

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1 DEFINICIÓN DEL PLAN DE NEGOCIO	2
1.1 Descripción y Justificación del Proyecto	2
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo General.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 Marco Conceptual.....	3
1.4 Metodología Específica.....	5
1.5 Alcance del proyecto.....	7
2 ANÁLISIS DEL ENTORNO (CHILE) Y DE LA INDUSTRIA DE CENTROS DE LAVADO DE VEHÍCULOS Y EL MERCADO AUTOMOTOR	7
2.1 Análisis PEST	8
2.1.1 Factores Políticos	8
2.1.2 Factores Económicos	9
2.1.3 Factores Sociales y Culturales	10
2.1.4 Aspecto Tecnológico	11
2.2 Conclusiones del Análisis PEST	12
2.3 Análisis de la Industria de Centros de Lavado de Vehículos y sus Establecimientos.....	13
3 ANÁLISIS DEL MERCADO	14
3.1 Planteamiento del Problema	14
3.2 Objetivos de la Investigación de Mercado.....	15
3.2.1 Objetivo General.....	15
3.2.2 Objetivos Específicos	15
3.3 Tendencias actuales de los Centros de Lavado de Vehículos.....	15
3.4 Descripción del Mercado Automotriz	16
3.5 Distribución del Mercado Automotriz	16
3.6 Distribución de Los Centros de Lavados.....	17
3.7 Análisis de los Competidores.....	17
3.8 Encuesta	18
3.8.1 Metodología a Emplear.....	18
3.8.2 Resultado de la Encuesta.....	20
4 Análisis del Atractivo de la Industria (Módulo de Porter)	24
4.1 Poder de Negociación de los Proveedores.....	24
4.2 Poder de Negocioacion de los Clientes	26
4.3 Amenaza de Productos Sustitutos	26
4.4 Rivalidad entre Competidores.....	26
4.5 Amenaza de Nuevos Competidores	27
4.6 Conclusiones del Analisis de la Industria.....	28
5 ANALISIS INTERNO	28
5.1 Cadena de Valor	31
5.2 Misión y Visión	33
5.2.1 Misión	33
5.2.2 Visión.....	33

5.2.3	Objetivos del Negocio	33
6	Definición de la Estrategia	33
6.1	Marketing Estratégico	33
6.1.1	Segmentación.....	33
6.1.2	Targeting	37
6.1.3	Posicionamiento	37
6.2	Estrategia Competitiva	38
6.3	Estrategia del Negocio.....	38
6.4	Estrategia de Calidad.....	38
6.5	Modelo de Negocio	40
7	PLAN DE MARKETING.....	40
7.1	Enfoque de Marketing	40
7.2	Objetivos del Marketing.....	41
7.3	Propuesta de Valor para el Cliente	41
7.3.1	Valor Psicológico	41
7.3.2	Valor Funcional.....	41
7.3.3	Valor Económico.....	41
7.4	Marketing Mix.....	41
7.4.1	Producto	41
7.4.2	Precio	42
7.4.3	Plaza.....	42
7.4.4	Promoción	42
7.5	Estrategias de Entrada al Mercado	44
7.6	Presupuesto de Marketing	44
7.6.1	Presupuesto de Marketing para el Primer año	44
8	PLAN DE OPERACIONES.....	45
8.1	Especificaciones Técnicas del Servicio.....	45
8.2	Descripción de Procesos	48
8.2.1	Proceso de Lavado Exterior	48
8.2.2	Proceso de Lavado Semi Full.....	48
8.2.3	Proceso de Encerado	48
8.2.4	Proceso de Venta	49
8.2.5	Proceso de Delivery.....	49
8.3	Descripción de Tecnologías.....	49
8.3.1	Descripción de Máquinas y Equipos.....	49
8.4	Descripción de Mobiliario y Software	52
8.5	Detalle sobre Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas.....	52
8.6	Centro de Operaciones	52
8.6.1	Macro Localización	52
8.6.2	Micro Localización	52
8.6.3	Diseño de Edificaciones e Instalaciones.....	55
8.7	Capacidad Instalada del Proyecto	55
8.8	Análisis del Mercado Proveedor	55
9	PLAN DE RECURSOS HUMANOS.....	56
9.1	Organigrama Funcional y Estructural.....	56
9.2	Equipo de Trabajo.....	56

9.2.1	Mecanismo de Reclutamiento y Selección	58
9.2.2	Programa de Capacitación y Evaluación de Personal	58
9.2.3	Política Salarial y Fijación de Sueldos	58
10	VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA	59
10.1	Presupuesto de Inversión	59
10.2	Costos y Gastos Proyectados	60
10.2.1	Materia Prima Directa	60
10.2.2	Gastos de Administración	60
10.2.3	Costo total de ventas	60
10.3	Financiamiento	60
10.3.1	Estructura del Capital	60
10.3.2	Alternativa de Financiamiento Externo	61
10.3.3	Cuadro de Amortización de Deudas	62
10.3.4	Ingresos por ventas	62
10.4	Evaluación Económica y Financiera	65
10.4.1	Flujo de Caja Proyectado	65
10.4.2	Rentabilidad	68
10.4.3	Análisis de Sensibilidad	68
10.5	Evaluación Económica y Financiera Sin compra de Terreno	69
10.5.1	Flujo de Caja Proyectado	69
10.5.2	Rentabilidad	72
10.5.3	Análisis de Sensibilidad	72
10.6	Costo de Oportunidad de Capital	73
10.7	Factores Críticos de Riesgo y Éxito	74
10.8	Plan de Contingencias	74
11	CONCLUSIONES	75
12	RECOMENDACIONES	77
13	BIBLIOGRAFÍA	78
14	ANEXOS	81
14.1	Anexo 1: Venta de Vehículos y Camiones, Enero – Diciembre 2012 ...	81
14.2	Anexo 2: Crecimiento de Parque Automotor de Chile	81
14.3	Anexo 3: Distribución de Empresas de Servicio de Lavado de Vehículos en Chile	82
14.4	Anexo 4: Empresas de Lavado de Vehículos en Sector Centro y Oriente de Santiago	82
14.5	Anexo 5: Establecimientos de Lavado en Santiago	83
14.6	Anexo 6: Empresas de Lavado de Vehículo en Chile	83
14.7	Anexo 7: Propuesta de Valor	84
14.8	Anexo 8: Marketing Mix, Definición de Precio	84
14.9	Anexo 9: Maquina Optima Steamer	85
14.10	Anexo 10: Productos de Limpieza	85
14.11	Anexo 11: Proceso de Lavado Exterior	86
14.12	Anexo 12: Proceso de Lavado Semi Full	87
14.13	Anexo 13: Proceso de Servicio de Encerado	88
14.14	Anexo 14: Proceso de Venta	89
14.15	Anexo 15: Proceso de Delivery	90

14.16	Anexo 16: Especificaciones Técnicas Máquina Optima Steamer	91
14.17	Anexo 17: Especificaciones Técnicas de la Máquina Pulidora Bosch ..	92
14.18	Anexo18: Especificaciones Técnicas de la Aspiradora Marca Bosch ...	92
14.19	Anexo 19: Relación de Maquinaria y Equipos.....	93
14.20	Anexo 20: Relación de Inmobiliarios.....	94
14.21	Anexo 21: Macro Localización, Santiago	94
14.22	Anexo 22: Niveles de Tráfico de Vehículos.....	95
14.23	Anexo 23: Micro Localización, Comuna de Vitacura	95
14.24	Anexo 24: Micro Localización, Comuna de Providencia	96
14.25	Anexo 25: Micro Localización, Comuna Las Condes.....	96
14.26	Anexo 26: Diseño de Planta de Centro de Lavado	97
14.27	Anexo 27: Capacidad de Servicio	98
14.28	Anexo 28: Calificación de Proveedores	98
14.29	Anexo 29: Selección de Proveedores	99
14.30	Anexo 30: Organigrama de la Cadena de Centro de Lavado	99
14.31	Anexo 31: Descripción de Cargos y Perfiles	100
14.32	Anexo 32: Planilla Total de Remuneraciones de Personal	104
14.33	Anexo 33: Inversión Activos Tangibles con Compra de Terreno	105
14.34	Anexo 34: Inversión Activos Tangibles sin Compra de Terreno.....	106
14.35	Anexo 35: Inversión Activos Intangibles y Presupuesto de MKT	107
14.36	Anexo 36: Materia Prima Directa	107
14.37	Anexo 37: Gastos de Administración	108
14.38	Anexo 38: Costo Total de Ventas	108
14.39	Anexo 39: Amortización de Deuda con Compra de Terreno.....	109
14.40	Anexo 40: Amortización de Deuda Sin Compra de Terreno	110
14.41	Anexo 41: Modelo de la Encuesta	111
14.42	Anexo 42: Resultados de la Encuesta	114