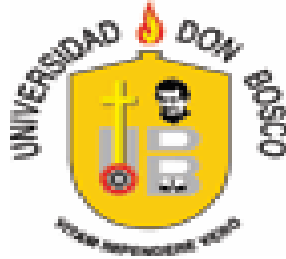


UNIVERSIDAD DON BOSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



“PLAN DE NEGOCIO LAVANDERÍA WASHIN COIN”

TRABAJO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ASESOR:

LIC. CARLOS SILFREDO MOLINA

PRESENTADO POR:

DAVID WHASHINGTON FLORES FLORES

EMERSON OVIDIO PORTILLO SORTO

ERNESTO ANTONIO LOPEZ MARQUEZ

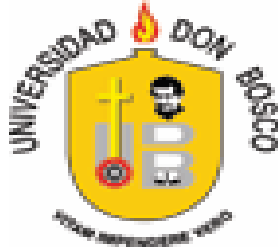
SEPTIEMBRE 2007

SOYAPANGO

EL SALVADOR

CENTRO AMERICA

UNIVERSIDAD DON BOSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



RECTOR  
ING. FEDERICO MIGUEL HUGUET RIVERA

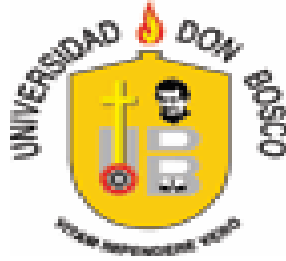
VICERECTOR  
PBRO. LIC. VÍCTOR MANUEL BÉRMUDEZ YANEZ

SECRETARIO GENERAL  
LIC. MARIO RAFAEL OLMOS ARGUETA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
LIC. HERBERT H. BELLOSO FUNES

DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESA  
LIC. FIDIAS EDGARDO ALFARO AREVALO

UNIVERSIDAD DON BOSCO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS



JURADO EVALUADOR DEL TRABAJO DE GRADUACION

“PLAN DE NEGOCIO LAVANDERÍA WASHING COIN”

F. \_\_\_\_\_

Ing. Roberto Antonio Gordito

Jurado

F. \_\_\_\_\_

Licda. Katya María Moreira

Jurado

F. \_\_\_\_\_

Lic. Juan José Alas

Jurado

F. \_\_\_\_\_

Lic. Carlos Silfredo Molina

Asesor

## AGRADECIMIENTOS

*David Whashington Flores*

Agradezco primordialmente a Dios todopoderoso porque solo gracias a su voluntad soy todo lo que soy, porque Él es el padre de toda gracia y sabiduría, porque solo de Él depende mi alma y mi cuerpo, gracias Dios por tu misericordia y darme un éxito más en mi vida.

A mi madre Emma Flores quien sería capaz de dar la vida por mi, quien a dejado su fuerza trabajando para darnos un futuro digno y ah tenido siempre el consejo necesario y las palabras de aliento para hacerme una persona de bien teniendo siempre la confianza y el sueño de verme ser un profesional, a ella con todo mi amor y agradecimiento. A mi papá Miguel Ángel Flores que a pesar de la distancia y de las cosas que pasan lo quiero mucho y se que se siente orgulloso de mi.

Agradezco a mi esposa Glenda Elizabeth Martínez que con su amor y apoyo siempre han tenido palabras de apoyo hacia mi, has sido lo mejor que me paso en la Universidad porque te convertiste en mi presente y mi futuro la mujer con la que voy a ser feliz hasta el ultimo momento de mi vida. Este triunfo se lo de dedico a mi hija Glenda Naomi Flores Martínez, fruto del amor con mi esposa, hija amada este triunfo es para ti porque tu mirada y ternura me han llenado de fuerzas y alegría inmensa.

Para mis Hermanas Micheel Cristina Flores, gracias hermanita por todo tu apoyo y cariño, porque desde pequeños siempre buscaste lo mejor para mi, a mi hermana Maricela Guadalupe Flores, gracias hermanacha por todo lo que has hecho por mi, gracias por tu cariño, también a Valentín Jiménez tu esposo y a mis sobrinos Kevin, Erika, Tatiana, a Mario y al futuro Danielito. A mis demás familiares que quiero mucho tía Tita, tío Lando, al abuelo, a mi suegra la niña Marta.

A mi grupo de tesis, Emerson Portillo y Ernesto Lopez, mas que mis compañeros son mis amigos y les agradezco todo el apoyo que nos dimos disfrutamos de las reuniones de trabajo y nos transmitimos calma en los momentos de angustia, a mis amigos de la Universidad con quienes compartimos excelentes momentos Josè Luis, Boris, Carmen Elena, Bea, Josué, Diana, etc., a mi amigo William Serrano que siempre me ha apoyado y aconsejado.

Agradezco a mis jefes quienes siempre me han apoyado para que estudia y termine la carrera, a Mayra Olivares, Mario Calderon, Edwin Arévalo, Héctor Rivas, Tomas Miranda, Gustavo Perdomo, gracias porque siempre que necesite permiso tuve apoyo de su parte. Al Lic. Carlos Herrera que confió y me dio la oportunidad de trabajar con él.

Agradezco al excelente jurado que tuvimos ya que su capacidad, experiencia y apoyo ha servido para mejorar este documento.

A nuestro asesor Lic. Carlos Molina ya que nos guió por el buen camino motivando en nosotros la creación de nuevas ideas.

A nuestro tutor Lic. Ramón Ernesto Pineda que siempre nos apoyo busco las alternativas necesarias para lograr la excelente culminación de este plan de negocios.

A todas las personas que de alguna u otra manera han aportado en esta idea de negocio y confían en nosotros como emprendedores.

A todos muchas gracias

Att.

*David Washington Flores*

## Agradecimientos

Quiero agradecer infinitamente a Dios por haberme permitido finalizar satisfactoriamente mis estudios universitarios en la cual sin la ayuda de el jamás hubiera culminado este proceso, así como también por cuidarme en cada momento e iluminarme en cada una de las asignaturas para poder aprender lo mas que pude.

Agradezco a mis padres José Ovidio Portillo y Berta Gilma Sorto por haberme inculcado los valores esenciales que se necesitan en la vida para salir adelante, su apoyo y comprensión fue lo mas importante que sigo aprendiendo y no me alcanzará toda la vida para pagarles el enorme esfuerzo que hicieron para cubrir mis estudios. A mi padre que es mi guía y mi ejemplo a seguir porque quiero ser como el, un gran ser humano, que viene de una familia muy humilde y que supo sacarnos adelante a mi hermano y mi madre, siempre se lo agradeceré papá. Mi madre que con cariño y ternura supo guiarme y causar eco para que nunca dejara de estudiar, madre no tengo forma de agradecerle por todo lo que ha hecho por mi.

A mi hermano Ariel Alfredo Portillo porque soportó muchas noches de desvelo por mis estudios y que ojalá primero Dios termine sus estudios.

A toda mi familia agradezco por su apoyo e interés mostrado para que yo finalizara mis estudios, en especial a mi abuelo Lorenzo Portillo porque siempre que lo miraba me preguntaba ¿Cuánto te falta para terminar? Le agradezco abuelo por apoyarme y estar pendiente de mí.

Quiero agradecer el apoyo que me brindó mi novia Mercedes Nerio porque fue ella la que mantuvo mis esperanzas para finalizar mis estudios, Dios me ha bendecido por tener a mi lado a una persona que me apoyará en todo momento y estoy feliz por compartir este triunfo con una persona tan especial, así como también su familia que ha estado pendiente de mis estudios.

No pudiera celebrar este triunfo sin la ayuda de mis más grandes colegas, amigos, cheros, compañeros, etc David Washington Flores y Ernesto Antonio López porque sin ellos no hubiera podido realizar mi trabajo de graduación y que sabía desde que los conocí que llegaríamos muy lejos si mutuamente poníamos en primer lugar la amistad pura y sincera. Gracias Chato por ser una persona muy tranquila y que se toma las cosas muy calmadas aunque en las noches cuesta que estés despierto. Gracias Chino por tus chistes de mal gusto pero que siempre causan gracias por educación (son bromas) a los dos les deseo lo mejor y que sigamos celebrando juntos.

Agradezco al jurado evaluador Licda. Katya Moreira por haber compartido sus conocimientos y experiencia para realizar nuestro trabajo de graduación, igualmente al Lic. Juan José Alas por permitirnos conocer su negocio y que ayudó a centralizar las ideas para el trabajo de graduación, también al Ing. Heber Portillo por su aporte en conocimiento para enriquecer el trabajo de tesis y también al Ing. Roberto Gordito que siempre recordaré que es blanco de corazón y que compartió sus conocimientos en clase.

Agradezco a nuestro asesor Lic. Carlos Wilfredo Molina por habernos ayudado y guiarnos para realizar un buen trabajo de graduación, gracias por todo su apoyo y consejos sabios.

Agradezco a nuestro tutor Lic. Ernesto Pineda por su sabias palabras y porque siempre mantuvo el entusiasmo en nosotros para culminar nuestra tesis.

A mis amigos que siempre me apoyaron Boris, Diana, Luis (Chele) Carmen Iraheta (Prima) Alejandra, Wendy, Claudia Coreas, Eduardo, Ronald Alejandra Quiñónez, Oscar Flores, Oscar Castillo y todos aquellos que ayudaron a finalizar mis estudios.

A mis amigos de atento Javier, Guille, Emilio, Kevin, Antonio y Karla Machón por apoyarme en todo momento.

Atte.

Emerson Ovidio Portillo Sorto.

Mis infinitos agradecimientos primeramente a Dios por haberme brindado sabiduría, habilidades y conocimientos necesarios para realizar el plan de negocio y culminarlo de manera satisfactoria; por acompañarme en mis angustias y en los momentos que sentía estar solo gracias Dios infinitas gracias

Agradezco a mi madre Victoria Márquez de López quien por las necesidades de la vida tiene que estar lejos supo darme consejos y llevarme por el camino correcto de la vida apoyándome espiritual, moral y económicamente; de igual manera agradezco a mi padre José Antonio López Velasco quien me levanto en los momentos que me sentía caído, gracias por sus consejos. Se los agradezco hoy y se los agradeceré siempre porque gracias a ustedes he cosechando un éxito más en mi vida gracias.

Agradezco a mis hermanos José Manuel López Marques y Victoria Macícela López Márquez quienes aguantaron muchos inconveniente al momento de la realización de este proyecto y esperando que Dios les de la sabiduría y conocimiento para que ellos también realicen sus sueños.

Agradezco a mi prima Rhina Márquez y mi tía Paula Márquez por haberme dado su apoyo moral y económico gracias.

Agradezco a mis compañeros de tesis Emerson Ovidio Portillo Sorto quien nos dormía con sus cometarios pero siempre culminábamos las metas trazadas en cada reunión gracias amigo y hermano del alma; también a David Whashington Flores Flores quien costaba mantenerlo despierto en cada reunión pero que de igual manera culminábamos las metas gracias igualmente amigo y hermano del alma; también agradeciendo a cada uno de sus familiares quienes se desvelaron por nuestro misma causa gracias.

Agradezco al jurado Lic. Katya Moreira por haber compartido sus conocimientos y ayudarnos hacer nuestra tesis gracias, al Lic. Juan José Alas por haber

compartido su conocimiento y abrir la puerta de su casa, su negocio para poder realizar nuestro proyecto de graduación, al Ing. Heber Portillo por haber compartido sus conocimientos con nosotros y al Ing. Roberto Antonio Gordito por su amistad y conocimientos.

Agradezco a nuestro asesor Lic. Silfredo Molina quien fue nuestro guía, profesor y amigo para realizar nuestro plan de negocio.

Agradezco a nuestro Tutor Lic. Ernesto Pineda por ser nuestro apoyo en el proceso del plan de negocio que hemos culminado.

Agradezco a mi novia Andrea Carolina Montano Orellana quien muchas veces dudaba si en verdad me reunía pero supo comprenderme siempre gracias amor.

Agradezco a mis amigos y amigas, Carmen Elena Iraheta, José Luís Martínez Díaz, Glenda Elizabeth Martínez Morales y Karen Patricia Herrera por estarme apoyando en la culminación de este proceso gracias amigos.

Agradezco a mi compañero de trabajo y profesor Lic. Carlos Herrera por haber compartido conmigo sus conocimientos y aguantar algunos permisos de salida, gracias Lic. Herrera.

Gracias a todos por haber aportado una parte en la realización de este proyecto se los agradeceré siempre.

Atentamente

Ernesto Antonio López Márquez

## I - Resumen Ejecutivo.

En el presente documento se detalla el plan de negocio de lavandería Washing Coin con sus respectivas especificaciones que conforman dicho plan. Se toma en cuenta como primera parte el surgimiento de la idea y la forma en la cual está constituida.

Se realiza un análisis interno y externo del entorno donde se desarrollará el negocio el cual permitió efectuar un análisis FODA

Para el logro de las expectativas de venta y la buena aceptación de los clientes potenciales se desarrolla un plan de marketing en la que se busca crear el posicionamiento de marca y la preferencia de los servicio de lavandería para fidelizar a los consumidores de dicho servicio.

Se ejecuta el plan para la distribución de maquinaria en la que se considera la capacidad instalada que se necesita para cubrir la demanda insatisfecha, así como también se considera el número de personal que se requiere y los insumos necesarios para brindar los servicios de lavandería. Se define la forma de constitución de la empresa así como la participación de sus socios, sus responsabilidades y delimitaciones.

En el plan de negocio también se considera su plan de financiación en la cual se demuestra las inversiones, el respectivo flujo de caja y de efectivo, el estado de resultado, balance general y el respectivo análisis del punto de equilibrio.

El objetivo primordial de este plan es su puesta en marcha y es por eso que se consideran los gastos previos como registro de la empresa así como su legislación, los gastos que se destinan a la creación y establecimiento del negocio, los gastos de lanzamiento y trámites de constitución.

Como soporte financiero del presente plan se muestra a continuación el flujo de caja que muestra la caja libre por los ingresos y egresos del financiamiento

Con respecto al flujo de efectivo que muestra los ingresos y egresos operativos así como también los ingresos y egresos por financiamiento más la inversión.

El estado de resultado muestra las utilidades o pérdidas que se obtendrán año con año después de haber pagado interese, impuestos, gastos de venta y administración.

El balance general o balance de situación financiera que muestra como se comportará la empresa año con año teniendo sus cuentas principales pasivo, activo y capital.

## II INTRODUCCION

Por medio de un plan de negocio se puede poner en práctica todos los conocimientos de las áreas que permiten evaluar los elementos necesarios para emprender un negocio propio, facilitando así la toma de decisiones pertinente a la puesta en marcha del mismo.

El alcance que este tipo de proyecto puede llegar a lograr está relacionados a aspectos sociales y económicos y en algunos casos incluso puede tener incidencias ambientales y/o culturales. Su principal función es la de convertir a las personas en generadores de empleo volviéndolos independientes y participantes activos en el ámbito económico nacional.

El presente Plan de Negocio, trata acerca de “Lavandería Washing Coin”, la cual retoma el concepto de maquinas automáticas (conocidas comúnmente como tragamonedas), este proyecto está siendo desarrollado por tres jóvenes emprendedores quienes quieren implementar dicho negocio con aporte propio y financiamiento. Dicho negocio se pretende implementar en la Colonia Zacamil del Municipio de Mejicanos.

A través de este plan de negocio se aplicarán las herramientas administrativas y de mercado que lleven a demostrar la factibilidad, viabilidad y obtención de información necesaria para tomar decisiones referentes a la implementación de este tipo de servicios.

Este documento ha sido desarrollado en el contexto del proceso de graduación para optar al grado de Lic. Administración de Empresas, en la Universidad Don Bosco; mas sin embargo, puede ser de utilidad para todas aquellas personas emprendedoras que estén interesadas en conocer mas acerca de este tipo de servicios.

### III OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de plan de negocio para un proyecto de implementación de lavandería a base de máquinas automáticas, con el propósito de comprobar si la implementación de este es factible.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la demanda de servicio de lavandería por medio de un estudio de mercado con el fin de evaluar gustos y preferencias de los posibles demandantes del servicio.
- Conocer la factibilidad técnica que tendría la implementación de una lavandería en la distribución de su planta con las máquinas e insumos necesarios para su óptimo funcionamiento.
- Evaluar por medio de indicadores económicos la factibilidad financiera de la inversión de un plan de negocio con el fin de facilitar la toma de decisiones de puesta en marcha.

# 1 ANÁLISIS DE LA IDEA DE NEGOCIO

## 1.1 Descripción de la idea de negocio

Diseñar una lavandería en la cual los clientes puedan utilizar los servicios de lavado y secado de sus prendas de vestir, haciendo uso de máquinas automáticas (traga monedas) en un ambiente agradable e higiénico.

Se pretende crear un negocio en el cual los clientes lleguen a la lavandería y que ellos mismos utilicen las máquinas disponibles tanto lavadoras y secadoras automáticas permitiendo que el cliente conozca el proceso de manera directa y perciba con mayor seguridad el manejo de sus prendas y que verifique de primera mano como funciona el servicio.

## 1.2 Objetivo

### 1.2.1 Objetivo General

- ✓ Realizar un plan de negocio para un proyecto de implementación de lavandería a base de máquinas automáticas con el fin de ponerlo en marcha en un corto plazo.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

- ✓ Diseñar un plan de negocio que motive a los emprendedores para la puesta en marcha del mismo.
- ✓ Considerar todos los aspectos tanto de mercado como legales para poner en marcha el negocio en un lapso no mayor seis meses.
- ✓ Que este tipo de negocio sirva como motivación para ser independientes dentro del mercado laboral y sostenerlo en el tiempo para convertirla en una empresa sólida y generadora de empleo

### 1.3 Presentación de los socios

A continuación se presenta los aspectos generales de cada uno de los socios de la cual está constituida el negocio:

- Nombre completo: David Whashington Flores Flores  
Edad: 26 años  
Estudios Realizados: Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Don Bosco del 2000 al 2006  
Experiencia laboral: 2003 al 2006 Operador Call Center en Alianza Republicana Nacionalista (ARENA)  
Junio 2006 a Noviembre del mismo año Banco Cuscatlán El Salvador, Auxiliar Administrativo, Depto de Custodia de Valores.  
Noviembre 2006 a Diciembre 2006 Promotor de Bonos BONOCAP, FEDISAL  
Enero 2007 a la fecha Supervisor Call Center, VoPI. COM S. A. de C. V.
- Nombre completo: Emerson Ovidio Portillo Sorto  
Edad: 25 años  
Estudios Realizados: Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Don Bosco del 2000 al 2006  
Experiencia laboral: 2001 al 2002 desempeñando el cargo de teleoperador en call center en Atento El Salvador.  
Supervisor de Operaciones Júnior: del año 2002 hasta el 2006 en la empresa Atento El Salvador.  
Coordinar de Operaciones: desde el año 2006 hasta Abril del año 2007 desempeñando el cargo de coordinador de operaciones para las empresas Pizza Hut y Bancomer.
- Nombre completo: Ernesto Antonio López Márquez.  
Edad: 25 años  
Estudios realizados: Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Don Bosco del 2000 al 2006

Experiencia laboral: del 2004 al 2006 desempeñando el cargo auxiliar contable en el hospital Pro-Familia.

De agosto del 2006 a Diciembre del mismo año desempeñando el cargo de teleoperador en la empresa Atento El Salvador.

Del año 2007 hasta la fecha desempeñando el cargo promotor del programa BONOCAP.

### 1.31 Expectativas de los socios

- Oportunidades de crecimiento dentro del servicio de lavandería
- Posicionar el servicio bajo el nombre de “Washing Coin”
- Obtención de utilidades a mediano plazo
- Aplicar los conocimientos adquiridos hasta el momento
- Aceptación del producto en el mercado

### 1.3.2 Negocio en Constitución

Lavandería WASHING COIN será una sociedad anónima ya que bajo esta denominación se puede tener la oportunidad de aumentar los aportes económicos por parte de los acciones o de otros inversionistas que quieran ser parte de la sociedad con el fin de fortalecer la capacidad financiera de Washing Coin, en el mediano plazo, fortaleciendo el respaldo económico.

### 1.3.3 Filosofía de trabajo

Como parte del servicio y para garantizar el buen funcionamiento del mismo los socios se comprometen a considerar los siguientes principios:

#### ✓ CALIDAD

Partiendo del hecho de que si bien es cierto el precio es uno de los principales elementos a tomar en cuenta al momento de adquirir un bien o servicio, también la calidad representa uno de los más poderosos alicientes del por qué los consumidores adquieren los productos y/o servicios y mantienen su preferencia hacia el mismo o marca específica,

es por eso que la calidad representa una ventaja competitiva para este tipo de negocio y por lo tanto se procurará brindar calidad en cada detalle de este servicio.

✓ SERVICIO AL CLIENTE

Como todo negocio y no siendo el servicio de lavandería la excepción, el principal objetivo que se persigue con la comercialización de este es la satisfacción total del cliente mediante un excelente servicio en el cual ellos serán los beneficiados.

✓ HIGIENE

Por ser este un negocio en el cual la visión que posea el cliente es de primordial importancia, se busca garantizar que tanto la higiene como la calidad del servicio cuenten con los requerimientos necesarios para brindar la mayor imagen de higiene posible, que se puedan reflejar claramente en el gusto de los clientes.

✓ INNOVACION

El segmento al que están orientados exigen las mas altas exigencias en cuanto al servicio en lavandería corresponde, se pretende por tanto la constante innovación en nuestros equipos así como en buscar nuevas oportunidades de negocio para diferenciar a Washing.Coin de la competencia y es por eso que no se puede dejar a un lado la innovación que siempre debe de existir en todo servicio y negocio.

## 2 ANÁLISIS FODA.

### 2.1 Análisis Externo.

Haciendo un análisis por parte de los emprendedores, en base a un estudio de la competencia se presenta un bosquejo de los negocios que actualmente realizan servicios similares de lavandería:

Cuadro 1

Negocios	Puntos Fuertes	Puntos Débiles
LAVAMATICA BELLA ROPA	*UBICACIÓN ESTRATEGICA	*MAQUINAS OBSOLETAS
	* ACEPTACION DE TARJETAS	*CONTROL DE COSTOS
	*SERVICIO A DOMICILIO	*ESPACIO REDUCIDO
		*FALTA DE ENTRETENIMIENTO
LAVAPRONTO	*SERVICIO A DOMICILIO	*CONTROL DE COSTOS
	*UBICACIÓN ESTRATEGICA	*ESTUDIO DE MERCADO
	*SERVICIO DE LAVANDERÍA	*ESPACIO REDUCIDO
	*SERVICIO A DOMICILIO	
	*ACEPTACION DE TARJETAS	
LAVANDERIA JOSUE	*LAVANDERÍA RESIDENCIAL, COMERCIAL, INDUSTRIAL Y HOTELERA	*CONTROL DE COSTOS
	*UBICACIÓN ESTRATEGICA	*POCA PUBLICIDAD
	*ACEPTACION DE TARJETAS	
	*SERVICIO DE DRY CLEANING	
LAVANDERIA LA CIMA	*ACEPTACION DE TARJETAS	*CONTROL DE COSTOS
	*UBICACIÓN ESTRATEGICA	
	*VISITA DE CLIENTES FRECUENTES	
	*SERVICIO A DOMICILIO	
	*SERVICIO DE DRY CLEANING	
LAVANDERIA JARDINES	*ACEPTACION DE TARJETAS	*CONTROL DE COSTOS
	*UBICACIÓN ESTRATEGICA	*POCA PUBLICIDAD
	*VISITA DE CLIENTES FRECUENTES	
	*SERVICIO DE DRY CLEANING	

## 2.2 Análisis Interno.

Como parte del análisis interno se consideraron aspectos de fortalezas y debilidades encontrada en el negocio las cuales se presentan a continuación.

- FORTALEZAS.
  - ❖ El servicio es innovador
  - ❖ Conocimiento administrativo para manejar el negocio
  - ❖ Deseo de los emprendedores para poner en marcha el negocio.
  - ❖ Capacidad financiera inicial para poner en marcha el negocio.
- DEBILIDADES
  - ❖ Poca información de planes de negocio de lavanderías a nivel nacional.
  - ❖ Poca experiencia participativa en planes de negocio.

## 2.3 Combinación de Resultados

A continuación se presenta un cuadro en donde se consideraron los aspectos externos del negocio y los aspectos internos del mismo, el cual se presenta como cuadro FODA que se ejecutó para el negocio WASHIN COIN, el cual se detalla en el cuadro 2:

Cuadro 2

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad financiera.</li> <li>• Conocimiento administrativo.</li> <li>• Servicio innovador.</li> <li>• Deseo de los emprendedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca información de este tipo de plan de negocio a nivel nacional sobre lavanderías.</li> <li>• Poca experiencia en planes de negocio.</li> </ul>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al darse a conocer el plan de negocio podrán surgir nuevos competidores.</li> <li>• No distribución de maquinas (lavadora y secadora) automáticas a nivel nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilidades de crédito en El Salvador para planes de negocio.</li> <li>• Clientes potenciales a nivel nacional.</li> <li>• Apoyo de instituciones para el fortalecimiento de un plan de negocio.</li> <li>• Mercado potencial numeroso</li> <li>• Demanda insatisfecha.</li> <li>• Facilidades legales y económicas para la implementación de nuevos negocios.</li> </ul>

### 3. PLAN DE MARKETING

#### 3.1 Análisis de Mercado.

##### 3.1.1 El cliente.

Personas solteros(as), divorciadas, madres y/o padres que trabajan, adultos mayores, discapacitados y amas de casa encargadas de realizar el lavado y secado de ropa que habitan en los complejos habitacionales, condominio y edificios de departamentos ubicados en la colonia Zacamil, Municipio de Mejicanos.

##### 3.1.2 Targets (Mercado Objetivo).

Para obtener el dato del mercado potencial se tomó en cuenta el número de habitantes estimados hasta la fecha del municipio de Mejicanos así como el número de viviendas registradas en dicho municipio hasta la fecha.

En la colonia Zacamil existen 17,830 habitantes de los cuales 5,789 habitantes tienen la capacidad económica para incurrir en el servicio porque tienen ingresos mayores a los de sus gastos básicos.

Por lo tanto la población que se tomará como base es de 5,789 habitantes que se encuentran en un nivel socio-económico medio bajo.

##### 3.1.2.1 Habitantes de Condominios y Complejos de Apartamentos

En este momento sería el principal mercado a conquistar, ya que con el servicio de lavandería se está solucionando el espacio físico de su hogar en la actividad de lavado y secado de prendas de vestir, cobijas, cubrecamas, sábanas, forros de muebles, manteles, toallas y cortinas. Además se encuentran en un nivel socio

económico medio bajo el cual permite acceder a un servicio con precios competitivos. Es un mercado al cual no se le han brindado alternativas como: precio, accesibilidad, calidad, y sobre todo la facilidad para realizar las actividades de lavado y secado.

### 3.1.3 Residenciales y Colonias

Es el segundo principal mercado porque las características físicas de su casa no permiten realizar con cierto grado de comodidad labores de lavado, secado y planchado, pero que siempre puede necesitar este servicio por ahorro de tiempo, energía eléctrica, agua o por simple comodidad. Recordar que no todas las personas tienen la capacidad de adquirir este tipo de máquina (lavadora y secado)

### 3.1.4 Empresas (Hotel, Motel, Restaurantes y Salas de Té)

Actualmente este tipo de negocios contratan servicios de outsourcing para el lavado, secado y en su caso planchado de sus materiales textiles. En algunos casos es el mismo personal de la empresa que realiza este tipo de actividades las cuales se podría aprovechar esta mano de obra para realizar actividades propias del negocio. Es por eso que los servicios de lavado y secado estarían satisfaciendo estas necesidades para estos negocios.

### 3.1.5 Habitantes de Edificios de Apartamentos

En nuestro país al igual que la mayoría de países de la región, dadas las condiciones de espacio territorial reducido, y la creciente y saturada demanda de viviendas habitacionales, se proyecta que las construcciones futuras explotaran al máximo cada metro de tierra, para ello la respuesta es la construcción de edificios de apartamentos. Otro aspecto a tomar en cuenta es que cada día que pasa el tiempo va tomando más valor, si sumamos estos dos aspectos a la necesidad

intrínseca de realizar labores de lavado y planchado de ropa vemos que los edificios de apartamentos representaran un nicho valioso de mercado.

### 3.2 Análisis de la Competencia

#### 3.2.1 Competencia indirecta:

En términos generales, y tomando en cuenta a nuestra competencia indirecta como: Todas aquellas personas que ofertan esfuerzo físico en servicios el de lavado de prendas en forma manual, y que operan en el sector de la Colonia Zacamil

#### 3.2.2 Competencia Directa:

Definimos a la competencia directa como: aquellas empresas que ofrecen servicios con características semejantes al nuestro. Servicios de lavandería de prendas de vestir

A continuación identificamos a los 4 competidores más fuertes: Dry Clean Martinizing, Lavandería Marvel, Lavandería Jardines, Lavandería Zacamil. )<sup>1</sup>.

De los anteriores competidores ninguno de ellos ofrece servicios de Lavandería a base de maquinas automáticas, por lo cual se considera que hay una oportunidad de ofrecer estos servicios

### 3.3 Contenido del plan de marketing

#### 3.3.1 Plan de Promoción WASHING COIN

Teniendo en cuenta lo importante que es la comunicación integra para el negocio el ser reconocido por su mercado objetivo, se considera de suma importancia la realización de la estrategia promocional que empleará el negocio.

---

<sup>1</sup> Ver anexo Pregunta 13

Siendo innovador el servicio en el mercado, se detallará a continuación la estrategia a seguir, a continuación presentamos nuestro plan:

## NUESTRA IMAGE DE WASHING COIN

Se pensó en realizar una marca con la que los clientes asocien el servicio. El cual se encuentra constituido por los siguientes componentes:

Morfotipo



Logotipo

Washing Coin

Colores

Negro, Blanco, Azul y Naranja.

Slogan

Higiene y Calidad en tu ropa

## NUESTRA MARCA...



Una vez creada la marca con la que se identificará la lavandería, se establece la forma en la que se dará a conocer al mercado objetivo. Se hará de la siguiente manera:

Punto de venta:

Estará ubicada en la Colonia Zacamil, en el Centro Comercial Zacamil, será una presentación activa, apelando a todo lo que pueda hacer atractivo el servicio, ya sea: imagen de presentación, instalaciones adecuadas y todo aquello que contribuya para mostrar el servicio a los posibles clientes, de la mejor manera dentro de las instalaciones de la lavandería.0

Medios a Utilizar:

Se utilizarán hojas volantes y Brochures con información referente a la compañía.

- Hojas Volantes

Se decidió utilizar este tipo de medio publicitario por el alcance que posee y los bajos costos en los que se incurren, y por considerarse una publicidad muy efectiva para el mercado objetivo al que se pretende llegar.

Características

Papel Folcote una cara

Barniz UV

A full color

Tamaño 20 x 14 cm.

Contenido

Encabezado

Imagen complementaria

Logotipo

Texto: Contendrá que encerrará los métodos de activación y persuasión que mencionamos a continuación:

□ Argumento:

Con base en los resultado obtenidos en la investigación de mercado re refleja que casi un 80% de las personas encuestadas no utiliza lavadora se pretende convencer a los clientes potenciales y dar a conocer el servicio de lavandería con el fin de que estos utilicen dicho servicio

□ Motivación con atractivo psicológico:

Mensaje que resalte las bondades del servicio y los beneficios a obtener al utilizar una lavandería a base de máquinas automáticas permitiendo así representar una ventaja competitiva ante servicios similares al de Washing Coin.

### Distribución

Las hojas volantes se distribuirán en los primeros 6 meses de operación, la forma de repartición será la siguiente:

Los primeros dos meses de inicio de operaciones del servicio se distribuirán de una forma planificada, que consiste en repartirlos los días en los que se tenga mayor afluencia de personas en el centros comerciales aledaños a la zona de la Zacamil donde se ubicará el negocio (Centro Comercial Zacamil ), y serán repartidos a todas las personas ya sean estos jóvenes, adultos, hombres, mujeres y hasta familias completas, se ha estimado que los días mas efectivos por la afluencia de personas serán los viernes, sábados, domingos y los días de pago (15 y 30 de cada mes...)

La distribución de los dos primeros meses se visualiza de la siguiente manera:

Primer Mes de Operación						
D	L	M	M'	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Las horas en que serán repartidos para los dos primeros meses son: De 11:00 a. m. A 2:00 p. m.  
4:00 p. m. A 6:00 p. m.

Se destinarán 200 hojas volantes para cada día.

Estimando, entonces, que se repartirán 5,600 unidades en los dos primeros meses.

Segundo Mes de Operación						
D	L	M	M'	J	V	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Teniendo para los dos primeros meses, 28 días hábiles aproximadamente para repartir los panfletos.

Posterior a esto, se seguirá repartiendo en los próximos 4 meses de una forma esporádica, se repartirán cada vez que se reflejen ventas pasivas, esto con el objetivo de estimular la demanda.

Presupuestando para este período la misma cantidad de volantes que en los primeros meses (5,600).

#### Objetivo

El objetivo de este mini medio es en primera instancia, dar a conocer en el mercado el nuevo servicio en lavandería de máquinas automáticas y posicionar a Washing Coin como la lavandería líder en el servicio en la zona de la Zacamil.

- Brochures

Se utilizará este tipo de publicidad por ser más personalizada, puesto que se distribuirá a los posibles consumidores del tipo de mercado objetivo detallado en párrafos anteriores.

Es por esos que se requiere que la información que se les proporcione sea clara, concisa y a la vez llamativa, que sea capaz de incentivarles a la compra.

## Características

Papel Folcote dos caras

Barniz UV

A full color

Tamaño 21 x 9 cm. Doblado a tres cuerpos.

## Contenido

Encabezado

Imágenes complementarias

Logotipo

Texto: contendrá un mensaje de índole informativo, argumentación y persuasión con incentivos psicológicos.

## Distribución

Se ha estimado que este tipo de publicidad sea distribuido por medio de visitas a las viviendas, las cuales se han programado los primeros 15 días de operación. Se elaborarán 60 brochures mensuales.

- Perifoneo:

Por iniciar operaciones en un servicio que actualmente se ofrece en el mercado objetivo se pretende utilizar este medio para dar a conocer el servicio de forma masiva y que los clientes reconozcan la lavandería Washin Coin y se pretende utilizar este medio solo los fines de semana porque se asume que la mayoría de personas descansan los fines de semana y para que ellos destinen su día libre para otras actividades la lavandería haría el trabajo de lavado de las prendas de vestir. Se pretende que este tipo de actividad permitirá hacer más dinámico dicho servicio.

Se contratará un vehículo para anunciar los beneficios de utilizar los servicios de lavandería de Washing Coin 16 veces por mes.

## Tarjetas de Presentación

Se empleará tarjetas de presentación las cuales serán un buen medio de comunicación, puesto que facilitarán la forma en como podrán ubicar la lavandería.

### Características

Papel Kimberly base 30, con textura.

A 3 colores

Tamaño 8 x 5 cm.

80 unidades mensuales

### Contenido

Nombre del representante del negocio

Cargo que desempeña

Logotipo y slogan

Dirección, e-mail, teléfonos del negocio.

### Distribución

Al igual que los brochures, estos se distribuirán en las visitas que los clientes hagan a las instalaciones de Washing Coin así como también en los centros comerciales y zonas de mayor afluencia de personas.

### Objetivo

El objetivo de los Brochures y las tarjetas de presentación es crear una buena imagen ante los clientes potenciales, e incentivarles a disfrutar de los beneficios de la lavandería al preferir el servicio de Washing Coin.

Artículos Promocionales:

- Globos

Contenido

➤ Logotipo

➤ Slogan

➤ Texto

} Colocado al frente.

“Gracias por preferirnos” → Colocado atrás.

Características

Se utilizarán los colores distintivos de la marca “Negro, Blanco, Azul y Anaranjado”, se colocarán en varitas y pequeñas bases plásticas para atar los globos, ambos serán de color blanco.

Se harán 30 unidades mensuales

Objetivo

Lo que se pretende con los artículos promocionales como bien lo dice su nombre, promocionarse a través de ellos. Ofrecer una imagen de higiene y calidad en el trato de las prendas para los clientes, para poder crear fidelidad al negocio, y poderse posicionar y estimular a la venta.

## Gastos de Promoción

### Cuadro 3

#### Gastos de Promoción Mensual

Articulos	Unidades	\$ por unidad	Tiempo	Total
Hojas Volantes	300	\$ 0,20	de Lunes a Viernes	\$ 60,00
Brochures	60	\$ 0,40	de Lunes a Viernes	\$ 24,00
Tarjetas de Presentación	80	\$ 0,08	Disponible todos los días	\$ 6,40
Globos	30	\$ 0,10	Disponible todos los días	\$ 3,00
Perifoneo	16	\$ 20,00	los Sábados y Domingos	\$ 320,00
<b>Inversión Mensual</b>				<b>\$ 413,40</b>

## 4. PLAN DEL SERVICIO

### 4.1 Proceso del Servicio.

#### 4.1.1 Diseño y Definición de Procesos Alternativos

El proceso de lavado y secado se lleva a cabo mediante una serie de pasos o etapas en la prestación del servicio; para comprender mejor esto, se presenta a continuación dichas etapas:

El recibir las prendas por parte de una persona encargada es el punto de partida, para ello se pesan las prendas a lavar o secar se registra en una hoja de control de prendas recibidas y se le indica al cliente qué maquina utilizar. El peso de las prendas es medible a través de una báscula el cual el peso a determinarse será por libras.

#### 4.1.2 Área de lavado:

Área en la que se encuentran las lavadoras automáticas. En donde la persona realiza los siguientes pasos una vez recibidas sus prendas:

- Programa la lavadora con la temperatura y ciclo de lavado.
- El cliente coloca las monedas.
- La máquinas comienza a llenarse con agua
- El cliente coloca el detergente
- Se coloca la ropa dentro de la lavadora y se cierra la tapa.
- Espera unos minutos y retira húmeda la ropa de la lavadora.

#### 4.1.3 Área de secado

Área en la que se encuentran las secadoras automáticas. En la cual después de haber lavado la ropa puede hacer uso de unos recipientes propiedad de WASHING COIN destinados al uso para el traslado de prendas de lavado a secado ó dobles, luego debe realizar los siguientes pasos para secarla:

- Programa la secadora
- El cliente coloca las monedas
- Coloca la toalla antiestática
- Se coloca la ropa dentro de la secadora y cierra la tapa.
- Espera unos minutos y retira la ropa de la secadora

#### 4.1.4 Área de dobles

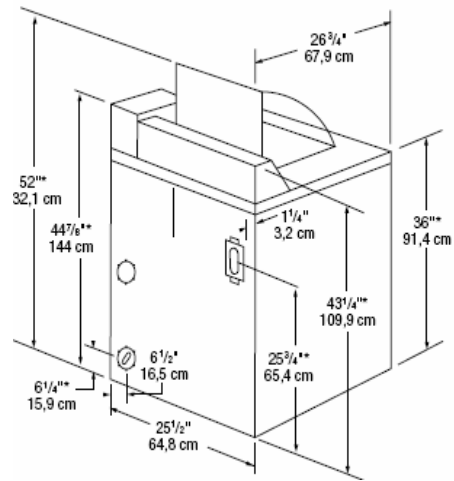
Área en la que se encuentran las mesas para doblar la ropa. La persona después de haber lavado y secado su ropa, el último paso que tiene que hacer es doblar su ropa y retirarse.

## 4.2 Instalaciones de Equipos y Personal

### 4.2.1 Máquina Lavadora



Las dimensiones variarán de acuerdo con el ajuste de los soportes niveladores, agregue ½ pulgadas como mínimo.



Modelo: MAT12CS

Motor: ½ HP, 120 voltios, 60 Hz, monofásico, reversible, termoprotegido. 7. modelo de exportación de 220 voltios, 60 Hz y 240 voltios, 50 Hz.

Capacidad: 2,5 pies cúbicos(0,07 mts. Cúbicos)

Longitud de la manguera de entrada: 4 pies (1,22 mts.)

Longitud de la manguera de desagüe: 4 pies (1,22 mts.)

Utilización aproximada de agua prefijada en fábrica: promedio 6,5 galones (24,6 lts) caliente, 31,5 galones (119,2 lts) en total \* valor ajustable: 29 gl (109,8 lts) en total.

Clasificación eléctrica: 120 voltios, 60 Hz. Modelo de exportación 240 voltios, 50 Hz.

Requisitos del fusible: 15 imperios.

Instalación contra la pared: permite un saliente de 1 ¼ pulgadas (3.2 centímetros) del panel superior

Soportes niveladores: ajustables para niveladores a la lavadora para una adecuada instalación.

Colores: blanco o avellana

Peso aproximado (embalada / desembalada) 224 lbs (102 Kg) / 198 lbs (90 kg)

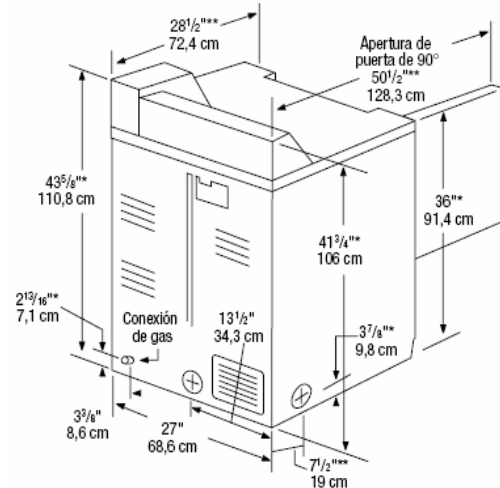
\*Promedio basado en ensayos con una carga de 14 lbs.

## 4.2.2 Máquina Secadora

\* Las dimensiones variarán de acuerdo con el ajuste de los soportes niveladores, agregue ½ pulgadas como mínimo.  
\* \* Incluye ¾ "para la bisagra en la parte posterior de la secadora



Modelo:



MDG16CSDWW

Motor: ¼ HP, 240 voltios (MDE) ó 120 voltios (MDG), 60 Hz, monofásico, termoprotegido contra sobrecarga, de reestablecimiento automático. Modelo de exportación de 240 voltios, 50 Hz y 220 voltios, 60 Hz.

Capacidad: 6,0 pies cúbicos (0,17 mts. Cúbicos)

Velocidad de Rotación: 50+- 1.5 RPM

Lubricación: Permanente – no necesita lubricante.

Flujo de Aire: 220 Pies cúbicos (6,2 metros cúbicos) por minuto. Modelo de exportación de 180 pies cúbicos (5,0 Mts Cúbicos) por minuto.

Escape: Utilice un conducto de cómo mínimo 4 " (10,2 Cm) de diámetro de aluminio rígido o acero galvanizado. Nunca utilice conductos plásticos, no metálicos o combustibles.

Quemador de puerto sencillo: Ignición del quemador eléctrica y automática.

Clasificación de Gas: 24.000 BTU / Horas.

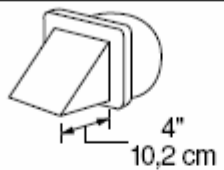
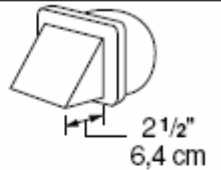
Requisitos de Fusible: 15 Amperios.

Regulador de Presión Automático: La válvula de ajuste automático compensa automáticamente las variaciones en la presión de gas.

Color: Blanco

Soporte Niveladores: Ajustables para nivelar la secadora para lograr la instalación apropiada.

Peso Aproximado (Embalada / Desembalada): 163 Lbs (74 Kg) / 144 Lbs (65 Kg).

LARGO MÁXIMO DEL CONDUCTO DE ESCAPE POR NÚMERO DE CURVAS		
Número de curvas de 90°		
<b>Largo máximo del conducto de metal rígido de 4" de diámetro.</b>		
0	1.981,20 cm. (19,8 m)	59 pies (18 m)
1	1.645,92 cm. (16,5 m)	1.463,04 cm. (14,6 m)
2	1.341,12 cm. (13,4 m)	1.158,24 cm. (11,6 m)
3	1.097,28 cm. (11 m)	914,40 cm. (9,1 m)
4	853,44 cm. (8,5 m)	22 pies (6,7 m)
<b>Largo máximo del conducto metálico flexible amurado de 4" de diámetro.</b>		
0	1.097,28 cm. (11 m)	853,44 cm. (8,5 m)
1	975,36 cm. (9,8 m)	731,52 cm. (7,3 m)
2	853,44 cm. (8,5 m)	20 pies (6.1 m)
3	762,00 cm. (7,6 m)	518,16 cm. (5,2 m)
4	701,04 cm. (7 m)	15 pies (4,6 m)

#### 4.2.2.1 Normas de Calidad

Teniendo en cuenta las exigencias y compromisos que el mercado globalizado impone, se hace necesario tomar los aspectos de calidad necesarios para que el servicio sea de aceptación.

En vista de ello se hará uso de los principales principios y aportes de las Normas ISO 14000, teniendo en cuenta que WASHINGCOIN no busca la certificación ISO, sino proporcionar servicio de calidad.

Por lo tanto, para garantizar aun más la calidad en el servicio las maquinas cuentan con las siguientes características de calidad satisfaciendo uno de los aspectos que los clientes expresaron en la investigación de campo el cual es encontrar una lavandería a base de máquinas automáticas con instalaciones y maquinarias limpias:

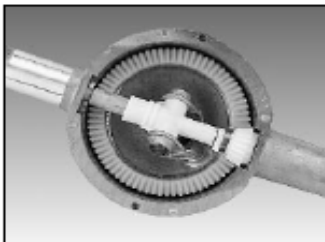


Cubierta superior porcelanizado: Esto proporciona una superficie vidriada lisa que resiste los rayones, permitiendo que las prendas no sufran daños.

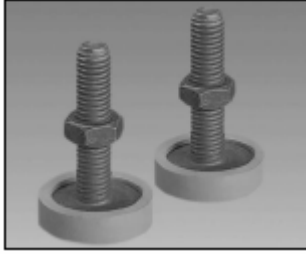
Permite resistir los químicos de lavado lo cual hace que la lavadora se mantenga como nueva durante años haciendo que el cliente perciba limpieza en las máquinas.



Poly-Pump: La bomba está cubierta de polipropileno y diseñada para auto limpiarse que evita el desgaste producido por el detergente la arena y el polvo



Transmisión dependable Drive: Esto permite el fácil mantenimiento de la lavadora permitiendo tener el uso frecuente de la misma.



Soporte niveladores para servicio pesado: tratados para resistir óxido y corrosión, haciendo que la maquinaria se mantenga en buen estado por más tiempo.



Secado rápido y eficiente: Flujo de aire diagonal de 220 pies cúbicos por minuto permitiendo que los clientes obtengan un rendimiento de secado rápido y eficiente por parte del equipo.

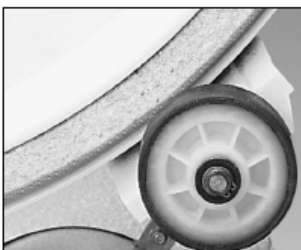


Puerta Reversible de Fácil acceso:

La manija de la puerta esta ubicado en la parte superior para mayor comodidad y la abertura grande hace que el cliente cargue la ropa de manera muy simple.



Filtro de pelusa (Mota) de gran facilidad ) El durable filtro de poliéster de maya fina esta ubicado dentro de la apertura de la puerta para permitir una fácil y conveniente remoción de la pelusa (Mota) facilitando el aseo diario de la maquina.



Suave suspensión del tambor: Cojinetes de lubricación permanente los rodamientos del tambor aseguran año tras año de suave, silencioso y fiable funcionamiento, haciendo un ambiente agradable dentro de las instalaciones.

#### 4.2.2.2 Políticas de Servicio

Para garantizar el buen servicio en el negocio y buscando la satisfacción del cliente y el compromiso por brindar la mejor atención se describe las políticas del servicio en la cual se considera el 1% de los ingresos generados por la venta mensuales detallada como cuenta “Cuenta por retribución de prendas dañadas” en el flujo de efectivo esto que sirva como respaldo para asumir algún compromiso económico por sustitución de prendas al momento en que el cliente esté afectado por daño o imperfección en algunas de sus prendas.

- Compromiso del negocio: en campos visibles dentro del negocio se ubicarán letreros informativos en el cual se describe lo siguiente:

“Para que la empresa se haga responsable por algún daño causado a su prenda después de su ciclo de lavado y/o secado, será necesario: que el encargado del asesoramiento verifique la cantidad de prendas, peso de prendas, ubicación específica de máquina a utilizar y forma de lavar y/o secar su prendas, esto con el fin de garantizar el servicio y el trato brindado a sus prendas.

De lo contrario al no acatar estas indicaciones la empresa no asumirá ningún compromiso por el daño causado a sus prendas”

#### 4.2.3 Determinación de Requerimientos de Costos

##### 4.2.3.1 Insumos, Mano de Obra y otros Requerimientos.

Para conocer la situación de requerimientos de insumos, mano de obra y otros elementos del servicio, es necesario valerse de herramientas como la estandarización, esto se detalla a continuación

##### 4.2.3.2 Materiales

La cantidad de insumos se determinará en los primeros meses de servicio y las proyecciones de venta retomada de la investigación de mercado.

Los requerimientos de insumos se calculan por unidad de maquinaria y se detalle en el cuadro 4:

Cuadro 4

<b>REQUERIMIENTO DE INSUMOS</b>							
<b>LAVADO</b>			<b>TOTAL</b>	<b>SECADO</b>			<b>TOTAL</b>
ENERGIA	AGUA	DETERGENTE		ENERGIA	GAS	TOALLAS ANTIESTATICA	
5,9 W	0,07 MT 3	8 onzas		5,9 W	0,7 LITROS	1 UNIDAD	
PRECIO	PRECIO	PRECIO		PRECIO	PRECIO	PRECIO	
\$0,07	\$0,91	\$0,037		\$0,07	\$0,12	\$0,05	
<b>\$0,42</b>	<b>\$0,06</b>	<b>\$0,30</b>	<b>\$0,72</b>	<b>\$0,42</b>	<b>\$0,08</b>	<b>\$0,05</b>	<b>\$0,55</b>

Los datos referentes al consumo se obtuvieron mediante la respectiva conversión de las unidades. Asimismo, los precios reflejados en la tabla provienen de la información recabada con los proveedores.

#### 4.2.3.3 Maquinaria

La capacidad de ofrecer el servicio dependerá del número y tipos de máquinas a utilizar tanto para las lavadoras y las secadoras se presentan en el cuadro 5.

Cuadro 5

<b>Maquinaria Requerida</b>								
<b>NUMERO DE PRENDAS</b>	<b>PORCENTAJE DE PRENDAS POR FAMILIA</b>	<b>NUMERO DE HABITANTES</b>	<b>NUMERO DE FAMILIAS</b>	<b>TOTAL DE PRENDAS POR PERSONA</b>	<b>NUMERO DE LAVADAS</b>	<b>LAVADORAS REQUERIDAS</b>	<b>NUMERO DE SECADAS</b>	<b>SECADORAS REQUERIDAS</b>
40	0,33	334	88	3519	2160,00	1,63	1710	2,06
30	0,28	284	75	2239	2160,00	1,04	1710	1,31
50	0,2	203	53	2666	2160,00	1,23	1710	1,56
20	0,05	51	13	267	2160,00	0,12	1710	0,16
60	0,04	41	11	640	2160,00	0,30	1710	0,37
70	0,04	41	11	746	2160,00	0,35	1710	0,44
90	0,03	30	8	720	2160,00	0,33	1710	0,42
100	0,01	10	3	267	2160,00	0,12	1710	0,16
<b>Total de Maquinaria</b>						<b>5</b>		<b>7</b>

#### 4.2.4 Mano de Obra

La mano de obra requerida para iniciar operaciones del negocio es de dos personas los cuales estarán distribuidos en dos jornadas de ocho horas cada uno.

##### 4.2.4.1 Grado de Habilidad Requerida

Para ello se hace uso del siguiente formato:

### DESCRIPCIÓN DE PUESTO

TITULO DEL PUESTO: Asesor de Lavado y Secado

JEFE INMEDIATO: Encargado de Negocio

PUESTOS QUE SUPERVISA: Ninguno

#### RESUMEN DEL PUESTO:

Realiza las labores de ayuda y asesoría ya sea para el uso de las máquinas tanto de lavado y secado, así como asesoría para el uso de insumos pertinentes para la aplicación de las prendas.

#### FUNCIONES Y HABILIDADES:

- 1- Verificar el peso y número correcto de prendas a depositar en su respectiva máquina.
- 2- Supervisar que los clientes estén debidamente informados del uso de las maquinarias.
- 3- Verificar al final de cada proceso la cantidad de ropa tanto lavada como secada.
- 4- Informar de manera oportuna al encargado del negocio algún defecto que la maquinaria refleje.
- 5- Auxiliar de manera eficiente a cada uno de los clientes cuando estos soliciten asesoría para uso de maquinaria y/o insumos.
- 6- Mantener el ordenamiento en el lugar de trabajo.
- 7- Supervisar el buen uso y cuidado de la maquinaria por parte de los clientes hacia los equipos disponibles en el negocio.
- 8- Conocimiento básico de manejo de prendas para lavado y secado
- 9- Habilidades en la selección y manejo de prendas en diferentes tipos y volúmenes
- 10- Conocimientos básicos contables, manejo de libro diario.
- 11- Conocimientos básicos en la prevención de accidentes laborales. (incendio, fuga de gas, inundación)

#### 4.2.4.2 Cantidad de Turnos de Trabajo

La cantidad de turnos de trabajo dentro del negocio ha sido considerado de acuerdo a lo que establece la ley de acuerdo al ministerio de trabajo y las normas laborales a saber:

Duración máxima de la jornada de trabajo.

- Jornada ordinaria diurna: No puede ser mayor a 8 horas por día, ni 44 horas semanales.
- Jornada ordinaria nocturna: No puede ser mayor de 7 horas diarias, ni 39 semanales.

En todo caso, entre la terminación de una jornada, sea ordinaria o extraordinaria, el inicio de la siguiente deben transcurrir por lo menos ocho horas, por ello para cumplir con los horarios de servicios se contratarán dos personas, quienes se relevarán los turnos, así un empleado iniciará a laborar a las 6:00 a. m. y terminará su jornada de 8 horas a las 2:00 p. m., inmediatamente será relevada por otra empleado quien iniciara sus labores a esa hora y terminará su jornada de 8 horas a las 10:00 p. m. siguiendo este ejercicio cada día y rotando por semanas a los empleados entre el primer y segundo turno.

Descansos dentro de la jornada.

Cuando la jornada no fuere dividida, en el horario de trabajo deberán señalarse las pausas para que, dentro de la misma, los trabajadores puedan tomar sus alimentos y descansar. Esta pausa ha sido considerada en un receso de media hora a una hora.

El negocio ha considerado el siguiente horario de 6:00am a 8:00 p. m. con una hora de almuerzo o cena respectivamente.

De la misma manera se pueden obtener demás estándares de personal requerido. Vale la pena mencionar que en el caso de las personas requeridas. De igual forma habrá que agregar los puestos relacionados con la administración del negocio y otras actividades semejantes.

Con ello se planea cumplir con las expectativas de ventas, sin embargo una posterior evaluación puede dar la necesidad de realizar sub-contrataciones, reducciones y ampliación de personal, etc.

#### 4.2.4.3 Costo de Personal para el Servicio

Tomando en cuenta el salario mensual el cual es de \$180.00 mensuales por empleado. A continuación detallamos los gastos de mano de obra.

Costo de Mano de obra:

Lavadora

Precio por hora / hombre : \$1.04

% de lavadoras: 42%

Número de máquinas: 5 unidades.

Precio por lavado: (precio hora hombre X % de lavadoras) / número de máquinas lavadoras.

Costo por lavado:  $(1.04 \times 42\%) / 5$

Costo por lavado: \$0.05

Secadora

Precio por hora / hombre: \$1.04

% de secadora: 58%

Número de máquinas: 7 unidades.

Precio por lavado: (precio hora hombre X % de lavadoras) / número de máquinas lavadoras.

Costo por lavado:  $(1.04 \times 58\%) / 7$

Costo por lavado: \$0.06

#### 4.2.4.4 Contrato de trabajo

Las características del contrato de trabajo será por tiempo indefinido de duración, teniendo obligaciones y responsabilidades que cumplir ambas partes en base al código de trabajo. Teniendo el siguiente formato.

### CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

**FOTO**

Nombre y Apellido según  
DUI \_\_\_\_\_

Fecha de Nacimiento \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_ Sexo \_\_\_\_\_

Estado Civil \_\_\_\_\_ Profesión u  
Oficio \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Nacionalidad \_\_\_\_\_ Numero de  
D.U.I. \_\_\_\_\_

Expedido en \_\_\_\_\_ Fecha de  
Expedición \_\_\_\_\_

Numero de NIT \_\_\_\_\_ Teléfonos de Residencia  
\_\_\_\_\_

Nombre del Padre  
Dirección \_\_\_\_\_

Nombre de la Madre Dirección  
\_\_\_\_\_

Nombre de la  
Esposa/o \_\_\_\_\_

Nombre y apellido de personas que dependen de  
usted \_\_\_\_\_

Si tiene familiares entre nuestros empleados de su nombre y  
parentesco \_\_\_\_\_

### NIVEL EDUCATIVO

Centro de enseñanza	Lugar	Desde año	Hasta año	Título que obtuvo

Cursos de estudios adicionales

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### EXPERIENCIA LABORAL DE ULTIMO EMPLEO

Fecha de

Ingreso \_\_\_\_\_

Nombre de la

empresa \_\_\_\_\_

Dirección y

Telefono \_\_\_\_\_

Nombre de jefe

Inmediato \_\_\_\_\_

Cargo que

desempeñaba \_\_\_\_\_

Motivo y Fecha de

Renuncia \_\_\_\_\_

Adjunto Carta de recomendación de empleo anterior.

### CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Acordamos entregar el presente contrato individual de trabajo sujeto a las siguientes cláusulas:

- 1) El trabajador se obliga a prestar sus servicios subordinados en calidad de :

- 2) El presente trabajo se celebra por tiempo :
- 3) Se hace constar que el trabajador(a) comenzó a laborar el día :  
Fecha desde la cual el trabajador presta servicios al patrono sin que la relación laboral  
Se haya disuelto .Queda estipulado para trabajadores de nuevo ingreso que los primeros  
Treinta días será de prueba y dentro de ese termino cualquiera de las partes podrá  
dar por  
Terminado el contrato ,sin expresión de causa ni responsabilidad alguna.
- 4) El trabajador(a) se obliga a prestar sus servicios en la dirección :
- 5) La empresa no proporciona alojamiento al trabajador(a):
- 6) Horario de trabajo :
- 7) El trabajador(a)se obliga indistintamente según lo disponga la empresa en  
cualquiera de los horarios establecidos en el reglamento interno de trabajo para el  
cargo de que se trate y conviene también cambiar de horario cuando la empresa se  
lo indique ,bastando un nota escrita por esta para cambiar el horario que  
regularmente le señálese la sociedad al inicio de la presentación del servicio.
- 8) El trabajador(a) se obliga a desempeñar las labores de su cargo y especialmente a :
- 9) El salario se estipula de la siguiente forma :
- 10)El salario se pagara en el lugar donde el trabajador(a) presta sus servicios:

11) Las empresa proporcionara al trabajador(a) equipo , herramienta, materiales , etc. Cuando lo necesite para ejecutar con la debida precisión el trabajo , todos los cuales se le entreguen en buen estado y deberán ser devueltos en las mismas condiciones cuando lo solicite el supervisor inmediato ,salvo la reducción ,deterioro o destrucción causado por caso fortuito o fuerza mayor ,o por la acción de tiempo y uso normal.

12) Trabajador(a) declara que bajo su dependencia económica se encuentran las siguientes personas :

13) El día descanso semanal será determinado por la empresa de acuerdo a las necesidades del trabajo ,procurando que sea siempre el mismo día de la semana ,aunque no concuerde con el día de descanso de los demás trabajadores .En caso necesario ,la empresa podrá cambiar el día de descanso que anteriormente hubiera asignado al trabajador(a).

En fe de lo convenido, firmamos el presente contrato el diecisiete del mes de febrero del año dos mil seis.

---

Representante Patronal

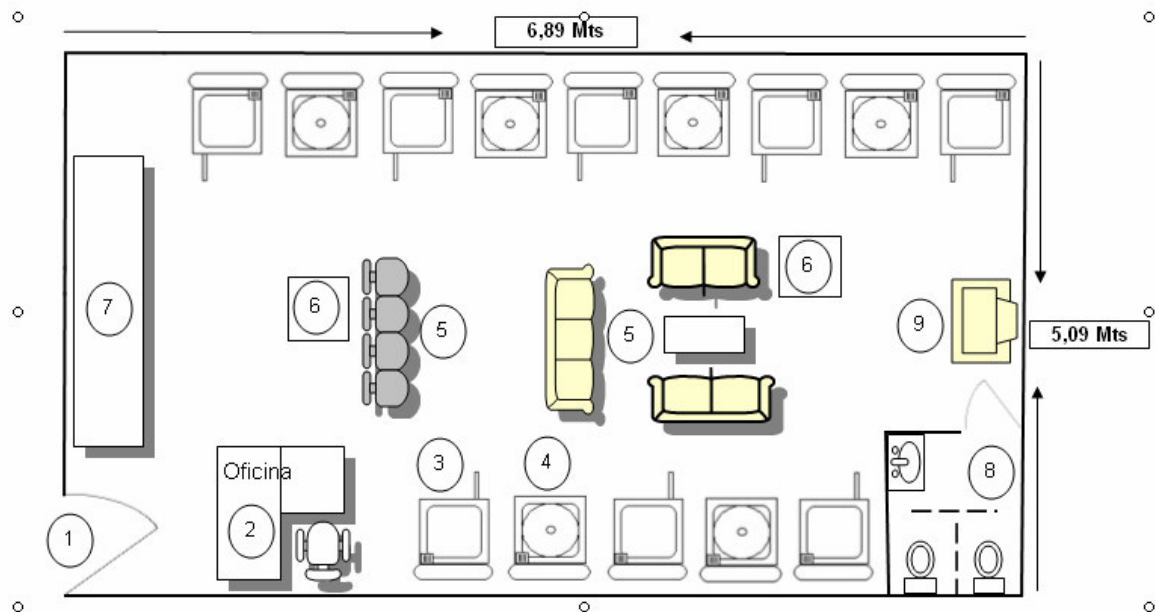
---

Trabajador

#### 4.5 Capacidad del Servicio (LAYOUT)

Para comprender mejor la distribución de la planta para el servicio de lavandería, se presenta a continuación en la figura 1:

Figura 1



#### Explicación del Diagrama de Distribución en planta

1. 1. Entrada / Salida
2. 2. Recepción
3. 3. Lavadora Automática
4. 4. Secadora Automática
5. 5. Sala de Espera
6. 6. Estante de Cesta de Piezas
7. 7. Mesa de Doblado
8. 8. Sanitarios
9. 9. Entretenimiento

#### 4.5.1 Localización de la Planta

Para llevar a cabo el proceso de selección de la planta se hace uso del siguiente cuadro de evaluación:

Cuadro 5

	Ubicación	Frecuencia	Porcentaje
1	Centro Comercial Zacamil	121	53%
2	Calle Zacamil	14	6%
3	Plaza Metrópolis	14	6%
4	Colonia San Antonio	11	5%
5	Frente a Cond. Zacamil	9	4%
6	No Sabe / No Ocuparía	9	4%
7	Condominio Magisterial	11	5%
8	Por Escuela Rep. de Perú	7	3%
9	Por El Mercado	7	3%
10	Calle a Ayutuxtepeque	5	2%
11	Metrópolis	9	4%
12	Por la Unidad de Salud	12	5%
	<b>Total</b>	<b>230</b>	<b>100%</b>

Cuadro 6

#### CUADRO DE PONDERACIÓN PARA LA SELECCIÓN DEL LUGAR

Factor	Peso %	Calificación			Ponderación		
		CC. Zacamil	Cle. Zacamil	Plaza Metrópolis	CC. Zacamil	Cle. Zacamil	Plaza Metrópolis
1	0,2	9	7	9	1,80	1,40	1,80
2	0,2	9	7	8	1,80	1,40	1,60
3	0,1	7	5	8	0,70	0,50	0,80
4	0,15	8	8	8	1,20	1,20	1,20
5	0,15	8	6	6	1,20	0,90	0,90
6	0,1	6	6	5	0,60	0,60	0,50
7	0,1	7	8	5	0,70	0,80	0,50
<b>Total</b>	<b>1,00</b>				<b>8,00</b>	<b>6,80</b>	<b>7,30</b>

Factores considerados :

1. Cercanía de Centros de Consumo
2. Disponibilidad de Insumos

3. Infraestructura Industrial
4. Vías de Accesibilidad
5. Tamaño de Planta
6. Acceso Mano de Obra
7. Costo de Local

Se realizó por medio de un método cualitativo en el cual se retomaron tres lugares de acuerdo a la muestra que se hizo en la etapa de mercado que era dentro de la colonia Zacamil del municipio de Mejicanos, los cuales fueron: Centro Comercial Zacamil, Calle Zacamil, Centro Comercial Metrópolis. Como se observa en la tabla, el Centro Comercial Zacamil cuenta con una puntuación mayor, esto gracias a la incidencia de factores como:

- La ubicación estratégica debido al grado de comercio y flujo de personas.
- Por ser un centro comercial estos cuenta con los insumos necesarios como lo son agua, energía eléctrica y gas.
- Fácil acceso.
- Tamaño de la planta adecuada para la distribución de las diferentes áreas que conforman el negocio.
- Se cuenta con buena disponibilidad de mano de obra.

Estos datos se pueden observar en la siguiente figura, en donde se señala la ubicación geográfica de la colonia Zacamil y su cercanía con los diferentes puntos del departamento de San Salvador.

Figura 2



#### 4.5.2 Gastos Indirectos

Los gastos indirectos están constituidos por una serie de aspectos que a continuación se presentaran.

Cuadro 7

GASTOS INDIRECTOS		
CONCEPTO	LAVADA	SECADA
ALQUILER	\$0,07	\$0,09
CABLE	\$0,00	\$0,00
AGUA	\$0,00	\$0,00
ENERGIA	\$0,00	\$0,00
TOTAL	\$0,08	\$0,10

## 4.6 Proveedores

Toda vez que se ha efectuado sus estudios de mercado con los objetivos y las metas fijadas y determinado la demanda a cubrir se presenta el presupuesto para determinar la posibilidad de cubrir con los requerimientos para la prestación del servicio.

Los planes de ventas, comercialización y prestación del servicio deben estar coordinados para lograr una combinación adecuada.

Los proveedores principales son los siguientes:

- ANDA
- CAESS
- Price Smart

### 4.6.1 Evaluación y Selección de Insumos

Los insumos directos e indirectos utilizados en la prestación del servicio (lavandería a base de máquinas automática) deben cumplir con ciertas normas de calidad por parte de los proveedores, entre las cuales se mencionan:

- El servicio de agua potable debe ser en su mayoría en horario matutino y vespertino .Teniendo en cuenta que este servicio es variable en nuestro país se tendrán cisternas si en algún momento llega a faltar el agua.
- El servicio de energía eléctrica debe ser 24 horas al día
- El gas debe de abastecerse dos días antes de que se termine.

Los proveedores que pueda cumplir con estas exigencias, serán los encargados de mantener a la empresa con los insumos necesarios para la prestación del servicio.

## 5. PLAN DE ORGANIZACIÓN

### 5.1 Socios y Formas de constitución de la empresa

#### 5.1.1 Socios

La lavandería “ WHASHING COIN” estará constituida por 3 socios<sup>2</sup> ; en el que aportaran la cantidad de \$ 5001.96 de Estados Unidos de Norteamérica cada uno los cuales serán pagaderos en acciones con un valor nominal de \$ 11.42, es decir cada uno obtendrá la cantidad de 438 acciones.

#### 5.1.1 Forma de constitución de la empresa

La lavandería “WHASHING COIN” se constituirá como sociedad anónima por tener un capital mayor de \$2285.71, tomando en cuenta también los siguientes aspectos legales:

- Que se pague en dinero efectivo, cuando menos, el veinticinco por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario.
- Que se satisfaga íntegramente el valor de cada acción, cuando su pago haya de efectuarse en todo o en parte, con bienes distintos del dinero.

En todo caso, deberá estar íntegramente pagada una cantidad igual a la cuarta parte del capital de fundación.

---

<sup>2</sup> Ver apartado 1.3

La sociedad anónima se constituirá bajo denominación, la cual se formará libremente sin más limitación que la de ser distinta de la de cualquiera otra sociedad existente e irá inmediatamente seguida de las palabras: "Sociedad Anónima", o de su abreviatura: "S.A.". La omisión de este requisito acarrea responsabilidad ilimitada y solidaria para los accionistas y los administradores.

La sociedad anónima se constituirá por escritura pública, que se otorgará sin más trámites.

La escritura constitutiva de la sociedad anónima deberá expresar:

I- Nombre, edad, ocupación, Nacionalidad y domicilio de las personas naturales; y nombre, naturaleza, nacionalidad y domicilio de las personas jurídicas, que integran la sociedad.

II- Domicilio de la sociedad Que se constituye.

III- Naturaleza.

IV- Finalidad.

V- Razón social o denominacion, según el caso.

VI- Duración o declaración expresa de constituirse por tiempo indeterminado.

VII- Importe del capital social; cuando el capital sea variable se indicará el Mínimo.

VIII- Expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes, y el valor atribuido a éstos.

IX- Régimen de administracion de la sociedad, con expresión de los nombres, facultades y obligaciones de los organismos respectivos.

X- Manera de hacer distribución de utilidades y, en su caso, la aplicación de pérdidas, entre los socios.

XI- Modo de constituir reservas.

XII- Bases para practicar la liquidación de la sociedad; manera de elegir liquidadores cuando no fueren nombrados en el instrumento y atribuciones y obligaciones de éstos.

XIII- La suscripción de las acciones, con indicación del monto que se haya pagado del capital.

XIV- La manera y plazo en que deberá pagarse la parte insoluta del capital suscrito.

XV- El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social.

XVI- En su caso, la determinación de los derechos, prerrogativas y limitaciones en materia de acciones preferidas.

XVII- Todo lo relativo a otros títulos de participación, si se pacta la existencia de ellos.

XVIII- La facultad de los accionistas para suscribir cualesquiera aportaciones suplementarias o aumentos de capital.

XIX- La forma en que deban elegirse las personas que habrán de ejercer la administración y la auditoría, el tiempo que deban durar en sus funciones y la manera de proveer las vacantes.

XX- Los plazos y forma de convocatoria y celebración de las juntas generales ordinarias; y los casos y el modo de convocar y celebrar las extraordinarias.

Todas las acciones deben quedar suscritas dentro del término de un año, contado desde la fecha del depósito del programa, a no ser que en éste se fije un plazo menor. Si vencido el plazo fijado en el programa, el capital social no fuere íntegramente suscrito, o por cualquier motivo no se llegare a constituir la sociedad, los suscriptores quedarán desligados de su obligación y las instituciones bancarias deberán devolver las cantidades que hubieren depositado.

Suscrito el capital social y hechas las exhibiciones legales, los fundadores, dentro de un plazo de quince días, publicarán la convocatoria para la reunión de la junta general constitutiva de la manera prevista en el programa.

La junta general constitutiva se hará constar en acta notarial y se iniciará con la elección de un presidente y de un secretario para la sesión, y tendrá por objeto:

I- Comprobar que se han satisfecho todos los requisitos que exige la ley y los enumerados en el programa.

II- Comprobar la existencia de la primera exhibición del capital prevenida en el proyecto.

III- Examinar, y en su caso aprobar, el avalúo de los bienes distintos del dinero que uno o más socios se hubiesen obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a voto en lo que se refiere a la aceptación del valúo de sus aportaciones en especie. Todo sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 196 de este Código.

IV- Decidir acerca de la participación que los fundadores se hubiesen reservado en las utilidades.

V- Hacer la elección de los administradores y del auditor que hayan de funcionar durante el plazo señalado por la escritura, con designación de quiénes de los primeros han de usar la firma social.

VI- Aprobar el proyecto de la escritura de constitución de la sociedad y disponer su protocolización designando a las personas que deban otorgar el instrumento ante Notario, a nombre de los accionistas.

Para la amortización de acciones con utilidades repartibles, cuando el contrato social lo autorice, se observarán las siguientes reglas:

I- La amortización deberá ser decretada por la junta general, previa la formulación de un balance, para determinar el valor real de las acciones.

II- Sólo podrán amortizarse acciones íntegramente pagadas.

III- La adquisición de acciones para amortizarlas se hará por medio de una institución bancaria; pero si el acuerdo de la junta general fijare el precio, determinado según el balance, las acciones amortizadas se designarán por sorteo, en el que participarán las de todas las series. En el sorteo intervendrá un representante de la Oficina que ejerza la vigilancia del Estado, se dejará constancia de todo lo actuado en un acta notarial y se publicará el resultado.

IV- Los títulos de acciones amortizadas quedarán anulados, y en su lugar, podrán emitirse certificados de goce, cuando así lo prevenga expresamente la escritura social. En este caso, las acciones podrán ser amortizadas por su valor nominal.

V- La sociedad conservará a disposición de los tenedores de las acciones amortizadas, por el término de cinco años contados a partir de la fecha de la publicación a que se refiere el ordinal III, el precio de las acciones sorteadas y, en su caso, los certificados de goce. Si vencido este plazo no se hubieren presentado los tenedores de las acciones amortizadas a recoger su precio y los certificados de goce, aquél se aplicará a la sociedad y éstos quedarán anulados.

La junta general formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la sociedad.

Las facultades que la ley o el pacto social no atribuyan a otro órgano de la sociedad, serán de la competencia de la junta general.

La junta general ordinaria se reunirá por lo menos una vez al año, dentro de los cinco meses que sigan a la clausura del ejercicio social y conocerá, además de los asuntos incluidos en la agenda, de los siguientes:

I- La memoria de la Junta Directiva, el balance general, el estado de pérdidas y ganancias y el informe del auditor, a fin de aprobar o improbar los tres primeros y tomar las medidas que juzgue oportunas.

II- El nombramiento y remoción de los administradores y del auditor, en su caso.

III- Los emolumentos correspondientes a los administradores y al auditor, cuando no hayan sido fijados en el pacto social.

IV- La distribución de las utilidades.

Son juntas generales extraordinarias, las que se reúnen para tratar cualquiera de los siguientes asuntos:

I- Modificación del pacto social.

II- Emisión de obligaciones negociables o bonos.

III- Amortización de acciones con recursos de la propia sociedad y emisión de certificados de goce.

IV- Los demás asuntos que de conformidad con la ley o el pacto social, deban ser conocidos en junta general extraordinaria.

## 6. PLAN DE FINANCIACION

### 6.1 Plan de inversiones

#### 6.1.1 Capital de los socios

Los socios aportaran la cantidad de \$15,005.88 de Estados Unidos de Norteamérica, los cuales se pagara con el 70% de la utilidad después de impuesto y repartidas según el porcentaje de cada uno en el capital social. El otro 30% de la utilidad después de impuesto será destinada a utilidades retenidas para realizar nuevas inversiones.

#### 6.1.2 Préstamo

Se considera un prestamo por \$5000 los cuales se pagaran con una tasa de interes del 11% a 5 años plazo; obteniendo la siguiente tabla de amortización:

#### Cuadro 8

#### Préstamo 5000 pagadero a cinco cuotas iguales al 11% efectivo anual

Valor cuota: \$ 1.352,85

#### Tabla de Amortización

Periodo	Saldo Inicial	Interes	Abono a Capital	Cuota	Saldo Final	Interés
0					\$ 5.000	11%
1	\$ 5.000	\$ 550	\$ 803	\$ 1.353	\$ 4.197	11%
2	\$ 4.197	\$ 462	\$ 891	\$ 1.353	\$ 3.306	11%
3	\$ 3.306	\$ 364	\$ 989	\$ 1.353	\$ 2.317	11%
4	\$ 2.317	\$ 255	\$ 1.098	\$ 1.353	\$ 1.219	11%
5	\$ 1.219	\$ 134	\$ 1.219	\$ 1.353	\$ 0	11%

### 6.1.3 Compra de maquinaria.

Compra de maquinaria: Se comprarán 5 lavadoras a un precio de \$ 1377c/u y 7 secadoras a un precio de \$ 1105 depreciables en cinco años, en base a ley bajo el método lineal. Además se espera que con el crecimiento de las ventas en el año 3 se compre una secadora y una lavadora adicional, en el año 4 se comprarán 2 secadoras y dos lavadoras adicionales y en el último año se estima adquirir una lavadora y una secadora adicionales. A continuación se presenta el cuadro de depreciación para cada tipo de maquinaria.

Cuadro 9 y 10

**El Costo de la maquina lavadora es de \$1376 con una depreciacion a cinco años con el metodo lineal**

Valor cuota: \$ 275

**Tabla de Depreciacion maquina lavadora**

año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 1.377	0%
1	\$ 1.377	\$ 275	\$ 1.102	\$ 275
2	\$ 1.102	\$ 275	\$ 826	\$ 551
3	\$ 826	\$ 275	\$ 551	\$ 826
4	\$ 551	\$ 275	\$ 275	\$ 1.102
5	\$ 275	\$ 275	\$ 0	\$ 1.377

**El Costo de la maquina secadora es de \$1104,73 con una depreciacion a cinco años con el metodo lineal**

Valor cuota: \$ 221

**Tabla de Depreciacion maquina Secadora**

año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 1.105	0%
1	\$ 1.105	\$ 221	\$ 884	\$ 221
2	\$ 884	\$ 221	\$ 663	\$ 442
3	\$ 663	\$ 221	\$ 442	\$ 663
4	\$ 442	\$ 221	\$ 221	\$ 884
5	\$ 221	\$ 221	\$ 0	\$ 1.105

#### 6.1.4 Compra de mobiliario y equipo

Para la comodidad de nuestro clientes se contara un juego de sala, un televisor, un DVD, un soporte de televisor para pared, dos mesas de 1 mt2, canastas para ropa, una mesa para dobles de ropa, un escritorio, una computadora, una silla para oficina, un teléfono, equipo de limpieza para local, equipo de limpieza para las maquinas y estante para colocar el detergente, equipo para baño. Además un estante para golosinas y un dispensador de bebidas

Colocándose los gastos destinados para cada rubro antes detallado en el párrafo anterior en el cuadro 11:

Cuadro 11

Concepto	Unidades	Precio	Total año 0	total año 1	total año 2	total año 3	total año 4	total año 5
Juego de sala	1	600	600					
Televisor	1	200	200					
DVD	1	60	60					
Soporte de pared para televisor	1	60	60					
Dispensador de ropa	1	60	60					
Canastas para ropa	10	6	60	18	18	18	18	18
Mesa para doblar ropa	1	155	155					
Escritorio	1	100	100					
Computadora	1	400	400					
Silla para oficina	1	80	80					
Estante	1	200	200					
Estante para golosinas	1	30	30					
Total Anual			2005	18	18	18	18	18

Tomando en cuenta que cada uno se depreciara bajo el método de línea recta en un año, se presentan a continuación los cuadros de depreciación:

- Juego de sala

Cuadro 12

El Costo del juego de sala es de \$600 con una depreciacion a un año con el metodo lineal				
Valor cuota:		\$ 600		
Tabla de Depreciacion				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 600	0%
1	\$ 600	\$ 600	\$ 0	\$ 600

- Televisor

Cuadro 13

El Costo del televisor es de \$200 con una depreciacion a un año con el metodo lineal				
Valor cuota:		\$ 200		
Tabla de Depreciacion				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 200	0%
1	\$ 200	\$ 200	\$ 0	\$ 200

- Dvd

Cuadro 14

El Costo del DVD es de \$60 con una depreciacion a un año con el metodo lineal				
Valor cuota:		\$ 60		
Tabla de Depreciacion				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 60	0%
1	\$ 60	\$ 60	\$ 0	\$ 60

- Soporte de pared para televisor

Cuadro 15

El Costo del soporte de pared para televisor es de \$60 con una depreciacion a un año con el metodo lineal				
Valor cuota:		\$ 60		
Tabla de Depreciacion				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 60	0%
1	\$ 60	\$ 60	\$ 0	\$ 60

- Dispensador de ropa

Cuadro 16

<b>El Costo del dispensador de ropa es de \$60 con una depreciacion a un año con el metodo lineal</b>				
<b>Valor cuota:</b>		<b>\$ 60</b>		
<b>Tabla de Depreciacion</b>				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 60	0%
1	\$ 60	\$ 60	\$ 0	\$ 60

- Canasta de ropa

Cuadro 17

<b>El Costo del canastas para ropa es de \$6 con una depreciacion a un año con el metodo lineal</b>				
<b>Valor cuota:</b>		<b>\$ 6</b>		
<b>Tabla de Depreciacion</b>				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 6	0%
1	\$ 6	\$ 6	\$ 0	\$ 6

- Mesa para doblar

Cuadro 18

<b>El Costo del mesa para doblar es de \$155 con una depreciacion a un año con el metodo lineal</b>				
<b>Valor cuota:</b>		<b>\$ 155</b>		
<b>Tabla de Depreciacion</b>				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 155	0%
1	\$ 155	\$ 155	\$ 0	\$ 155

- Escritorio

Cuadro 19

El Costo del escritorio es de \$100 con una depreciacion a un año con el metodo lineal				
Valor cuota:		\$ 100		
Tabla de Depreciacion				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 100	0%
1	\$ 100	\$ 100	\$ 0	\$ 100

- Computadora

Cuadro 20

El Costo de la computadora es de \$400 con una depreciacion a un año con el metodo lineal				
Valor cuota:		\$ 400		
Tabla de Depreciacion				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 400	0%
1	\$ 400	\$ 400	\$ 0	\$ 400

- Silla para oficina

Cuadro 19

El Costo de la silla para oficina es de \$80 con una depreciacion a un año con el metodo lineal				
Valor cuota:		\$ 80		
Tabla de Depreciacion				
año	Saldo Inicial	depreciacion anual	Saldo Final	depreciacion acumulada
0			\$ 80	0%
1	\$ 80	\$ 80	\$ 0	\$ 80

- Estante para detergentes y toallas antiestáticas

Cuadro 20

El Costo del estante para detergentes y toallas antiestáticas es de \$200 con una depreciación a un año con el método lineal

Valor cuota: \$ 200

Tabla de Depreciación

año	Saldo Inicial	depreciación anual	Saldo Final	depreciación acumulada
0			\$ 200	0%
1	\$ 200	\$ 200	\$ 0	\$ 200

- Estante para golosinas

Cuadro 21

El Costo del estante para golosinas es de \$30 con una depreciación a un año con el método lineal

Valor cuota: \$ 30

Tabla de Depreciación

año	Saldo Inicial	depreciación anual	Saldo Final	depreciación acumulada
0			\$ 30	0%
1	\$ 30	\$ 30	\$ 0	\$ 30

### 6.1.5 Gastos de promoción

Los gastos de promoción comprenden \$5000<sup>3</sup> para el primer año

<sup>3</sup> Ver cuadro 3

## 6.2 Flujo de efectivo, Flujo de caja

Cuadro 22

### FLUJO DE EFECTIVO PRO FORMA WASHING COIN PARA UN PERIODO DE CINCO AÑOS

<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ingresos Operativos</b>						
Ingresos reales (100% de las ventas totales)		\$ 42.969	\$ 45.117	\$ 47.373	\$ 49.742	\$ 52.229
Cartera causada		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Cartera Recuperada (En Enero del Siguiete año)			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Total Ingresos Operativos</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 42.969</b>	<b>\$ 45.117</b>	<b>\$ 47.373</b>	<b>\$ 49.742</b>	<b>\$ 52.229</b>
<b>Egresos Operativos</b>						
Proveedores (contado del costo de ventas)		\$ 22.344	\$ 23.461	\$ 24.634	\$ 25.866	\$ 27.159
Cuentas por retribucion de prendas dañadas		\$ 430	\$ 451	\$ 474	\$ 497	\$ 522
<b>Total egresos proveedores</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 22.774</b>	<b>\$ 23.461</b>	<b>\$ 24.634</b>	<b>\$ 25.866</b>	<b>\$ 27.159</b>
Pago salario		\$ 4.320	\$ 4.320	\$ 6.480	\$ 6.480	\$ 6.480
Gastos de promocion		\$ 5.000	\$ 4.500	\$ 4.000	\$ 3.500	\$ 3.250
Prestaciones (el 20% de los gastos de administración y ventas y se pagan en Enero del siguiente año)			\$ 3.571	\$ 4.715	\$ 3.732	\$ 4.943
<b>Total Gastos de Administración y ventas</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 9.320</b>	<b>\$ 12.391</b>	<b>\$ 15.195</b>	<b>\$ 13.712</b>	<b>\$ 14.673</b>
<b>Total Egresos Operativos</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 32.094</b>	<b>\$ 35.852</b>	<b>\$ 39.829</b>	<b>\$ 39.578</b>	<b>\$ 41.832</b>
<b>Flujo de Caja Neto de la Operación</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 10.875</b>	<b>\$ 9.266</b>	<b>\$ 7.544</b>	<b>\$ 10.164</b>	<b>\$ 10.397</b>
<b>Egresos No Operativos</b>						
Compra de Activos	\$ 14.620			\$ 2.481	\$ 4.961	\$ 2.481
Mobiliario y equipo	\$ 2.005	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18
<b>Total Egresos No Operativos</b>	<b>\$ 16.625</b>	<b>\$ 18</b>	<b>\$ 18</b>	<b>\$ 2.499</b>	<b>\$ 4.979</b>	<b>\$ 2.499</b>
<b>Flujo de caja operación</b>	<b>-\$ 16.625</b>	<b>\$ 10.857</b>	<b>\$ 9.248</b>	<b>\$ 5.045</b>	<b>\$ 5.185</b>	<b>\$ 7.899</b>
<b>Ingresos Financieros</b>						
Aportes Socios	\$ 15.006					
Creditos Obtenidos	\$ 5.000					
<b>Egresos Financieros</b>						
Pago Intereses		\$ 550	\$ 462	\$ 364	\$ 255	\$ 1.098
Pago Abono a capital		\$ 803	\$ 891	\$ 989	\$ 1.098	\$ 1.353
Utilidades Repartidas 70% (Enero del Siguiete Año)			\$ 1.184	\$ 2.477	\$ 2.741	\$ 2.762
<b>Total Financiero (Ingresos-Egresos)</b>	<b>\$ 20.006</b>	<b>-\$ 1.353</b>	<b>-\$ 2.537</b>	<b>-\$ 3.830</b>	<b>-\$ 4.094</b>	<b>-\$ 5.213</b>
Impuesto a la Renta (Enero del Siguiete año)			\$ 564	\$ 1.179	\$ 1.305	\$ 1.315
<b>Total Egresos Impuestos</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>-\$ 564</b>	<b>-\$ 1.179</b>	<b>-\$ 1.305</b>	<b>-\$ 1.315</b>
<b>Caja del Periodo después de Impuestos</b>	<b>\$ 3.381</b>	<b>\$ 9.505</b>	<b>\$ 6.147</b>	<b>\$ 36</b>	<b>-\$ 215</b>	<b>\$ 1.371</b>
<b>Caja inicial</b>	<b>0</b>	<b>\$ 3.381</b>	<b>\$ 12.885</b>	<b>\$ 19.032</b>	<b>\$ 19.069</b>	<b>\$ 18.854</b>
<b>Caja Neta Acumulada después de impuestos</b>	<b>\$ 3.381</b>	<b>\$ 12.885</b>	<b>\$ 19.032</b>	<b>\$ 19.069</b>	<b>\$ 18.854</b>	<b>\$ 20.225</b>

Cuadro 23

**FLUJO DE CAJA PRO FORMA**  
**WASHING COIN**  
**PARA UN PERIODO DE CINCO AÑOS**

FCL		0	1	2	3	4	5
Saldo final (Caja y bancos del 4 año menos pasivo corriente mas cuentas por cobrar)	+						\$ 11.285
Prestamos bancarios	-	\$ 5.000					
Amortizacion de prestamos	+		\$ 803	\$ 891	\$ 989	\$ 1.098	\$ 1.353
Pago de intereses	+		\$ 550	\$ 462	\$ 364	\$ 255	\$ 1.098
Ahorro en impuestos por intereses	-		\$ 138	\$ 115	\$ 91	\$ 64	\$ 275
Utilidades repartidas	+			\$ 1.184	\$ 2.477	\$ 2.741	\$ 2.762
Aportes de capital en especie	-						
Aportes de capital en efectivo	-	\$ 15.006					
Valor terminal(La empresa se puede vender por el 20% de su valor original+cuentas por pagar socios)	+						\$ 2.033
<b>Flujo de caja del proyecto despues de impuestos</b>		<b>-\$ 20.006</b>	<b>\$ 1.215</b>	<b>\$ 2.422</b>	<b>\$ 3.739</b>	<b>\$ 4.030</b>	<b>\$ 18.256</b>

**Flujo de caja de financiacion**

FCL		0	1	2	3	4	5
Ingresos de prestamos	-	\$ 5.000					
Pagos de prestamos	+		\$ 803	\$ 891	\$ 989	\$ 1.098	\$ 1.353
Pagos de intereses	+		\$ 550	\$ 462	\$ 364	\$ 255	\$ 1.098
Ahorro en impuestos	-		\$ 138	\$ 115	\$ 91	\$ 64	\$ 275
<b>FCF</b>		<b>-\$ 5.000</b>	<b>\$ 1.215</b>	<b>\$ 1.237</b>	<b>\$ 1.262</b>	<b>\$ 1.289</b>	<b>\$ 2.176</b>

**Flujo de caja de los accionistas**

FCA		0	1	2	3	4	5
Saldo final (Caja y bancos del 4 año menos pasivo corriente mas cuentas por cobrar)	+					\$ 0	\$ 11.285
Aportes	-	\$ 15.006					
Utilidades repartidas	+		\$ 0	\$ 1.184	\$ 2.477	\$ 2.741	\$ 2.762
Valor terminal(La empresa se puede vender por el 20% de su valor original+cuentas por pagar socios)	+					\$ 0	\$ 2.033
<b>FCA</b>		<b>-\$ 15.006</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 1.184</b>	<b>\$ 2.477</b>	<b>\$ 2.741</b>	<b>\$ 16.080</b>

Flujo de caja de financiacion	+	-\$ 5.000	\$ 1.215	\$ 1.237	\$ 1.262	\$ 1.289	\$ 2.176
Flujo de caja de los accionistas	+	-\$ 15.006	\$ 0	\$ 1.184	\$ 2.477	\$ 2.741	\$ 16.080
<b>Flujo de caja libre</b>	<b>=</b>	<b>-\$ 20.006</b>	<b>\$ 1.215</b>	<b>\$ 2.422</b>	<b>\$ 3.739</b>	<b>\$ 4.030</b>	<b>\$ 18.256</b>

### 6.3 Estado de pérdidas y ganancias

- Estimación de las ventas: Se resumen en el cuadro 24 junto sus especificaciones las cuales de las 4052 familias se ha tomado el 25% como clientes potenciales que harían uso del servicio de lavandería.

Cuadro 24

<b>Variables de entrada</b>	
Precio	\$2,00
Cantidad de lavadas	13824
Precio	\$1,00
Cantidad de secadas	15321
Ventas	\$ 42.969
Incremento en ventas	5%
Costo de ventas	52%

El precio de venta por lavada es de \$2.00 y se estima hacer 34560 lavadas en el año 1 y un incremento del 5% para cada año.

El precio de venta por secad es de \$1.00 y se estima hacer 38304 secadas en el año 1 y un incremento del 5% debido a la tasa de crecimiento del sector servicio<sup>4</sup> específicamente limpieza para cada año.

El 10% de las ventas estará destinado para los gastos de administración y ventas.

Conforme a la ley el 25% de las utilidades después de intereses esta destinado para el pago de impuestos.

El 30% de las utilidades netas serán retenidas para reinmersión y el resto repartidas como acuerdo entre los inversionistas.

---

<sup>4</sup> Fuente consultada DIGESTYC

Cuadro 25

ESTADO DE RESULTADO PRO FORMA  
WASHING COIN  
PERIODO DE CINCO AÑOS

<b>Estado de perdidas y ganancias proyectado</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas (proyectadas 13824 lavadas y 34560 secadas 1er año e incremento anual del 5%)	\$ 42.969	\$ 45.117	\$ 47.373	\$ 49.742	\$ 52.229
Costo de ventas (52% de las ventas)	\$ 22.344	\$ 23.461	\$ 24.634	\$ 25.866	\$ 27.159
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 20.625</b>	<b>\$ 21.656</b>	<b>\$ 22.739</b>	<b>\$ 23.876</b>	<b>\$ 25.070</b>
Gastos de administracion y ventas (30% de las ventas)	\$ 12.891	\$ 13.535	\$ 14.212	\$ 14.923	\$ 15.669
Depreciacion	\$ 4.929	\$ 2.942	\$ 2.942	\$ 3.438	\$ 4.430
<b>Utilidad operacional (EBIT)</b>	<b>\$ 2.805</b>	<b>\$ 5.179</b>	<b>\$ 5.585</b>	<b>\$ 5.515</b>	<b>\$ 4.971</b>
Gastos financieros	\$ 550	\$ 462	\$ 364	\$ 255	\$ 1.098
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 2.255</b>	<b>\$ 4.717</b>	<b>\$ 5.222</b>	<b>\$ 5.261</b>	<b>\$ 3.873</b>
Provision para Impuestos (25%)	\$ 564	\$ 1.179	\$ 1.305	\$ 1.315	\$ 968
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 1.692</b>	<b>\$ 3.538</b>	<b>\$ 3.916</b>	<b>\$ 3.945</b>	<b>\$ 2.905</b>

## 6.4 Estado de situación financiera

Cuadro 26

### ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PRO FORMA WASHING COIN PERIODO CINCO AÑOS

<b>Balance General</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Activo</b>						
Caja y Bancos	\$ 3.381	\$ 12.885	\$ 19.032	\$ 19.069	\$ 18.854	\$ 20.225
Estimacion para prendas dañadas		\$ 430	\$ 430	\$ 430	\$ 430	\$ 430
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 3.381</b>	<b>\$ 13.315</b>	<b>\$ 19.462</b>	<b>\$ 19.499</b>	<b>\$ 19.284</b>	<b>\$ 20.655</b>
Activos fijos	\$ 14.620	\$ 14.620	\$ 14.620	\$ 17.101	\$ 22.062	\$ 24.542
Depreciación acumulada		\$ 2.924	\$ 5.848	\$ 8.772	\$ 12.192	\$ 16.604
Mobiliario y Equipo	\$ 2.005	\$ 2.023	\$ 36	\$ 36	\$ 36	\$ 36
Depreciacion acumulada de Mobiliario y Equipo		\$ 2.005	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18
<b>Total Activos fijos netos</b>	<b>\$ 16.625</b>	<b>\$ 11.714</b>	<b>\$ 8.790</b>	<b>\$ 8.347</b>	<b>\$ 9.888</b>	<b>\$ 7.956</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 20.006</b>	<b>\$ 25.029</b>	<b>\$ 28.252</b>	<b>\$ 27.845</b>	<b>\$ 29.172</b>	<b>\$ 28.611</b>
<b>Pasivo y Patrimonio</b>						
Prestaciones Sociales		\$ 3.571	\$ 4.715	\$ 3.732	\$ 4.943	\$ 5.939
Impuestos por pagar		\$ 564	\$ 1.179	\$ 1.305	\$ 1.315	\$ 968
Cuentas por pagar Socios		\$ 1.184	\$ 2.477	\$ 2.741	\$ 2.762	\$ 2.033
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 5.319</b>	<b>\$ 8.371</b>	<b>\$ 7.779</b>	<b>\$ 9.020</b>	<b>\$ 8.940</b>
Deuda con bancos a largo plazo	\$ 5.000	\$ 4.197	\$ 3.306	\$ 2.317	\$ 1.219	\$ 134
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 5.000</b>	<b>\$ 9.516</b>	<b>\$ 11.677</b>	<b>\$ 10.095</b>	<b>\$ 10.238</b>	<b>\$ 8.806</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital	\$ 15.006	\$ 15.006	\$ 15.006	\$ 15.006	\$ 15.006	\$ 15.006
Utilidades retenidas del ejercicio mas años anteriores		\$ 507	\$ 1.569	\$ 2.744	\$ 3.927	\$ 4.799
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 15.006</b>	<b>\$ 15.513</b>	<b>\$ 16.575</b>	<b>\$ 17.750</b>	<b>\$ 18.933</b>	<b>\$ 19.805</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>\$ 20.006</b>	<b>\$ 25.029</b>	<b>\$ 28.252</b>	<b>\$ 27.845</b>	<b>\$ 29.172</b>	<b>\$ 28.611</b>

## 6.5 Análisis del punto de equilibrio

Cuadro 27

No.	Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Costo Variable Total	Costo Fijo	Margen de Contribución	PE en unidades	PE en ingresos
1	LAVADO	UNIDAD	13824	47%	\$2,00	\$0,85	\$11.750,40	\$12.536,00	\$1,15	12.143	\$24.286,40
2	SECADO	UNIDAD	15321	53%	\$1,00	\$0,71	\$10.877,91	\$12.536,00	\$0,29	23.414	\$23.413,91
TOTALES			29145	100%	\$3,00	\$1,56	\$22.628,31	\$12.536,00	\$1,44	11.721	\$35.164,31

En el cuadro anterior se muestra que el total de lavadas y secadas en forma conjunta tienen que realizar 23036 anuales.

También tomando en cuenta si solo se considera la opción de lavado se tendría que realizar 20956 lavadas en el año para encontrar su punto de equilibrio. En caso contrario al destinarse solo a la alternativa de secado se tendrían que realizar 39732 secadas para encontrar el punto de equilibrio

## 6.6 Política de aplicación de beneficios

Cuadro 28

$$\begin{aligned} \text{TMAR} &= I + F + (I * F) \\ \text{TMAR} &= 4,5\% + 10 + (4,5\% * 10) \\ \text{TMAR} &= 59,50\% \end{aligned}$$

VAN		TMAR= 59,5			
AÑOS	COSTOS BENEFICIOS		FLUJO NETO	BASE DE CALCULO	FLUJO ACTUALIZADO
	INGRESOS	EGRESOS			
0					-20.006,0
1	46.349,9	33.464,4	12.885	12885/(1+0.595) <sup>1</sup>	\$8.078,66
2	58.002,9	38.970,6	19.032	19032/(1+0.595) <sup>2</sup>	7.481,2
3	66.405,7	47.336,9	19.069	19069/(1+0.595) <sup>3</sup>	4.699,4
4	68.810,8	49.956,6	18.854	18854/(1+0.595) <sup>4</sup>	2.913,2
5	71.083,3	50.858,1	20.225	20225/(1+0.595) <sup>5</sup>	1.959,2
					<b>25.131,6</b>
				VAN	<b>5.125,6</b>

Cuadro 29

TIR		76 % Y 77 %				
AÑOS	COSTOS BENEFICIOS		FLUJO NETO	BASE DE CALCULO	FLUJO ACTUALIZADO 76%	FLUJO ACTUALIZADO 77%
	INGRESOS	EGRESOS				
0					-20.006,0	-20.006,0
1	46.349,9	33.464,4	12.885	12885/(1+0.595) <sup>1</sup>	\$7.321,28	\$4.136,32
2	58.002,9	38.970,6	19.032	19032/(1+0.595) <sup>2</sup>	6.144,2	1.961,2
3	66.405,7	47.336,9	19.069	19069/(1+0.595) <sup>3</sup>	3.497,7	630,8
4	68.810,8	49.956,6	18.854	18854/(1+0.595) <sup>4</sup>	1.965,0	200,2
5	71.083,3	50.858,1	20.225	20225/(1+0.595) <sup>5</sup>	1.197,6	68,9
					<b>20.125,8</b>	<b>6.997,4</b>
				VAN	<b>119,8</b>	<b>-13.008,6</b>

$$\text{TIR} = 76,48\% + (119,8 * (77\% - 76\%)) / (119,8 + 13008,6)$$

$$\text{TIR} = 76\%$$

## 7. PLAN DE PUESTA EN MARCHA

### 7.1 Gastos De Establecimiento de La Empresa

Son todos los gastos de adecuación del local para las necesidades de nuestro negocio y se detallan en el cuadro 30:

Cuadro 30

GASTOS PREVIOS			
Concepto	Unidades	Precio	Total
Pintura del local	1	\$100	100
Salidad de conducto de aires	1	\$40	40
Rotulo	1	\$40	40
Desague para lavadora	1	\$50	50

### 7.2 Tramites de constitución

#### 7.2.1 Selección del Nombre

Investigar en el Registro de Comercio o CNR, si el nombre seleccionado para nuestra empresa esta disponible.

#### 7.2.2 Certificación de Cheque

Ir a un banco local a certificar un cheque a nombre de la sociedad con mínimo de 25% del capital social.

### 7.2.3 Trámites en Alcaldía

En la alcaldía municipal del domicilio de cada socio obtener la solvencia municipal de cada uno de ellos para constituir la sociedad.

### 7.2.4 Escrituración Pública

Ejercer la escritura constitutiva a través de un notario.

### 7.2.5 Presentación de Escritura Pública

Presentar el testimonio de la escritura pública pagando los derechos de registro.

### 7.2.6 Retiro de Escritura

Retira la escritura inscrita del registro de Comercio.

### 7.2.7 Trámites en el Ministerio de Hacienda

Retirar del Ministerio de Hacienda los formularios para inscripción de NIT, esperar el número de inscripción.

### 7.2.8 Formalización Contable

Pactar honorarios con contador y auditor para legalizar los libros contables, deberán ser autorizados por la Superintendencia de Empresas Mercantiles.

### 7.2.9 Legislación Contable

La sociedad debe presentar solicitud dirigida al Superintendente de Sociedades y Empresas Mercantiles, autenticada por un notario, el sistema contable, catalogo de cuentas y el manual de aplicación, balance inicial, original y copia de la escritura de constitución, NIT de la sociedad, recibos de pagos de la matrícula de empresa y personal de comerciante social.

### 7.2.10 Obtención de Solvencia

Esta se obtendrá en la Dirección General de Estadísticas y Censos.

### 7.2.11 Apertura de Cuenta en Alcaldía

En la alcaldía del domicilio de la sociedad presentar declaración jurada, anexar fotocopia de escritura, balance inicial, NIT, cédula de Identidad Personal del administrador.

### 7.2.12 Solicitud de Matrícula de Empresa

Solicitar matrícula de empresa y establecimiento así como matrícula de comerciante individual, debiendo pagar impuestos dependiendo del activo de la empresa, anexar los recibos de pago de los derechos de matrículas correspondientes, esperar publicación en el diario oficial, esperar para que el Registro entregue la autorización de las matrículas de comercio.

#### 7.2.13 Inscripción en Ministerio de Trabajo

Hacer los respectivos contratos de trabajo, inscribir a su empresa en el Ministerio de Trabajo y enviar la nómina de sus empleados con copias de sus contratos a esta cartera de estado.

#### 7.2.14 Elaboración de Facturas

Comprar los libros de IVA, mandar a elaborar las facturas, comprobantes de crédito fiscal.

#### 7.3 Distribución del plan de puesta en marcha

A continuación se presenta la distribución a través del tiempo de la puesta en marcha y los trámites necesarios para iniciar operaciones con la lavandería Washing Coin.

Cuadro 31

IV

Actividad / Mes del año		ene-08				Feb				mar-08				abr-08				may-08				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
No.	Actividad																					
1	Declaración de Constitución de Empresa																					
2	Escritura Pública																					
3	Trámite en Ministerio de Hacienda																					
4	Trámite en Ministerio de Trabajo																					
5	Solicitud de Matrícula de Empresa																					
6	Trámite en Alcaldía																					
7	Cotización y Compra de Maquinaria																					
8	Cotización y Compra de Mobiliario y Equipo																					
9	Cotización de Lugar a Instalarse																					
10	Preparación del lugar a instalarse (Conducto de aire, drenaje de agua, etc)																					
11	Maquinaria Disponible para Ubicación																					
12	Adquisición de Insumos para el servicio																					
13	Adquisición de Material para plan de marketing																					
14	Verificación de los Permisos Legales																					
15	Contratación de Personal																					
16	Preparativos para lanzamiento de Washin Coin																					
17	Inicio de Operaciones																					

Plan de Desarrollo de Puesta en Marcha  
Lavandería Washing Coin

## CONCLUSION

Se pudo conocer y aplicar las diferentes etapas fundamentales que se consideran para un plan de negocio.

Una vez realizada un estudio de mercado y analizar sus componentes se pudo conocer la demanda insatisfecha de servicio de lavandería en la colonia Zacamil concluyendo que es posible ofrecer este tipo de servicio.

Se pudo constatar para el tipo de servicio que se demanda que se puede contar con la capacidad necesaria para instalar una lavandería y cubrir con la maquinaria e insumos exigidos la capacidad de la planta que se requiera. Es por eso que se pudo evaluar por medio de indicadores económicos y financieros la factibilidad de ofrecer este tipo de servicio con lo cual se consideran aspectos de riesgo financiero así como su contraparte que son los beneficios para su ejecución.

Como en todo negocio nuevo existe tanto la posibilidad de éxito y se corren diferentes riesgos, mas sin embargo como se ve en los indicadores financieros aplicados el buen desarrollo de este tipo de servicio puede llegar a generar excelentes beneficios para sus emprendedores. Por otro lado pueden existir riesgos de lograr éxito en este tipo de servicios ya que es innovador y los factores culturales, sociales, y de competencia desleal pueden afectarlo. Cabe destacar que este caso la mayoría de estos elementos pueden ser controlados a través de la pericia y experiencia de los emprendedores.



**INDICACIONES:** A través de esta cédula de entrevista pretendemos conocer la factibilidad de implementación, en esta zona, de un negocio de lavandería en base a máquinas tragamonedas.

No existen respuestas buenas, ni malas por lo que le agradeceríamos su objetividad al responder. La información será utilizada para fines didácticos universitarios. Por su colaboración gracias anticipadas.

1. ¿Lava su ropa en casa?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

2. ¿Qué medio utiliza para lavar su ropa?

Lavan su ropa en lavadero \_\_\_\_\_

Lavan su ropa en lavadora \_\_\_\_\_

Lavan su ropa en una lavandería \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

3. ¿Cuánta ropa lava usted a la semana?

En Prendas \_\_\_\_\_

En Libras \_\_\_\_\_

4. ¿Con qué frecuencia lava su ropa en la semana?

Diario \_\_\_\_\_

3 veces por semana \_\_\_\_\_

1 vez por semana \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántas horas emplea para lavar su ropa, semanalmente?

Entre 1 y 3 Horas \_\_\_\_\_

Entre 3 y 6 horas \_\_\_\_\_

Más de 6 horas \_\_\_\_\_

6. Aproximadamente ¿A cuánto asciende sus costos semanales en el lavado de la ropa de su hogar?

Dólares De 1 a 5 \_\_\_\_\_

De 5 a 10 \_\_\_\_\_

De 10 a más \_\_\_\_\_

7. ¿Qué opina sobre el lavado de su ropa en cuanto a:

Esfuerzo \_\_\_\_\_

Tiempo empleado \_\_\_\_\_

Costo \_\_\_\_\_

8. ¿Es únicamente ama de casa o también trabaja?

Ama de casa \_\_\_\_\_

Ambas \_\_\_\_\_

9. ¿Ha utilizado alguna vez el servicio de lavandería en máquina (lavadora)?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

10. ¿Que opina de este medio para lavar en cuanto a:

Esfuerzo \_\_\_\_\_

Tiempo empleado \_\_\_\_\_

Costos \_\_\_\_\_

11. ¿Si hubiera un lugar el cual usted pudiera ir a lavar y secar, por usted mismo, su ropa haciendo uso de máquinas lavadoras tragamonedas, demandaría este servicio?

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

12. ¿Conoce algún negocio que le ofrezca, en esta zona, un servicio de lavado como el que le mencioné anteriormente?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

13 ¿Conoce alguna lavandería, en esta zona, a la cual pueda llevar su ropa para que allí se la laven?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

14 ¿Cuántas hay? \_\_\_\_\_

15 ¿Recuerda el nombre de ellas?

---

---

¿Dónde está ubicada? \_\_\_\_\_

16. ¿Cuánto paga, por libra lavada o por ciclo de lavado?

Por libra \_\_\_\_\_ Por lavado \_\_\_\_\_

17. ¿Un precio razonable para lavar 32 libras de ropa de una sola vez, a criterio suyo, debería ser?

Entre \$1 y \$3 \_\_\_\_\_

Entre \$3 y \$5 \_\_\_\_\_

Más de \$5 \_\_\_\_\_

18. ¿Cuáles son las expectativas sobre un servicio de lavandería en base a lavadoras tragamonedas?

- ✓ Lugar accesible \_\_\_\_\_
- ✓ Instalaciones y maquinaria limpias \_\_\_\_\_
- ✓ Horarios de servicio accesible \_\_\_\_\_
- ✓ Precios razonables \_\_\_\_\_
- ✓ Envío de prendas a domicilio \_\_\_\_\_

19. ¿El lugar más indicado que usted sugeriría para ubicar una lavandería de este tipo en esta zona sería?

---

✓ Género:

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	64	28%
Femenino	166	72%
Total	230	100%

La mayoría de personas encuestadas fue del sexo femenino y representa un 72%

✓ Edad:

	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 20	7	3%
De 21 a 30	30	13%
De 31 a 40	80	35%
De 41 a 50	68	30%
De 51 a 60	18	8%
Mas de 60	27	12%
Total	230	100%

El mayor rango de las personas encuestadas según la edad oscila entre 31 a 40 y de 41 a 50 que representa un porcentaje del 35 y 30 respectivamente.

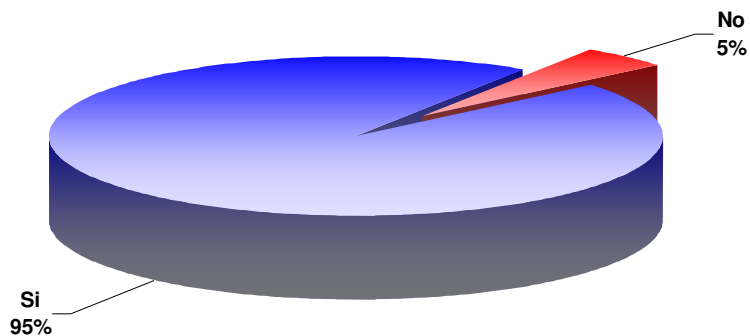
✓ Número de habitantes por vivienda:

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
2 Habitantes por Casa	38	17%
3 Habitantes por Casa	58	25%
4 Habitantes por Casa	69	30%
5 Habitantes por Casa	32	14%
6 Habitantes por Casa	23	10%
7 Habitantes por Casa	10	4%
	<b>230</b>	<b>100%</b>

Según los datos arrojados en la investigación, el mayor número de habitantes por vivienda es de 4 personas que representa el 30 %

1- ¿Lava su ropa en casa?

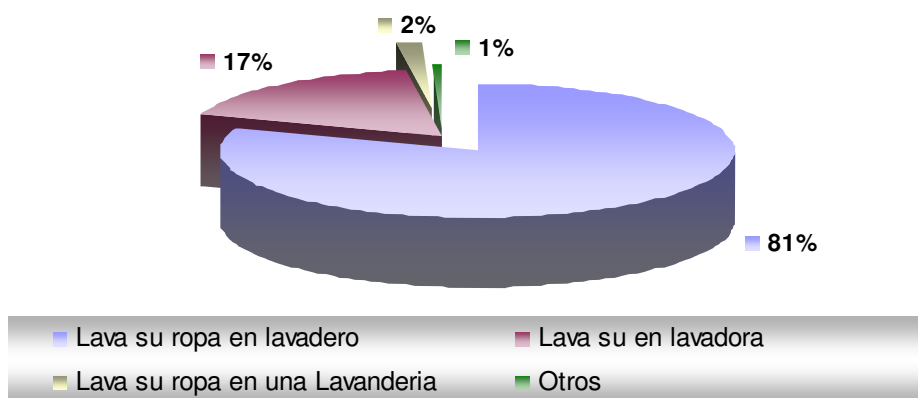
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	219	95%
No	11	5%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



El 95% de las personas encuestadas lavan su ropa en casa, mientras que el restante 5% lo hacen en otros lugares, entre los motivos que manifestaron las personas encuestadas por los cuales lavaban su ropa en casa podemos mencionar desconfianza, precios altos, muchas personas desconocen donde están ubicadas las lavanderías y otras poseen lavadoras.

## 2. ¿Qué medio utiliza para lavar su ropa?

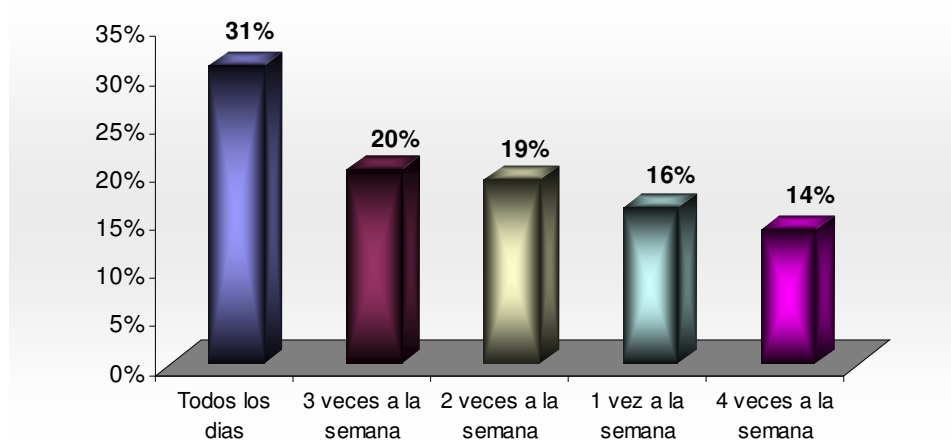
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Lava su ropa en lavadero	266	81%
Lava su ropa en lavadora	57	17%
Lava su ropa en una Lavandería	5	2%
Otros	2	1%
	<b>330</b>	<b>100%</b>



La mayoría de personas encuestadas manifestaron lavar actualmente su ropa en lavadero 81%, muy por encima del 17% de personas encuestadas que dicen lavar su ropa en lavadora, el resto utilizan otras formas de lavar su ropa como llevarla a lavandería 2% y otras formas 1%.

3. ¿Con qué frecuencia lava su ropa en la semana?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Todos los días	71	31%
3 veces a la semana	46	20%
2 veces a la semana	44	19%
1 vez a la semana	37	16%
4 veces a la semana	32	14%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



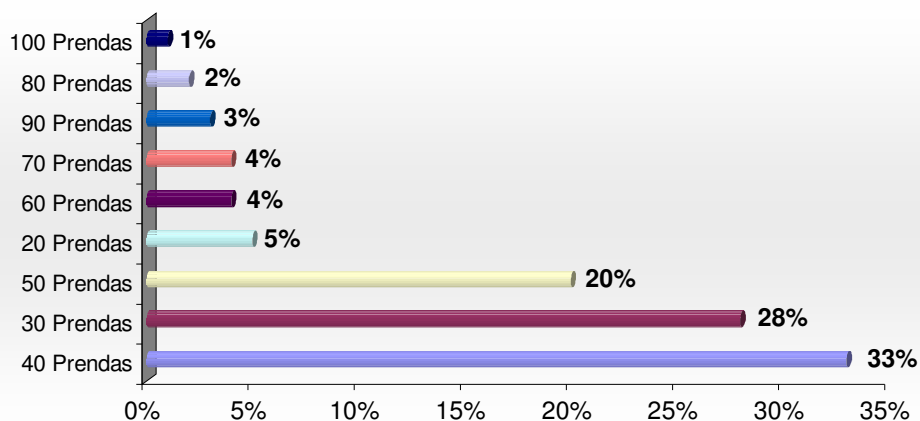
El 31% de los encuestados prefiere lavar su ropa todos los días, seguido por un 20% que acostumbra lavar su ropa 3 veces a la semana, y el 19% que lo hace 2 veces a la semana.

#### 4. ¿Cuánta ropa lava usted a la semana aproximadamente?

En Prendas \_\_\_\_\_

En Libras \_\_\_\_\_

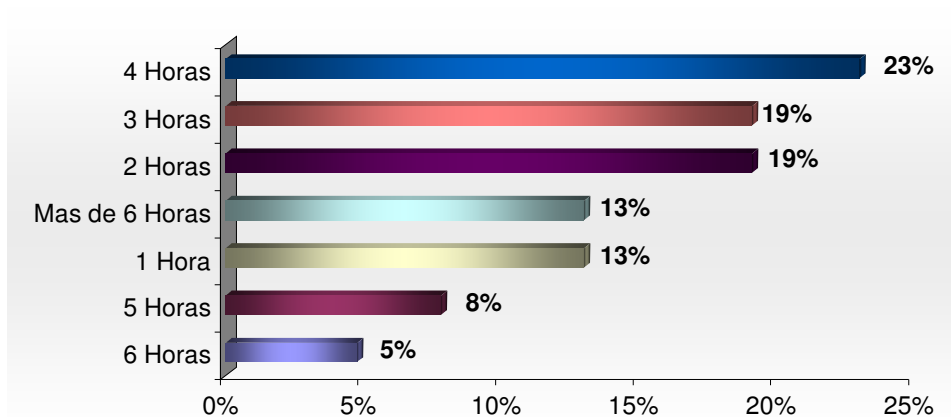
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
40 Prendas	76	33%
30 Prendas	64	28%
50 Prendas	46	20%
20 Prendas	12	5%
60 Prendas	9	4%
70 Prendas	9	4%
90 Prendas	7	3%
80 Prendas	5	2%
100 Prendas	2	1%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



Un 33% de las personas encuestadas lava aproximadamente 40 prendas a la semana, seguidas de un 28% que lava aproximadamente 30 prendas y un 20% que lava aproximadamente 50 prendas.

5. ¿Cuántas horas emplea para lavar su ropa, semanalmente?

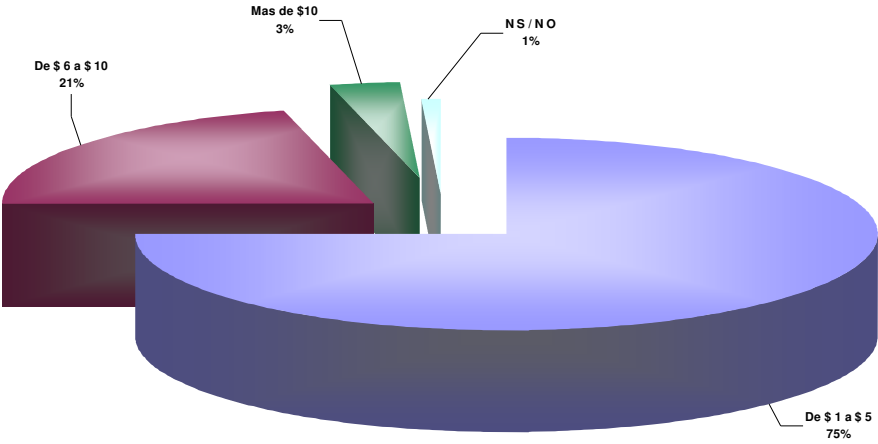
	Frecuencia	Porcentaje
6 Horas	11	5%
5 Horas	18	8%
1 Hora	30	13%
Mas de 6 Horas	30	13%
2 Horas	44	19%
3 Horas	44	19%
4 Horas	53	23%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



El número de horas que más emplean las personas para lavar su ropa es de 4 horas con un 23%, seguido de 3 y 2 horas con un 19%.

6. Aproximadamente ¿A cuánto asciende sus costos semanales en el lavado de la ropa de su hogar?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De \$ 1 a \$ 5	172	75%
De \$ 6 a \$ 10	48	21%
Mas de \$10	7	3%
N S / N O	3	1%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



Los costos a los que asciende el lavar y secar ropa por semana en la mayoría de personas es de \$ 1 a \$5 dólares con un 75%, seguidos de un 21% el cual los costos son de \$6 a \$10 dólares.

7. ¿Qué opina sobre el lavado de su ropa en cuanto a: Esfuerzo, Tiempo empleado y Costo.

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Esfuerzo Físico</b>	Nada	5	2%
	Poco	44	19%
	Normal	119	52%
	Mucho	55	24%
	N S / N O	7	3%
		<b>230</b>	<b>100%</b>
<b>Tiempo Empleado</b>	Nada	9	4%
	Poco	59	26%
	Normal	106	46%
	Mucho	49	21%
	N S / N O	7	3%
		<b>230</b>	<b>100%</b>
<b>Costo</b>	Poco	41	18%
	Normal	145	63%
	Mucho	37	16%
	N S / N O	7	3%
		<b>230</b>	<b>100%</b>

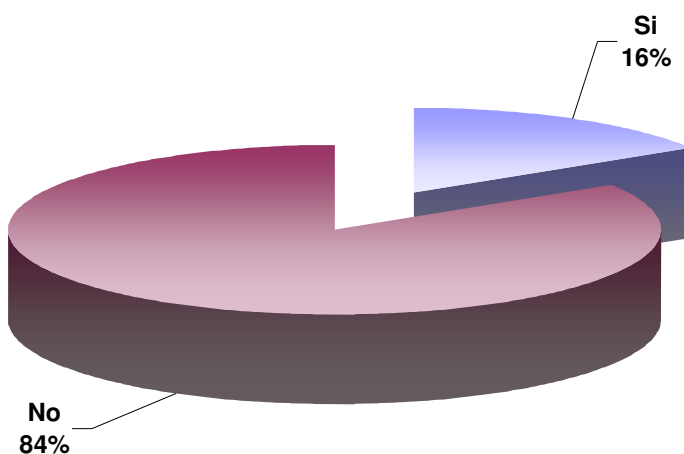
En cuanto a esfuerzo físico las personas en su mayoría opinaron que es normal con un 52%.

En cuanto a tiempo empleado las personas en su mayoría opinaron que es normal con un 46%.

En cuanto a costo las personas en su mayoría opinaron que es normal con un 63%.

8. ¿Ha utilizado alguna vez el servicio de lavandería en máquina (lavadora)?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	37	16%
No	193	84%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



Las personas opinaron en un 84% que no han utilizado el servicio de lavandería por diferentes causas como precio y desconfianza. El resto opino que si ha utilizado este servicio.

9. ¿Que opina de este medio para lavar en cuanto a: Esfuerzo, Tiempo empleado y Costos.

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Esfuerzo Físico</b>	Nada	9	4%
	Poco	16	7%
	Normal	5	2%
	Mucho	0	0%
	N S / N O	200	87%
		<b>230</b>	<b>100%</b>
<b>Tiempo Empleado</b>	Nada	7	3%
	Poco	18	8%
	Normal	5	2%
	Mucho	0	0%
	N S / N O	200	87%
		<b>230</b>	<b>100%</b>
<b>Costo</b>	Poco	11	5%
	Normal	14	6%
	Mucho	5	2%
	N S / N O	200	87%
		<b>230</b>	<b>100%</b>

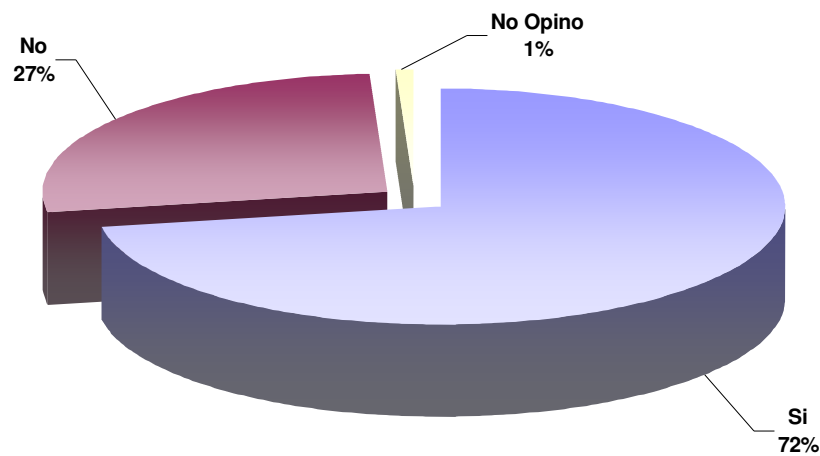
En cuanto a esfuerzo físico las personas opinaron en su mayoría que no sabe y no opina con un 87% seguido de un 7% que es poco el esfuerzo físico.

En cuanto a Tiempo empleado las personas opinaron en su mayoría que no sabe y no opina con un 87% seguido de un 8% que es poco el esfuerzo físico.

En cuanto a costo las personas opinaron en su mayoría que no sabe y no opina con un 87% seguido de un 6% que es poco el esfuerzo físico.

10. Si hubiera un lugar cercano el cual usted pudiera ir a lavar y secar su ropa utilizando maquinas tragamonedas, ¿Haría uso de este servicio?

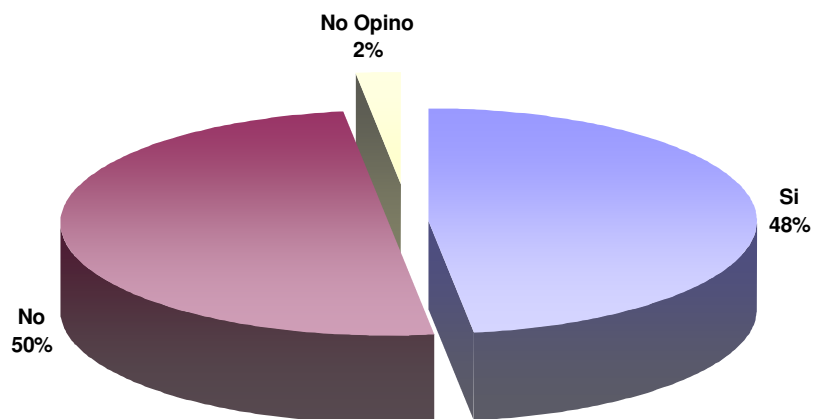
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	166	72%
No	62	27%
No Opino	2	1%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



Los resultados obtenidos en esta pregunta reflejan un interés por utilizar los servicios de lavandería cercanos a su domicilio que es del 72% lo cual indica un porcentaje muy considerable para ofrecer dichos servicio. Como también podemos observar que hubo un 27 % que no estaría interesado en utilizar dicho servicio de las cuales expresaron desconocer los beneficios reales a obtener.

11. ¿Conoce alguna lavandería, en esta zona, a la cual pueda llevar su ropa?

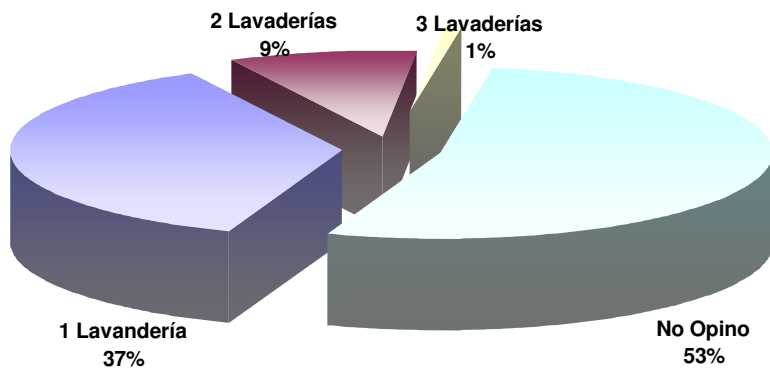
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	110	48%
No	115	50%
No Opino	5	2%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



En esta pregunta fue casi similar la proporción de personas conocedoras de una lavandería en las zonas aledañas a su residencia, con un 50 % que no conoce y un 48% que conoce mas de una. Podemos entonces especular que pudiera ser por falta de publicidad de parte de las que actualmente funcionan en dicha localidad para ofrecer los servicios. Consideramos que este tipo de servicio debe de ser lo suficientemente conocido ya que es un servicio que pudiera tener una demanda más constante.

## 12. ¿Cuántas conoce?

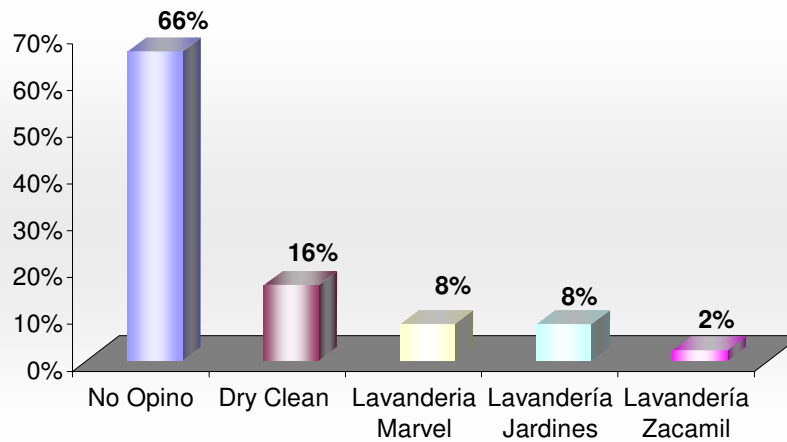
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 Lavandería	85	37%
2 Lavanderías	21	9%
3 Lavanderías	2	1%
No Opino	122	53%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



Podemos observar entonces que del 53% de los encuestados no opinó sobre el reconocer la cantidad de lavanderías que se ubican en dicha zona, seguido por un 37% de personas que opina que al menos conoce una lavandería.

### 13. ¿Recuerda el nombre de ellas?

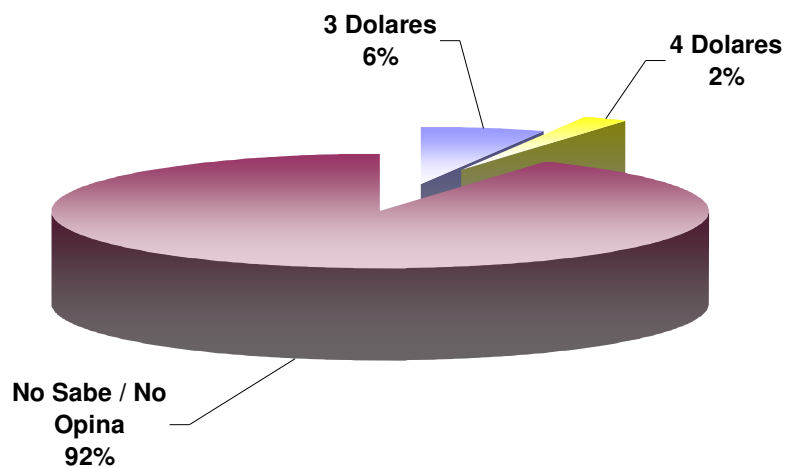
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
No Opino	152	66%
Dry Clean	37	16%
Lavandería Marvel	18	8%
Lavandería Jardines	18	8%
Lavandería Zacamil	5	2%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



Podemos especular que del 66% de los datos obtenidos en esta pregunta que refleja que no opina sobre reconocer el nombre de una lavandería pudiera ser por falta de publicidad por parte de las que actualmente funcionan, esto pudiera significar una oportunidad para aquellas lavanderías que no se enfocan en la publicidad de su negocio o para aquellos que desean competir en este tipo de negocio.

14. ¿Cuanto paga, por libra lavada o por ciclo de lavado?

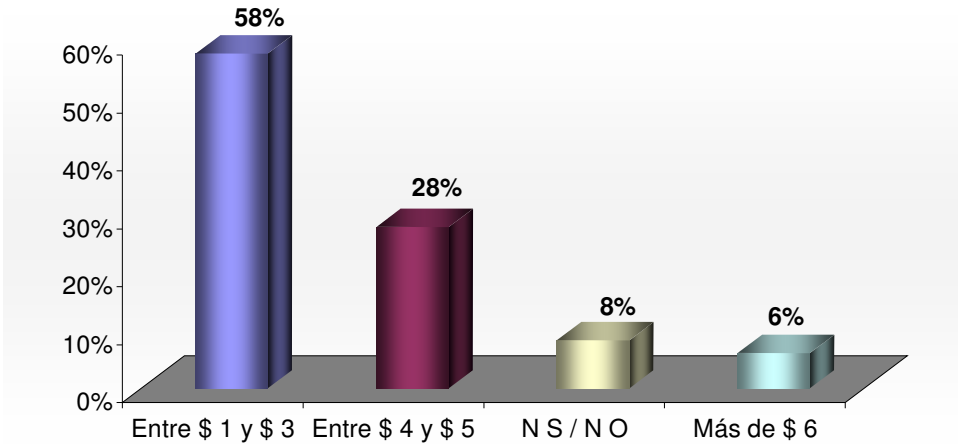
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
3 Dolares	14	6%
4 Dolares	5	2%
No Sabe / No Opina	211	92%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



De los 211 encuestados que significa un 92% de esta pregunta menciona que no sabe o no opina sobre el precio a pagar por la cantidad de libras que se utiliza en el ciclo de lavado, esto pudiera significar una oportunidad para crear una oferta de este servicio más atractiva para los clientes potenciales

15. ¿Un precio razonable para lavar 32 libras de ropa de una sola vez, a criterio suyo, debería ser?

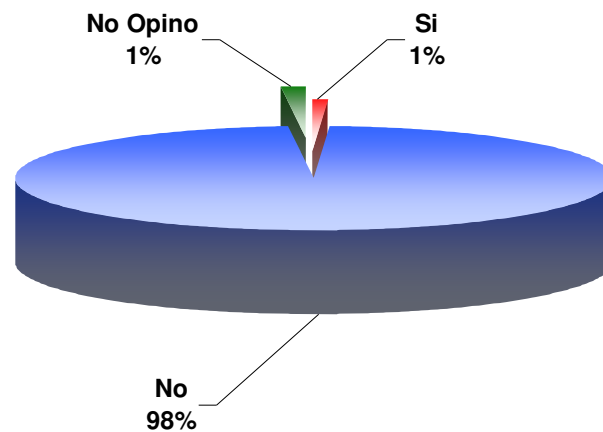
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre \$ 1 y \$ 3	133	58%
Entre \$ 4 y \$ 5	64	28%
N S / N O	19	8%
Más de \$ 6	14	6%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



Puede interpretarse que de los 58% encuestados que estarían dispuestos a pagar por lavar 32 lbs. De ropa de una sola vez en un ciclo de lavado pagarían entre \$1 y \$3, esto debido a la situación económica que actualmente afrontan o sencillamente que el cliente buscará la forma de pagar lo menos posible por utilizar dichos servicios.

16. ¿Conoce algún negocio que ofrezca servicio de lavandería a base de máquinas tragamonedas en esta zona?

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	2	1%
No	225	98%
No Opino	3	1%
	<b>230</b>	<b>100%</b>



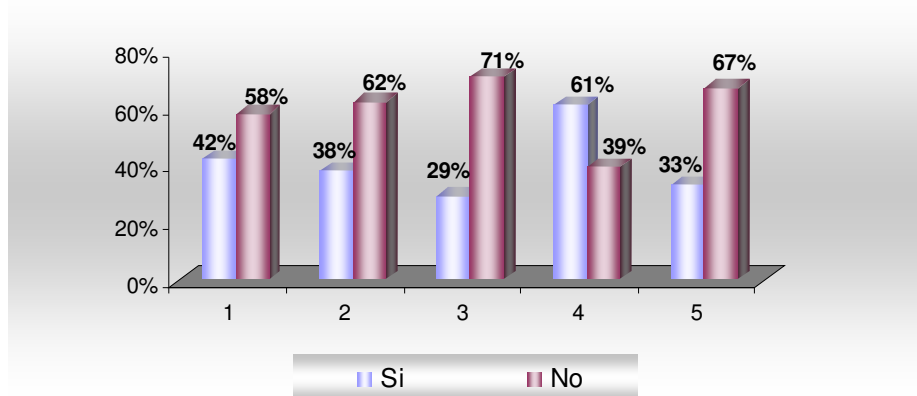
Del total de encuestados para esta pregunta refleja que un 98% desconoce una lavandería con las características de funcionalidad de tragamonedas. El restante 1% contestó que si conocía una lavandería con funciones tragamonedas, al verificar esta información no se pudo encontrar lavanderías con este tipo de sistema, además este 1% de encuestados tampoco dieron nombre de dichas lavanderías. Esto puede significar así una oportunidad muy atractiva para la innovación en dicho servicio

17. ¿Dónde esta ubicada?

Nadie contesto esta pregunta

18. Para que usted visite una lavandería a base de maquinas tragamonedas ¿Que le gustaría encontrar en ellas?

	Lugar accesible		Instalaciones y maquinarias limpias		Horarios de servicio accesibles		Precios razonables		Envios de prendas a domicilio	
Si	97	42%	87	38%	67	29%	140	61%	76	33%
No	133	58%	143	62%	163	71%	90	39%	154	67%
Total	230	100%	230	100%	230	100%	230	100%	230	100%



En base a las personas encuestadas se establece que lo que mas les gustaría encontrar en una lavandería a base de maquinas tragamonedas es que tenga precios razonables con un 61% y como segunda preferencia un lugar accesible con un 42%, seguidos de instalaciones y maquinarias limpias representado en la encuesta con un 38%.

Y como factores menos preferibles de las personas encuestadas establecen que el envío de prendas a domicilio y horarios de servicios accesibles con un 33% y 29% respectivamente son los que menos les gustaría encontrar.