadamente, frente a la aparición de los problemas.

#### 5.12 Balance General

**Tabla 14. BALANCE GENERAL**

	TRIMESTRE OCTUBRE- DICIEMBRE 2023	TRIMESTRE ENERO A MARZO 2024
ACTIVO CORRIENTE	Q 4,200.00	Q 5,300.00
ACTIVO NO CORRIENTE	Q. 4,199.00	Q.4,503.00
<b>SUMA DEL ACTIVO</b>	<b>Q 8,399.00</b>	<b>Q 9,803.00</b>
PASIVO CORRIENTE	Q 5,264.00	Q 3,011.00
CAPITAL Y RESERVAS	Q 3,135.00	Q 6,792.00
<b>SUMA DEL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>Q 8,399.00</b>	<b>Q 9,803.00</b>

Tabla 14 - Resumen de Balance General de los trimestres 2023 y 2024

En comparativa el trimestre 2023-con-trimestre 2024, podemos observar en la Tabla 9, un incremento del 26.19% en activos corrientes, mientras que los activos no corrientes alcanzaron un crecimiento del 7.24%; creando un total de incremento de activos de un 16.72%, gracias a la promoción de las ventas, en el Departamento de San Marcos

### 5.13 Estado de resultados

**Tabla 15. ESTADO DE RESULTADOS**

	TRIMESTRE OCTUBRE- DICIEMBRE 2023		TRIMESTRE ENERO A MARZO 2024	
TOTAL DE INGRESOS	Q	9,500.00	Q	10,350.00
COSTO DE VENTAS	Q	3,200.00	Q	3,500.00
GANANCIA EN COSTO DE VENTAS	Q	6,300.00	Q	6,850.00
GASTOS DE OPERACIÓN	Q	3,000.00	Q	3,000.00
GANANCIA DEL PERIODO	Q	3,300.00	Q	3,850.00
IMPUESTO DE IVA GASTO	Q	165.00	Q	193.00
GANANCIA DESPUES DEL IMPUESTO	Q	3,135.00	Q	3,657.00

*Tabla 15 - Resumen de Estado de Resultados de trimestres 2023 y 2024*

En la Tabla 15, se muestra el crecimiento de ganancias después de impuestos del 35,33% es un indicador muy positivo de la salud financiera de la empresa Car Wash. En conjunto, el crecimiento de los ingresos del 9,18 %. Esto ha resultado en una mejora significativa en la rentabilidad y la salud financiera general del emprendimiento.

**5.14 Flujo de caja**

**Tabla 16. FLUJO DE CAJA**

<b>CAR WASH</b>		
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>		
<b>AL 31 DE MARZO DE 2024</b>		
	<b>BASE AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>
<b>Ingresos</b>		
Ventas	9,500.00	10,350.00
<b>Total Ingresos</b>	<b>9,500.00</b>	<b>10,350.00</b>
Salarios De Producción	3,000.00	3,000.00
Insumos	200.00	500.00
Salarios De Operación	3,000.00	3,000.00
Impuestos	165.00	193.00
<b>Total De Egresos</b>	<b>6,365.00</b>	<b>6,693.00</b>
Flujo Neto (Ingresos - Egresos)	3,135.00	3,657.00
Saldo Inicial De Caja	-	3,135.00

<b>Saldo Final O Disponibilidad</b>		
	<b>3,135.00</b>	<b>6,792.00</b>
<b>Indicadores</b>		
Relación Costo De Ventas / Total Ventas	34%	34%
Relación Gastos De Operación / Total Ventas	32%	29%
Relación Impuestos / Total Ventas	2%	2%
Relación Flujo Neto / Total Ventas	33%	35%

*Fuente:* elaboración propia

La Tabla 16 muestra una comparación entre los años 2023 y 2024 en términos de ingresos, egresos y flujo neto de efectivo. Los ingresos provienen de las ventas, que aumentan de Q9,500 en 2023 a Q10,350 en 2024. Los egresos incluyen salarios de producción, insumos, salarios de operación e impuestos, sumando Q6,365 en 2023 y Q6,693 en 2024. El flujo neto, calculado como ingresos menos egresos, también incrementa de Q3,135 en 2023 a Q3,657 en 2024. El saldo final de caja muestra un aumento significativo, pasando de Q3,135 a Q6,792. Finalmente, los indicadores financieros reflejan una estabilidad en la relación de costos y gastos respecto a las ventas, con un incremento en el flujo neto en relación a las ventas, del 33% al 35%.

### **5.15 Pronostico y recomendaciones**

Este análisis financiero contempla tres escenarios, fundamentados en una evaluación exhaustiva de los aspectos financieros correspondientes a cada uno.

## Ilustración 2.PANORAMA OPTIMISTA

Estado de Resultados Proyectado								
CAR WASH								
(Valores Expresados en Quetzales)	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas Netas	Q9,500.00	Q41,400.00	Q53,820.00	Q69,966.00	Q90,955.80	Q118,242.54	Q153,715.30	Q199,829.89
Costo de Ventas	Q3,200.00	Q14,000.00	Q15,200.00	Q16,400.00	Q17,600.00	Q18,800.00	Q20,000.00	Q21,200.00
<b>Utilidad Bruta</b>	Q6,300.00	Q27,400.00	Q38,620.00	Q53,566.00	Q73,355.80	Q99,442.54	Q133,715.30	Q178,629.89
Gastos Fijos	Q3,000.00	Q12,000.00	Q12,600.00	Q13,230.00	Q13,891.50	Q14,586.08	Q15,315.38	Q16,081.15
Gastos Variables		Q2,000.00	Q2,100.00	Q2,205.00	Q2,315.25	Q2,431.01	Q2,552.56	Q2,680.19
Depreciación								
<b>Utilidades Antes de Intereses e Impuesto (UAI)</b>	Q3,300.00	Q13,400.00	Q23,920.00	Q38,131.00	Q57,149.05	Q82,425.45	Q115,847.36	Q159,868.55
Intereses	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00
<b>Utilidades Antes de Impuestos</b>	Q3,300.00	Q13,400.00	Q23,920.00	Q38,131.00	Q57,149.05	Q82,425.45	Q115,847.36	Q159,868.55
Impuestos (5%)	Q165.00	Q670.00	Q1,196.00	Q1,906.55	Q2,857.45	Q4,121.27		
Impuestos (25%)							Q28,961.84	Q39,967.14
<b>Utilidad Neta</b>	-Q 3,000.00	Q3,135.00	Q12,730.00	Q22,724.00	Q36,224.45	Q54,291.60	Q78,304.18	Q86,885.52
<b>Recuperación de Inversión en flujos (Payback)</b>	<b>Q135.00</b>	<b>Q12,865.00</b>	<b>Q35,589.00</b>	<b>Q71,813.45</b>	<b>Q126,105.05</b>	<b>Q204,409.23</b>	<b>Q291,294.75</b>	<b>Q411,196.16</b>
Inversión Inicial	-Q3,000.00							
Suma de Flujos	Q414,196.16							
VAN	Q411,196.16							
TIR	243%							
ROE	Q138.07							
Tiempo de recuperación de inversión (años)		Q0.06	6MESES					

En este escenario se maneja un incremento del 30%

Con una inversión de Q3,000.00 para recuperarla en 6 meses

Fuente: elaboración propia

### Ilustración 3 PANORAMA REALISTA

Estado de Resultados Proyectado								
CAR WASH								
(Valores Expresados en Quetzales)	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas Netas	Q9,500.00	Q41,400.00	Q49,680.00	Q59,616.00	Q71,539.20	Q85,847.04	Q103,016.45	Q123,619.74
Costo de Ventas	Q3,200.00	Q14,000.00	Q15,300.00	Q16,400.00	Q17,600.00	Q18,800.00	Q20,000.00	Q21,200.00
<b>Utilidad Bruta</b>	Q6,300.00	Q27,400.00	Q34,380.00	Q43,216.00	Q53,939.20	Q67,047.04	Q83,016.45	Q102,419.74
Gastos Fijos	Q3,000.00	Q12,000.00	Q12,480.00	Q12,979.20	Q13,498.37	Q14,038.30	Q14,599.83	Q15,183.83
Gastos Variables	Q0.00	Q2,000.00	Q2,080.00	Q2,163.20	Q2,249.73	Q2,339.72	Q2,433.31	Q2,530.64
Depreciación								
<b>Utilidades Antes de Intereses e Impuesto (UAI)</b>	Q3,300.00	Q13,400.00	Q19,820.00	Q28,073.60	Q38,191.10	Q50,669.02	Q65,983.31	Q84,705.27
Intereses	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00
<b>Utilidades Antes de Impuestos</b>	Q3,300.00	Q13,400.00	Q19,820.00	Q28,073.60	Q38,191.10	Q50,669.02	Q65,983.31	Q84,705.27
Impuestos (5%)	Q165.00	Q670.00	Q991.00	Q1,403.68	Q1,909.56	Q2,533.45	Q3,299.17	Q4,235.26
<b>Utilidad Neta</b>	-Q 3,000.00	Q3,135.00	Q12,730.00	Q18,829.00	Q26,669.92	Q36,281.55	Q48,135.57	Q62,684.14
<b>Recuperación de Inversión en flujos (Payback)</b>	<b>Q135.00</b>	<b>Q12,865.00</b>	<b>Q31,694.00</b>	<b>Q58,363.92</b>	<b>Q94,645.47</b>	<b>Q142,781.04</b>	<b>Q205,465.18</b>	<b>Q285,935.19</b>
Inversión Inicial	-Q3,000.00							
Suma de Flujos	Q288,935.19							
VAN	Q285,935.19							
TIR	231%							
ROE	Q96.31							
Tiempo de recuperación de inversión (años)	Q0.08	8 MESES						

En este escenario se tiene una inversión de Q3,000.00 recuperandola en un tiempo estimado de 8 meses con un incremento en ventas del 20%

Fuente: elaboración propia

### Ilustración 4. PANORAMA PESIMISTA

Estado de Resultados Proyectado								
CAR WASH								
(Valores Expresados en Quetzales)	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Ventas Netas	Q9,500.00	Q41,400.00	Q45,540.00	Q50,094.00	Q55,103.40	Q60,613.74	Q66,675.11	Q73,342.63
Costo de Ventas	Q3,200.00	Q14,000.00	Q15,400.00	Q16,800.00	Q18,200.00	Q19,600.00	Q21,000.00	Q22,400.00
<b>Utilidad Bruta</b>	Q6,300.00	Q27,400.00	Q30,140.00	Q33,294.00	Q36,903.40	Q41,013.74	Q45,675.11	Q50,942.63
Gastos Fijos	Q3,000.00	Q12,000.00	Q12,720.00	Q13,483.20	Q14,292.19	Q15,149.72	Q16,058.71	Q17,022.23
Gastos Variables	Q0.00	Q2,000.00	Q2,120.00	Q2,247.20	Q2,382.03	Q2,524.95	Q2,676.45	Q2,837.04
Depreciación								
<b>Utilidades Antes de Intereses e Impuesto (UAI)</b>	Q3,300.00	Q13,400.00	Q15,300.00	Q17,563.60	Q20,229.18	Q23,339.06	Q26,939.96	Q31,083.36
Intereses	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00	Q0.00
<b>Utilidades Antes de Impuestos</b>	Q3,300.00	Q13,400.00	Q15,300.00	Q17,563.60	Q20,229.18	Q23,339.06	Q26,939.96	Q31,083.36
Impuestos (5%)	Q165.00	Q670.00	Q765.00	Q878.18	Q1,011.46	Q1,166.95	Q1,347.00	Q1,554.17
<b>Utilidad Neta</b>	-\$3,000.00	Q3,135.00	Q12,730.00	Q14,535.00	Q16,685.42	Q19,217.72	Q22,172.11	Q25,529.19
<b>Recuperación de Inversión en flujos (Payback)</b>	<b>Q135.00</b>	<b>Q12,865.00</b>	<b>Q27,400.00</b>	<b>Q44,085.42</b>	<b>Q63,303.14</b>	<b>Q85,475.25</b>	<b>Q111,068.20</b>	<b>Q140,597.39</b>
Inversión Inicial	-Q3,000.00							
Suma de Flujos	Q143,597.39							
VAN	Q140,597.39							
TIR	215%							
ROE	Q47.87							
Tiempo de recuperación de inversión (años)	Q0.17	1 AÑO 5 MESES						

En este escenario se tiene una inversión de Q3,000.00 recuperandola en un tiempo estimado de 1 año 5 meses con un incremento en ventas del 10%

Fuente: elaboración propia

Se recomienda a Nurega car wash

1. Que pueda implementar estrategias para destacar en un mercado competitivo, es crucial diferenciarse ofreciendo servicios únicos y de alta calidad. Considera la posibilidad de agregar servicios adicionales, como lavado de interiores detallados, encerado especializado o tratamientos de protección de pintura.
2. También que adopte prácticas sostenibles en todas las áreas de operación, desde el uso eficiente del agua y la energía hasta la elección de productos de limpieza eco amigables. Esto no solo ayudará a mejorar la imagen del negocio, sino que también puede reducir los costos a largo plazo y atraer a clientes preocupados por el medio ambiente.
3. Segmenta el mercado objetivo y desarrolla estrategias de marketing dirigidas para atraer a diferentes segmentos de clientes. Esto puede incluir campañas dirigidas a propietarios de automóviles de lujo, flotas comerciales, familias o personas preocupadas por la sostenibilidad.
4. Implementar programas de fidelización para recompensar a los clientes frecuentes y alentar la repetición de negocios. Ofrece descuentos, bonificaciones o servicios gratuitos después de un cierto número de visitas para mantener a los clientes comprometidos y satisfechos.
5. Capacitar al personal para ofrecer un servicio al cliente excepcional en todo momento. La satisfacción del cliente es clave para el éxito a largo plazo del negocio, por lo que es importante priorizar la atención al cliente y resolver cualquier problema o queja de manera rápida y efectiva.
6. Mantener un seguimiento continuo del rendimiento del negocio, incluyendo métricas clave como la satisfacción del cliente, la utilización de servicios y los ingresos. Ajustar la estrategia según sea necesario en función de los cambios en el mercado y las necesidades de los clientes.

## **CAPÍTULO VIII**

### **ANÁLISIS DE RIESGO**

#### **8.1 Identificación de riesgos de la empresa Car Wash Nurega**

1. Seguridad del Personal:
  - Riesgo de lesiones debido al manejo de maquinaria pesada.
  - Posible exposición a productos químicos utilizados en la limpieza de vehículos.
2. Seguridad del Cliente:
  - Riesgo de resbalones y caídas en áreas mojadas o con jabón.
  - Posible daño a los vehículos durante el proceso de lavado.
3. Incendios:
  - Riesgo de incendio debido a la presencia de productos químicos inflamables.
4. Daños Ambientales:
  - Posible contaminación del suelo y del agua debido a la descarga de aguas residuales contaminadas.
5. Robo y Vandalismo:
  - Riesgo de robo de equipos y suministros.
  - Riesgo de vandalismo en las instalaciones o en los vehículos de los clientes.
6. Problemas de Cumplimiento Normativo:
  - Riesgo de multas y sanciones por incumplimiento de normativas ambientales o de seguridad laboral.
7. Interrupción del Negocio:
  - Riesgo de pérdida de ingresos debido a condiciones climáticas adversas que disminuyan la demanda de lavado de autos.
  - Riesgo de interrupción del negocio debido a fallas en el suministro eléctrico u otros problemas técnicos.
8. Competencia:
  - Riesgo de pérdida de clientes debido a la competencia de otros servicios de lavado de autos en la zona.

## 8.2 Matriz de riesgos

Tabla 17. Matriz de riesgos

TIPO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN	PROBABILIDAD				
		MUY BAJO 10%	BAJO 10 AL 25%	MODERAD O 25 AL 50%	ALTO 50 AL 75%	MUY ALTO 75%
Riesgo de lesiones	Manejo de maquinaria pesada.			X		
Exposición a productos químicos	Utilizados en la limpieza de los vehículos				X	
Resbalones y caídas	Áreas mojadas o con jabón			X		
Daño a vehículos	En el proceso de lavado					
Incendio	Productos químicos inflamables	X				
Contaminación de suelo y agua	Descargas de aguas residuales	X				
Robo de equipo	De suministros	X				
Robo de automóviles de los clientes	Vandalismo	X				
Multas y sanciones	Por incumplimiento de normativas					

	ambientales o de seguridad laboral.					
Pérdida de ingresos	Situaciones climáticas			X		
Fallas técnicas	Fallas en el suministro eléctrico u otros problemas técnicos.					
Competencia	Debido a la competencia de otros servicios de lavado de autos en la zona.				X	

Fuente: elaboración propia

### 8.3 Mitigación de riesgos

**Tabla 18. MITIGACIÓN DE RIESGOS**

TIPO DE RIESGO	DESCRIPCIÓN
Riesgo de lesiones	<p>Proporcionar equipo de protección personal (EPP) como guantes, gafas y calzado antideslizante.</p> <p>Capacitar a los empleados en técnicas de trabajo seguro y en el uso correcto de las herramientas y equipos.</p> <p>Realizar evaluaciones ergonómicas para reducir el riesgo de lesiones músculo esqueléticas.</p>

---

Exposición a productos químicos	<p>Utilizar productos de limpieza no tóxicos y eco-amigables siempre que sea posible.</p> <p>Proporcionar EPP adecuado, incluyendo mascarillas y guantes.</p> <p>Capacitar a los empleados sobre el manejo seguro y almacenamiento correcto de productos químicos.</p> <p>Mantener fichas de datos de seguridad (FDS) accesibles para todos los productos químicos utilizados.</p>
Resbalones y caídas	<p>Instalar superficies antideslizantes en las áreas de trabajo.</p> <p>Colocar señalización adecuada en áreas húmedas.</p> <p>Implementar procedimientos de limpieza y secado regulares para mantener las áreas de trabajo secas.</p>
Daño a vehículos	<p>Capacitar a los empleados en técnicas de lavado adecuadas para evitar daños.</p> <p>Inspeccionar regularmente los equipos de lavado para asegurar que estén en buen estado.</p> <p>Tener un protocolo claro para la inspección de vehículos antes y después del servicio.</p>
Incendio	<p>Almacenar productos inflamables de manera segura y adecuada.</p> <p>Instalar detectores de humo y sistemas de extinción de incendios.</p> <p>Capacitar al personal en procedimientos de emergencia y uso de extintores.</p>

---

---

Contaminación de suelo y agua	<p>Implementar sistemas de tratamiento y reciclaje de agua.</p> <p>Utilizar productos de limpieza biodegradables y no contaminantes.</p> <p>Asegurarse de que los residuos y productos químicos sean desechados correctamente</p>
Robo de equipo	<p>Instalar sistemas de seguridad, como cámaras de vigilancia y alarmas.</p> <p>Mantener un inventario detallado de equipos y herramientas.</p> <p>Asegurar las áreas de almacenamiento con cerraduras adecuadas.</p>
Robo de automóviles de los clientes	<p>Implementar un sistema de registro y monitoreo de vehículos.</p> <p>Establecer procedimientos de seguridad, como la verificación de la identidad del cliente al recoger el vehículo.</p> <p>Instalar cámaras de vigilancia en las áreas de estacionamiento.</p>
Multas y sanciones	<p>Mantenerse actualizado con las regulaciones locales y nacionales relacionadas con el negocio de lavado de autos.</p> <p>Cumplir con todas las normativas de seguridad, ambientales y laborales.</p> <p>Realizar auditorías internas regulares para asegurar el cumplimiento normativo.</p>
Pérdida de ingresos	<p>Diversificar los servicios ofrecidos para atraer a una mayor base de clientes.</p>

---

---

	Implementar estrategias de marketing efectivas para aumentar la clientela.
	Mantener altos estándares de calidad y servicio para fomentar la lealtad del cliente.
Fallas técnicas	Realizar mantenimientos preventivos regulares de todos los equipos.
	Tener un plan de contingencia para las fallas de equipos, incluyendo equipos de respaldo o proveedores de servicios de reparación.
	Capacitar al personal en la detección temprana de problemas técnicos.
Competencia	Diferenciarse ofreciendo servicios únicos, como el uso de productos eco-amigables o servicios adicionales.
	Mantener un alto nivel de calidad en el servicio al cliente.
	Estar atento a las tendencias del mercado y adaptarse rápidamente a las necesidades cambiantes de los clientes.

---

*Fuente:* elaboración propia

## CONCLUSIONES

De la investigación del plan de negocios de la empresa CAR WASH NUREGA, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Tras un análisis del mercado y las proyecciones financieras, se concluye que el lavado de autos es un negocio viable con un potencial significativo de crecimiento y rentabilidad.

Existe una demanda constante de servicios de lavado de autos, respaldada por la necesidad de los propietarios de mantener la apariencia y el valor de sus vehículos, lo que indica un mercado favorable para la empresa.

La estrategia propuesta, que se centra en la calidad del servicio, la conveniencia para el cliente y la diferenciación a través de tecnologías y productos eco-amigables, posiciona al negocio de lavado de autos de manera competitiva en el mercado.

Basado en las proyecciones financieras, se espera que el negocio alcance el punto de equilibrio en un período razonable y genere beneficios consistentes a medida que aumente su base de clientes y se expanda.

La eficiencia operativa y la gestión eficaz de los recursos, incluyendo el agua y los productos químicos, son críticas para mantener márgenes saludables y minimizar el impacto ambiental.

Se proyecta que el negocio generará ingresos consistentes y rentables, con un retorno de la inversión en un plazo razonable.

Se identificaron riesgos potenciales, como fluctuaciones económicas y cambios en la regulación ambiental, y se desarrollaron estrategias para mitigarlos y adaptarse a ellos.

Integrar prácticas sostenibles en las operaciones del lavado de autos no solo es ético, sino que también puede proporcionar ventajas competitivas y mejorar la percepción de la marca.

Se delineó un plan estratégico para expandir el negocio, ya sea mediante la apertura de nuevas ubicaciones, la diversificación de servicios o la incursión en nuevos mercados.

Para ofrecer una visión más completa del futuro de Car Wash Nurega, se han elaborado tres panoramas: 1) Panorama Optimista: en este escenario, la empresa supera las expectativas, experimentando un crecimiento acelerado y consolidándose como líder en el mercado local. 2) Panorama Realista: en este escenario Car Wash Nurega, se desarrolla de acuerdo con las proyecciones iniciales, alcanzando los objetivos establecidos en términos de rentabilidad y crecimiento y 3) Panorama Pesimista: en este escenario, la empresa enfrenta desafíos externos como fluctuaciones económicas o cambios en la regulación ambiental, lo que impacta negativamente su crecimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Mir, J. (2019). *Como crear un plan de negocio util y creible*. Barcelona Madrid: Libros de cabeza SL.
- Muguirra, A. (s.f.). *Question Pro*. Obtenido de ¿Qué es una entrevista? Todo lo que debes saber al respecto: [https://www.questionpro.com/blog/es/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-entrevista/#que\\_es\\_una\\_entrevista](https://www.questionpro.com/blog/es/tecnicas-de-recoleccion-de-datos-entrevista/#que_es_una_entrevista)
- Perez, M. (s.f.). *ConceptoDefinicion*. Obtenido de Observación: <https://conceptodefinicion.de/observacion/>
- Rodriguez, J. (8 de Febrero de 2023). *Hubspot*. Obtenido de Plan de trabajo: qué es y cómo crearlo (incluye ejemplos): <https://blog.hubspot.es/sales/plan-de-trabajo>
- Rojas Crotte, I. R. (2011). ELEMENTOS PARA EL DISEÑO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN: UNA PROPUESTA. *Redalyc.org*, 277-297.
- Wallace Stettinius, D. R. (2009). *Plan de negocio "DISEÑAR E IMPLEMENTAR PLANES DE NEGOCIO."*. Estados Unidos: Bresca Editorial.
- Zorita Lloreda, E. (2015). *Plan de Negocio*. ESIC Editorial.