

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**



**TRABAJO DE GRADO DE ESPECIALIZACIÓN EN DESARROLLO DE  
MODELO DE NEGOCIOS DIGITALES:**

**TEMA**

**DESARROLLO DE PROPUESTA DE MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:  
LAVANDERIA QW SV**

**PRESENTADO POR:**

ELÍAS HERNÁNDEZ, CHRISTIAN BENJAMÍN	L10803
GUZMÁN PANIAGUA, GLORIA STEPHANIE	L10803
TORRES FUENTES, CRISTINA GABRIELA	L10803

**FEBRERO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

RECTOR:	MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO
VICERRECTOR ACADÉMICO:	PHD. RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ
SECRETARIO GENERAL:	MSC. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS:	MSC. NIXON ROGELIO HERNÁNDEZ VÁSQUEZ
SECRETARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS :	LICDA. VILMA MARISOL MEJÍA TRUJILLO
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESA:	MSC .ABRAHAM VÁZQUEZ SÁNCHEZ
COORDINADOR GENERAL DE SEMINARIO DE GRADUACION:	LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

## **ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**

COORDINADOR DE ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL:	LIC. MIGUEL ERNESTO CASTAÑEDA PINEDA
COORDINADOR GENERAL DE SEMINARIO DE GRADUACION:	LICDA. MARTA JULIA MARTÍNEZ BORJAS
DOCENTE DIRECTOR:	LIC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA
JURADO EXAMINADOR:	MSC. HENRY EDWARD HERNÁNDEZ AYALA
JURADO EXAMINADOR:	LIC. EDWIN DAVID ARIAS MANCÍA
JURADO EXAMINADOR:	LIC. JAVIER AMÍLCAR SALAMANCA

**FEBRERO 2022**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA**

## **AGRADECIMIENTOS.**

A Dios todo poderoso, por darme inteligencia y permitirme llegar a este momento tan importante de mi vida a mi madre que siempre estuvo a mi lado dándome su apoyo en cada momento para culminar mi profesión, a mi padre, por ser un bastión en mi vida por sus sacrificios, por enseñarme a nunca rendirme ante las adversidades a mi esposo e hija que fueron Fuente: de motivación y a mis hermanos que fueron pilares fundamentales de este bello logro.

Gloria Stephanie Guzmán Paniagua

Primeramente, agradezco a Dios por darme la oportunidad de culminar con unas de mis metas de vida, a mi madre que ha sido el pilar fundamental en toda mi educación, a mi hermano quien ha sido ejemplo para seguir y por el apoyo brindado para mis estudios durante los primeros años de mi carrera, a mi hermana por el apoyo incondicional que siempre me ha dado, a mi hijo por ser ese motor que me impulso a finalizar mi carrera, a mis maestros y compañeros que me han acompañado durante estos años y han formado parte importante de mi desarrollo profesional.

Cristina Gabriela Torres Fuentes.

Primeramente, gracias a Dios, al igual que a los docentes que hicieron la diferencia. A mis abuelos paternos, los cuales fueron un pilar en mi educación y que me apoyaron antes de partir de este mundo. A mis padres por haberme forjado como la persona que soy, y que siempre han sido participes de mis logros, A mi hermano, abuela y novia por haberme apoyado y acompañado durante todo este tiempo de formación académica, y que sin ellos no hubiese sido lo mismo.

Christian Benjamín Elías Hernández.

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	i
INTRODUCCIÓN. ....	ii
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	1
1.1 Nombre del Negocio. ....	1
1.2 Integrantes. ....	2
1.3 Información general de la Institución Educativa. ....	2
2. MARCO ESTRATÉGICO:.....	3
2.1 Descripción del negocio (demanda insatisfecha).....	4
2.2 Descripción de los productos o servicios. ....	5
2.3 Estrategias a implementar .....	5
2.4 Ventaja competitiva .....	5
2.5 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) .....	6
3 PLAN ORGANIZACIONAL. ....	7
3.1 Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's). ....	7
3.2 Estructura organizativa de la empresa.....	8
3.3 Organización de Gestión. ....	9
3.4 Proceso de Mercadeo y Ventas. ....	11
3.5 Proceso Administrativo. ....	11
3.6 Proceso de Producción. ....	12
3.7 Proceso de Recursos Humanos. ....	12
3.8 Identificación y características de proveedores.....	13
3.9 Distribución en Planta. ....	13
3.10 Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo.....	14
4 Plan de Mercadeo.....	15
4.1 Resultados de la investigación de mercado.....	15

4.2 Análisis de la situación.....	15
5. PLAN DE VENTAS. ....	22
5.1 Ciclo de Ventas. ....	23
5.2 Proyección de Ventas.....	25
6. PLAN FINANCIERO. ....	27
6.1 Plan de Inversión.....	27
6.2 Estructura de costos.....	29
6.3 Flujo de Efectivo. ....	31
6.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio. ....	32
6.5 Estado de Resultado Proyectado. ....	33
7. Plan de Trabajo. ....	34
8. Plan de Contingencia.....	35
9. CONCLUSIONES .....	37
10. BIBLIOGRAFÍA .....	38
11. ANEXOS .....	39

## ÍNDICE DE TABLAS.

<i>Tabla 1.</i> Integrantes.....	2
<i>Tabla 2.</i> FODA.....	6
<i>Tabla 3.</i> Características Emprendedoras.....	7
<i>Tabla 4.</i> Organización de Gestión.....	9
<i>Tabla 5.</i> Características de Proveedores.....	13
<i>Tabla 6.</i> Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo.....	14
<i>Tabla 7.</i> Análisis de Competencias.....	16
<i>Tabla 8.</i> Productos o Servicios para ofrecer.....	17
<i>Tabla 9.</i> Proyección de Ventas.....	25
<i>Tabla 10.</i> Proyección de Ventas a largo plazo.....	26
<i>Tabla 11.</i> Presupuesto de Equipo y Herramientas.....	27
<i>Tabla 12.</i> Plan de Inversión Capital de Trabajo.....	28
<i>Tabla 13.</i> Costos Variables Unitarios.....	29
<i>Tabla 14.</i> Costos Totales de un año de operación.....	30
<i>Tabla 15.</i> Flujo de Efectivo.....	31
<i>Tabla 16.</i> Análisis de Rentabilidad.....	32
<i>Tabla 17.</i> Punto de Equilibrio en unidades y montos.....	32
<i>Tabla 18.</i> Estado de Pérdidas y Ganancias.....	33
<i>Tabla 19.</i> Cronograma de Actividades.....	34
<i>Tabla 20.</i> Costo Variable Materia Prima.....	39
<i>Tabla 21.</i> Calculo de Costo de Mano de Obra.....	39
<i>Tabla 22.</i> Financiamiento.....	42
<i>Tabla 23.</i> Punto de Equilibrio.....	43

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Organigrama de la Empresa.....	8
<i>Figura 2.</i> Distribución en Planta.....	13
<i>Figura 3.</i> Logo del Producto.....	20
<i>Figura 4.</i> Sitio Web.....	40
<i>Figura 5.</i> Cotización.....	43

## RESUMEN EJECUTIVO

En el presente documento se detalla el Desarrollo de propuesta de modelo de negocio digital **LAVANDERÍA QW SV** con sus respectivas especificaciones que conforman dicho plan incluyendo datos de cada uno de los integrantes. Se toma en cuenta como primera parte la descripción del negocio junta directiva o 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 teniendo en cuenta su plan organizacional y como será llevado Organización de gestión además de su distribución en planta.

Se ejecuta el plan mercadeo en el cual se analizó los Resultados de la investigación de mercado y metodología a ocupar de la investigación que se ocupó fueron elementos de información secundaria esto debido a la aparición de la enfermedad COVID-19 de que ha venido a cambiar al mundo.

En el plan de negocio también se considera su plan de financiero en la cual se demuestra un plan de inversión, el respectivo flujo de efectivo, su rentabilidad el estado de Resultado.

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

## INTRODUCCIÓN.

En un mundo en constante expansión donde la globalización y la implementación del comercio electrónico pasa a ser temas imprescindibles en cualquier sector, las empresas requieren lograr posiciones estratégicas que les permitan tener una ventaja competitiva frente a sus competidores.

Por tal razón el propósito principal del plan de negocio realizado sobre el modelo digital de la prestación de servicios de lavandería y secado es proponer el desarrollo de un modelo de negocio a partir del análisis del entorno competitivo en el que opera las lavanderías, y del planteamiento de una visión, una estrategia y unos objetivos que le posibilitan obtener una posición competitiva privilegiada en el mercado.

Con el plan de negocios presentado se pretende satisfacer una necesidad, algunas familias no cuentan con un servicio de abastecimiento de agua potable óptimo, otras además cuentan con tiempo limitado para poder lavar su ropa, y otros por comodidad no les gusta lavar a “mano” y hacen uso del servicio de lavandería.

De una necesidad surge la idea de negocio de una lavandería donde los servicios serán solicitados de forma online contando con servicio a domicilio para el retiro de las prendas y posteriormente la entrega de estas ya lavadas y secadas.



## **1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.**

Somos un negocio en el cual los clientes de lavandería QW SV puedan utilizar los servicios de lavado y secado de sus prendas de vestir, haciendo uso de máquinas en un ambiente agradable e higiénico con un proceso de manera directa y que podrán percibir con mayor seguridad en el manejo de sus prendas ya que serán utilizados diversos productos para cada una de las necesidades de los clientes que lo soliciten y que verifique de primera mano cómo funcionará el servicio teniendo la modalidad delivery para brindarle comodidad, y en la mayoría de casos es para evitar salir después de una larga jornada de trabajo o estudio y el congestionamiento vehicular que viven día con día, y poder dedicar el poco tiempo en el hogar a las actividades del hogar, tareas, trabajo y a la misma familia.

### **1.1 Nombre del Negocio.**

- Nombre del negocio: QW SV
- Nombre del representante de la empresa:
- Gloria Stephanie Guzmán Paniagua
- Razón social: Lavandería QW S.A de C.V
- Giro del negocio:
- Lavandería

Ubicación: calle circunvalación, contiguo a iglesia faro de luz, Ilopango, San Salvador (queda cerca una planta de ANDA)

## 1.2 Integrantes.

Tabla 1

Integrantes

Nombre Completo	Sexo		Fecha de nacimiento	Domicilio	Teléfono	E-mail	Especialidad
	F	M					
CHRISTIAN BENJAMÍN, ELIAS HERNANDEZ		x	07/11/1991	San Salvador Soyapango (Calle antigua al matasano, calle Palmira, casa #12 Contiguo a iglesia Elim	7696- 5580	<a href="mailto:eh10004@ues.edu.sv">eh10004@ues.edu.sv</a>	Licenciatura en Administración de Empresas
GLORIA STEPHANIE GUZMÁN PANIAGUA	x		14/03/1991	San Vicente, San Vicente (Avenida Crescencio Barrio San francisco casa #12)	7926-7990	<a href="mailto:gp09019@ues.edu.sv">gp09019@ues.edu.sv</a>	Licenciatura en Administración de Empresas
CRISTINA GABRIELA TORRES FUENTE:S	x		13/04/1990	San Marcos, San Salvador (Col el tránsito #3 Av. Granada casa 6)	6006-2160	<a href="mailto:tf09006@ues.edu.sv">tf09006@ues.edu.sv</a>	Licenciatura en Administración de Empresas

Fuente: Elaboración Propia.

## 1.3 Información general de la Institución Educativa.

**Nombre de la Institución: Universidad de El Salvador**

**Especialidad: Licenciatura en Administración de Empresas**

**Municipio: San Salvador**

**Departamento: San Salvador**

## **2. MARCO ESTRATÉGICO:**

### **MISIÓN:**

Somos una empresa dedicada al cuidado de la ropa brindando un servicio completo, único y de la más alta calidad, para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes en cada lavado.

### **VISIÓN:**

Convertirnos en su empresa preferida para el cuidado de sus prendas siendo líderes, reconocidos por contar con personal altamente calificado, capacitado logrando un crecimiento continuo a través de lazos firmes con nuestros clientes

### **OBJETIVOS:**

General

- Ofrecer un servicio de lavandería y secado eficiente en cada una de las prendas de nuestros clientes generando confianza para que sus prendas luzcan impecables entregándolas con excelente calidad.

Específicos:

- Subsanan la necesidad de lavado de ropa, ante la falta de agua que afecta a la población del gran San Salvador.
- Brindar el servicio desde una plataforma Web en donde el cliente encontrará toda la información relacionada al servicio de lavanderías.

**METAS:**

- Establecer el mejor servicio del mercado para ser la mejor opción de las personas cubriendo las necesidades de lavandería.
- Construir una cadena de lavanderías para las instituciones que demande los servicios.
- Posicionarse como la lavandería preferida de los clientes a nivel nacional

**VALORES:**

- Honradez
- Responsabilidad
- Trabajo en Equipo

**PRINCIPIOS:**

- Nos dirigimos al cliente de forma cordial y amable, asegurando el cuidado de sus prendas.
- Cuidamos celosamente sus prendas durante todo el proceso y nos aseguramos que su pedido llegue en el tiempo comprometido.

**2.1 Descripción del negocio (demanda insatisfecha).**

Falta del servicio de agua potable ha provocado una problemática grave en los últimos años, por parte de la Administración Nacional de Acueductos y Alcantarillados (ANDA), esto ha provocado el acumulamiento de ropa esto por la sobrepoblación e incremento de proyectos habitacionales y a la desatención de la red y plantas potabilizadoras, generando inconformismo por parte de la población.

## **2.2 Descripción de los productos o servicios.**

El servicio se trata de lavado de ropa con diferentes marcas de detergentes y suavizantes y su posterior proceso en secadora, el precio será determinado por peso de ropa (kilogramos), el detergente que elija el cliente, si desea adicionar suavizante y la marca que se elija, si quiere agregar intensificadores de aroma, el servicio se brindará de manera online, recogiendo las prendas en bolsas previamente hechas por los clientes, pesaje frente a ellos y llenado de viñeta con los datos personales y lo solicitado por el mismo( servicios requeridos, marcas de productos y si necesitara producto adicional, el cual sería el intensificador de olores), se le notificara cuando el servicio esté terminado para acordar hora de entrega, también el cliente puede acercarse al local a dejar sus paquetes de ropa y siempre llenar la viñeta para posteriormente confirmarle que sus prendas ya están listas para ser recogidas, y aprovechando la compra de insumos para lavado de ropa, se ofrecerá la venta de las marcas utilizadas de manera presencial y online.

## **2.3 Estrategias a implementar**

- Garantizamos el cuidado de sus prendas, entregándolas en la fecha acordada y estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente.
- Posicionarnos en el mercado de lavandería con calidad y precios adecuados.
- Obtener los mejores precios con los proveedores para comprar a precios bajos.

## **2.4 Ventaja competitiva**

- Uso de excelentes productos para mayor duración de sus prendas.
- Brindando comodidad para los clientes en la entrega y recibido.
- Adquisición del servicio con solo con una llamada telefónica o con un clic allí estaremos.

## 2.5 Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)

Tabla 2

Análisis FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDAD
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Únicos en la Zona</li> <li>▪ Alta gama en marcas de detergentes</li> <li>▪ Calidad en los procesos de lavado de la ropa. Servicio completo de delivery.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aprovechamiento de la Falta de agua potable</li> <li>▪ Jornada laboral extensa</li> <li>▪ Alto grado de higiene</li> <li>▪ Ofrecer paquete de servicios.</li> </ul>
DEBILIDAD	AMENAZA
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desventaja frente a locales ya posicionados del mercado.</li> <li>▪ Limitada Publicidad</li> <li>▪ Altos costos de inversión inicial en maquinaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incremento en los precios de los insumos.</li> <li>▪ Adquisición de equipos tecnológicos en el mercado</li> <li>▪ Incremento de las tarifas de energía eléctrica y agua</li> </ul>

Fuente: Elaboración Propia.

### 3 PLAN ORGANIZACIONAL.

#### 3.1 Resumen de las Características Emprendedoras Personales del equipo (CEP's).

Tabla 3

##### Características Emprendedoras

N°	NOMBRE DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO	Búsqueda de Información	Creatividad	Toma de Decisiones	Toma de Riesgos	Motivación y Liderazgo	Redes de Apoyo	Planificación y	Perseverancia	Cumplimiento de metas	Comunicación
1	CHRISTIAN BENJAMÍN, ELIAS HERNANDEZ	X	x				X			X	X
2	GLORIA STEPHANIE, GUZMAN PANIAGUA			X	x			X			
3	CRISTINA GABRIELA TORRES FUENTE:S					x			x	x	

*Fuente: Elaboración Propia.*

Integrante 1 Christian: Sus competencias están ligas a la búsqueda de información, creatividad, redes de apoyo, y comunicación ya que posee la habilidad de lectura en la cual busca información para desarrollarse y así, para mantener informados a los integrantes. Con Su capacidad creativa nos brinda una imaginación para buscar maneras de crear ideas o cosas y solucionar problemas.

Integrante 2 Gloria: Sus competencias están ligadas a la toma de decisiones, Toma de riesgo y Planificación y organización ya que analiza las ventajas y desventajas de una situación, esto con el fin alcanzar una oportunidad, optimizando los tiempos y recursos necesarios y esto lo logra Planificando sus actividades con anticipación.

Integrante 3 Cristina: Sus competencias están ligadas a la Motivación y Liderazgo, Perseverancia, Cumplimiento de metas ya que es capaz de comunicar las ideas de manera brillante hasta el punto de generar motivación, así como explotar las mejores virtudes de cada uno de los integrantes del equipo además de poseer la capacidad de no perder de vista el objetivo del trabajo, pero considerando los aprendizajes positivos o negativos ayudando a superar todas las adversidades.

### 3.2 Estructura organizativa de la empresa.

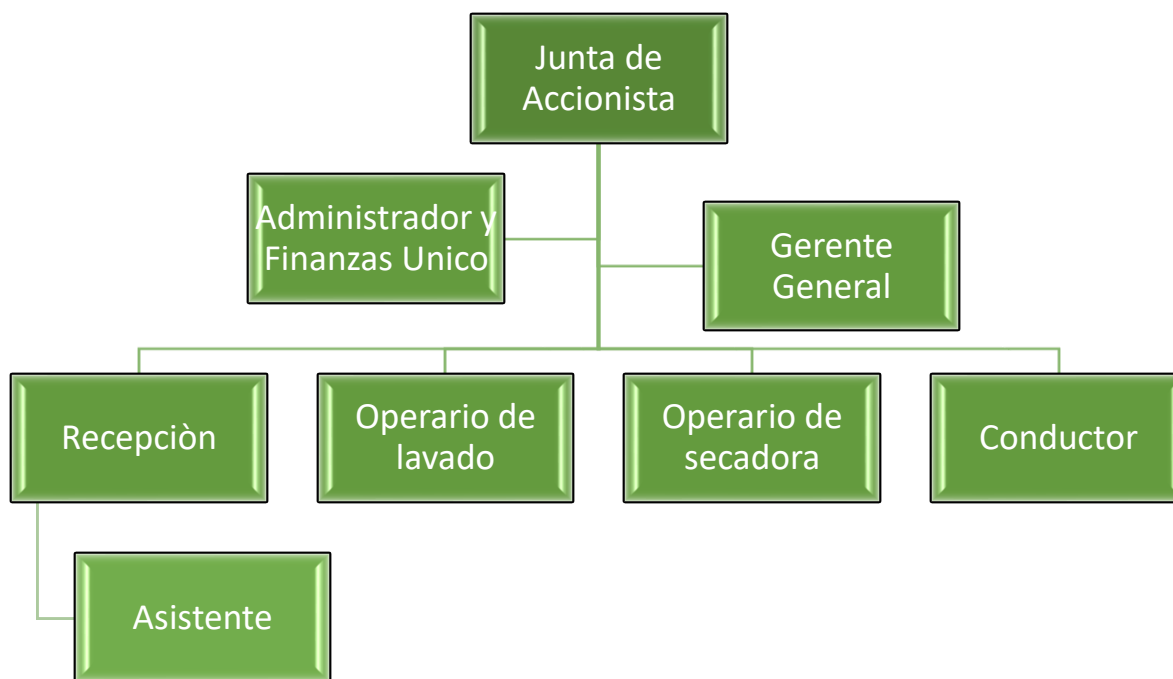


Figura 1. Organigrama de la Empresa.

Fuente: Elaboración Propia.



### 3.3 Organización de Gestión.

Tabla 4

Organización de Gestión

Área de gestión	Responsabilidades	Habilidades requeridas	Cantidades de personas	¿Quién lo hará?
Administrador y Finanzas Único	Planificación y organización y reclutamiento de personal, así como el control cuentas y presupuesto	-Estudios nivel superior, en licenciatura en Administración de empresas o carreras afines. -25-45 años -Al menos 2 años de experiencia en lavanderías. -Hombre o Mujer. -Capacidad de trabajar bajo presión.	1	Cristina Torres
Gerente General	Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa, organizar los recursos, estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera.	Estudios nivel superior, en licenciatura en Administración de empresas o carreras afines. -25-45 años -Al menos 2 años de experiencia en lavanderías. -Hombre o Mujer. -Capacidad de trabajar bajo presión.	1	Stefanie Guzmán
Recepción	-Atención a clientes por medio de telefónico y presencial, recepción de paquetes y pagos -Recepción de correos.	-Bachillerato en educación media o secretariado. -25-35 años. -Mujer -conocimiento en computadora.	1	Operario 1

Asistente	-Llevar registro de pedidos. -Pesaje de cada pedido y clasificación para su respectiva etiqueta	-Bachillerato en educación media o secretariado. -25-35 años. -Mujer	1	Sub-operario 1
Operario de lavado	Es el encargado de recoger la ropa clasificarla para hacer los ajustes pertinentes para la programación de cada máquina para las prendas	Bachillerato en educación media -25-35 años. -Hombre o Mujer -Capacidad de trabajar bajo presión. -Conocimientos en lavandería u Hoteles -Experiencia de 1 año.	2	Operario 2
Operario de Secado	Se encarga de comprobar que el proceso de clasificación y lavado sean los adecuados para luego el secado funcione adecuadamente	Bachillerato en educación media -25-35 años. -Hombre o Mujer -Capacidad de trabajar bajo presión. -Conocimientos en lavandería u Hoteles -Experiencia de 1 año.	2	Operario 3
Conductor	Encargado de cargar y distribución de cada paquete de prendas con sus respectivas prendas Recepción de pago	Bachillerato en educación media -25-40 años. -Hombre o Mujer -Capacidad de trabajar bajo presión. -Vivir en la zona o zonas aledañas -Poseer licencia liviana o pesada.	4	Operario 4

*Fuente: Elaboración Propia.*

### **3.4 Proceso de Mercadeo y Ventas.**

- Fijar los objetivos de la prestación del servicio de lavandería.
- Conocer las características y los beneficios del servicio y del negocio.
- Conocer al cliente, para esto es importante conocer la segmentación del mercado.
- Conocer las necesidades de los clientes en el segmento de interés o grupo objetivo.
- Identificar los prospectos de clientes potenciales.
- Acercamiento Previo, mediante publicidad en redes sociales.
- Presentación y demostración del servicio, para mostrar la forma en como el servicio resuelve los problemas de los clientes.
- Manejo de objeciones y sugerencias por parte de los clientes
- Cierre de la contratación del servicio de lavandería por parte del cliente
- Seguimiento, para asegurar la satisfacción del cliente con la prestación del servicio

### **3.5 Proceso Administrativo.**

- Planear para saber que, como, cuando, donde y con quién se prestará el servicio de lavandería
- Organizar para el trabajo que el personal involucrado con el lavado y secado de las prendas debe de realizar con los insumos y equipos necesarios para la prestación del servicio.
- Dirigir al personal para el logro de los objetivos previamente establecidos, a través de la comunicación, motivación y liderazgo.

- Controlar que las acciones se estén ejecutando como se han planeado y que se estén logrando los objetivos, en caso de no estar ejecutando o no logrando los objetivos, se plantean medidas de corrección y de mejora del servicio.

### **3.6 Proceso de Producción.**

- Contratación del servicio de lavandería por parte del cliente
- Recolección de las prendas en casa, oficina o punto establecido por el cliente
- Lavado y secado de las prendas según tipo de prendas, cuidados y comentarios del cliente.
- Empaquetado de las prendas limpias y secas.
- Entrega al cliente en su lugar de residencia, trabajo o punto establecido por el.

### **3.7 Proceso de Recursos Humanos.**

- Reclutamiento del personal idóneo para el cuidado de las prendas que manipulará
- Selección del personal capacitado, según experiencia y aptitudes.
- Contratación del personal seleccionado.
- Capacitación e inducción para el desarrollo de sus funciones.
- Gestionar todo lo relacionado al tema de salario, prestaciones, incentivos, etc.
- Analizar y gestionar el rendimiento de los empleados y encontrar formas de motivarlos para estimular la productividad.
- Crear un ambiente agradable de trabajo, donde los empleados se sientan a gusto y que quieran quedarse.

### 3.8 Identificación y características de proveedores.

Tabla 5

Características de proveedores

Nombre del proveedor	Producto/Servicio que provee	Teléfono	Dirección	Forma de pago	Forma y plazo de entrega
Unilever	Productos de limpieza	2297-8199	Calle al matazano, Soyapango, San Salvador.	Efectivo	3 días, retiro en sala
Super selectos	Productos de limpieza	2254-0499	Col. Santa lucia, Ilopango, SS.	Efectivo y crédito	24 horas, retiro en tienda
Maxi despensa	Productos de limpieza		Bulevar del ejército, Soyapango, SS.	Efectivo y crédito	24 horas, retiro en tienda
Pricesmart	Productos de limpieza, bolsas con cinta, etc.	2246-7400	Bulevar tutunichapa, San Salvador	Efectivo y crédito	24 horas, retiro en tienda

Fuente: Elaboración Propia.

### 3.9 Distribución en Planta.

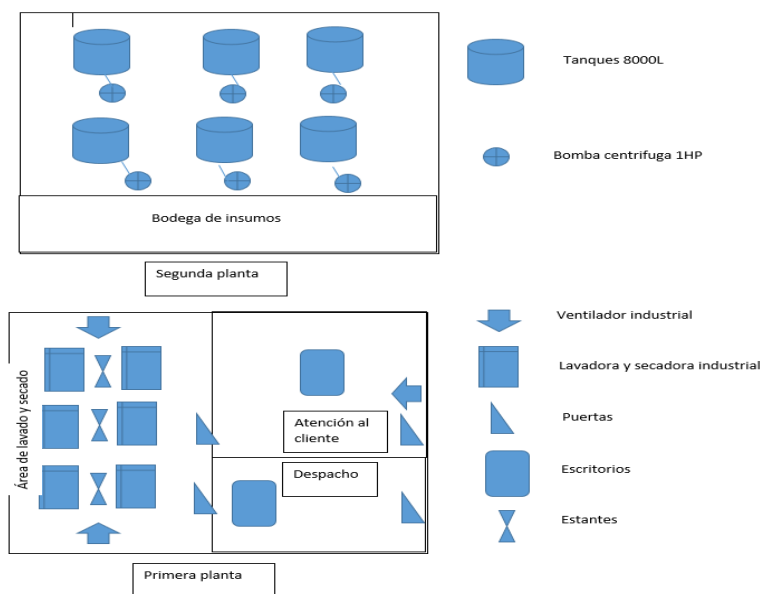


Figura 2 . Distribución en Planta

Fuente: Elaboración Propia.

### 3.10 Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo.

*Tabla 6.*

Requerimientos Generales de Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Inversión (US\$)
Lavadora	3	\$12,112.50	\$36,337.50
Secadora	3	\$8,470.00	\$25,410.00
Cisterna Externa 8,000L	3	\$1,350.00	\$4,050.00
Estantes	3	\$110.00	\$330.00
Escritorio	2	\$140.00	\$280.00
Computadora	2	\$767.55	\$1,535.1
Pesas digitales	4	\$24.00	\$96.00
Ventiladores	3	\$230.00	\$690.00
Motocicletas de reparto	2	\$700.00	\$1,400
Instalaciones	1	\$250.00	\$250.00
Bomba centrifuga jet 1HPx50L	3	\$229.00	\$687.00
<b>Total</b>			<b>\$71,065.60</b>

*Fuente: Elaboración Propia.*

## **4 PLAN DE MERCADEO.**

### **4.1 Resultados de la investigación de mercado.**

La metodología de investigación que se ocupó fueron elementos de información secundaria esto debido a la aparición de la enfermedad COVID-19 que ha venido a cambiar al mundo. En el estudio realizando se presenta la situación relacionada con el mercado de lavanderías para determinar el crecimiento del mercado y así poder hacer un pronóstico estimado.

Además, analizar desde un punto de vista general, determinando beneficios y desventajas con los que cuenta QW SV para poder sobresalir en el mercado. En los cuales tomamos en cuenta las estrategias implementadas para el mejoramiento del negocio con la capacitación al personal para que brinden una excelente atención al público y así prefieran el servicio antes que la competencia con esto podremos buscar un fortalecimiento de Convenios con diferentes marcas que patrocinen los equipos y surtan con sus detergentes con esto ayudaran en mejoras en los precios contra la competencia para así brindarles una mayor manejo de horarios y precios a todos los clientes.

### **4.2 Análisis de la situación.**

El sector de lavandería vive una época de amplia demanda y renovación. La escasez de agua y la falta de tiempo han ocasionado que los clientes busquen la manera de mantener su ropa limpia lo cual hace viable de implementación del negocio de lavandería.

Hoy en día con la modernidad y la globalización han permitido que las personas adopten los beneficios que esta ofrece, en función de la satisfacción de sus necesidades reales. 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 mediante cada servicio prestado.

*Tabla 7*

Análisis de la Competencia.

Competencia	Descripción general
1. Dry Clean Martinizing	Empresa americana de lavandería con sucursales que se concentran en el área metropolitana de San Salvador y en algunos casos con alguna sucursal en el interior del país con formas de pago en efectivo o con tarjetas además de poseer ubicación estratégica pero no cuenta con servicio a domicilio
2. Lavandería Jardines	Es una empresa salvadoreña que posee dos sucursales San Luis, Merliot que cuenta con una buena ubicación sus formas de pagos son en efectivo y con tarjetas, pero no poseen publicidad además de poseer un servicio a domicilio con cargos extra
3. Lavandería lavapronto	Es una empresa salvadoreña que posee una sucursal en Colonia Miramontes cuentan servicio de lavandería además cuenta servicio a domicilio con formas de pago en efectivo y con tarjetas, pero no cuenta con establecimiento amplio para la maquinaria no poseen servicio a domicilio.

Fuente: <https://www.nexdu.com/sv/q/lavanderias>



*Tabla 8*

Productos o servicios para ofrecer.

Nombre	Uso o aplicación	Precio de venta estimado
Servicio de lavandería	Bolsa de lavandería (lavado de prendas jeans, camisas, ropa de vestir, zapatos, suéter, ropa deportiva ropa de niños) no incluye secado en seco ni planchado con un tamaño 16 prendas o 18 lb	\$7.00
Servicio de hogar	Limpieza de edredones, toallas, cubrecamas, colchas, alfombras, cortinas, manteles, mantas con un límite de 18 lbs	\$13.00

*Fuente: Elaboración Propia.*

▪ Mercado Objetivo.

El mercado objetivo son todas las personas que poseen un desabastecimiento de agua potable que ha obligado a los habitantes del municipio de Ilopango en la colonia Santa Lucía y Aledañas que están en busca de servicios de lavandería que sean prácticos y les brinden comodidad, en el precio ya que será determinado por el peso de la ropa en kilogramos o libras.

▪ Perfil Consumidor del Cliente.

Edad : De 23 a 65 años

Sexo : Femenino, Masculino

Estatus económico : Media

Lugar de residencia : Habitantes del municipio de Ilopango en la colonia Santa Lucía y Aledañas y el área metropolitana

- Fortaleza y oportunidades de los productos y servicios.

QW SV ofrece un servicio de lavado de prendas, para lo cual se pretende utilizar productos de calidad como son sus detergentes, los cuales garanticen el mejor cuidado e higiene de las prendas a lavarse siendo los únicos en la zona del municipio de Ilopango en la colonia Santa Lucía y Aledañas, además de contar con un servicio de delivery les brinden comodidad a los clientes.

- Objetivos y metas de mercadeo.

Tomando en cuenta su fortaleza, debilidades, oportunidades, y amenazas, es decir los factores que afectan tanto internos como externos, QW SV es necesario establecer los objetivos básicos que el negocio desea alcanzar en base a la matriz FODA. Los objetivos y meta son los siguientes:

- Subsanan la necesidad de lavado de ropa, ante la falta de agua que afecta a la población del gran San Salvador.
- Establecer el mejor servicio del mercado para ser la mejor opción de las personas cubriendo las necesidades de lavandería.
- Construir una cadena de lavanderías para las instituciones que demande el servicio.
- Posicionarse como la lavandería preferida de los clientes a nivel nacional
- Mix de mercadeo (producto, precio, promoción y plaza)
- Producto

El servicio que ofrecemos es de lavandería ofreciendo dentro de él, los 2 tipos: lavado y secado (básico, medio, Premium, plus) lavado y secado especial (edredones, zapatos, y otras prendas de mayor volumen); complementándolo con una buena higiene y delicadeza a la hora de

manipulación de todas las prendas. El cliente podrá realizar el pedido de recojo y entrega delivery desde WhatsApp o sitio Web también recogiendo el pedido en la sucursal.

- Precio

El precio del servicio de lavado y secado será pesado en libras y oscilaran desde los \$7.00 hasta los \$13.00 dependiendo del servicio que solicite. Ver anexo página web <https://qwsv.wordpress.com/> para ver precios.

El Delivery será gratis a partir del tercer servicio de lavado o más cargas de lavado Ofrecemos un descuento del 20% en el primer servicio de lavado. 10% de descuento al presentar volante publicitario

- Plaza

El canal de distribución de “QW SV” es la distribución directa ya que el servicio que brindará se dará directamente al cliente.

Además, la zona dónde se ubicará la empresa es estratégica debido a que no existe competencia directa en el área y existen muchas familias que posee escasas de agua en la zona de influencia.

Otro canal que ocupara la empresa será es el mismo personal motorizado que se encargará de recoger la ropa y entregarla lista, será en este caso el administrador de la interacción física y de este dependerá en gran parte la buena o mala experiencia que obtenga el cliente.

- Promoción

Se realizaran diversas estrategias de publicidad, las cuales comprenden Anuncios Publicitarios en nuestra Sucursal, la utilización de los medios de comunicación digitales de los cuales la población hace mayor uso Whatsapp, Instragram, Facebook, para informales el tipo de

promoción que se estará brindando como, así mismo la distribución de volantes, página web, mantas publicitarias en lugares estratégicos, parque central y mercado todo esto tomando en cuenta que los medios comunicativos antes mencionados, son los más utilizados por la población.

- Imagen Corporativa.



*Figura 3 . Logo del Producto*  
*Fuente: Elaboración Propia.*

Slogan:

“Menos preocupaciones, limpio y fresco”

- Estrategia de Marketing. Describir:

Estrategia que implementara QW SV son Diferenciación por precio, rapidez y calidad en la entrega oportuna del servicio de la forma siguiente.

- Garantizamos el cuidado de sus prendas, entregándolas en la fecha acordada y estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente.
- Posicionarnos en el mercado de lavandería con calidad y precios adecuados.
- Obtener los mejores precios con los proveedores para comprar a precios bajos.
- Tácticas de mercadeo

- ✓ Adquirir maquinarias de alta eficiencia que requieran menos agua por cada lavada
- ✓ Crea una cuenta en las redes de tendencia (instagram-shopping, Facebook, Whatsapp entre otras) y llegar a cada uno de los consumidores.
- ✓ Renegocia a largo plazo ya que con esto los proveedores brindaran mejores condiciones si estableces un contrato a largo plazo.

### Ejecución y control

#### 1. Recolección de las prendas

Las prendas son recogidas en los hogares de los clientes siguiendo protocolos de seguridad y limpieza. Allí se pesan y se trasladan a la lavandería

#### 2. Clasificación

Manchas, materiales, colores y productos a utilizar según el cliente lo solicite son algunos de los requerimientos que se tienen en cuenta para clasificar las prendas y así etiquetarlas para posteriormente llevarlas a lavar

#### 3. Lavado y secado.

En este punto todas las prendas son puestas en la máquina de lavado y llevada a secado con el modo apropiado. Se tiene en cuenta la capacidad de cada máquina por el equipo de profesionales. Acá ya se ha realizado un control de calidad por parte de la lavandería que garantizará que la prenda esté totalmente limpia.

Con esto el cliente tendrá un ahorro es muy evidente, **en 45 minutos** y con la oportunidad de lavar hasta 18 lb de ropa limpia y seca que posteriormente serán entregadas por orden de llegada al cliente en fechas estipuladas

## **5. PLAN DE VENTAS.**

Liste las personas o el número de personas que dentro de su equipo de ventas estará a cargo de cada tarea.

**Administración de ventas: 1**

Número de empleados en atención al cliente: 2

Las personas que forman su equipo de ventas, **¿Tienen otras responsabilidades además de atención al cliente?**

Dar información de los servicios prestados, recibir y pesar los paquetes y emitir factura con total de servicio.

**¿Qué comisiones pagará usted al personal de ventas?**

Por tratarse de nosotros mismos, los únicos que obtendrían por el momento comisión serían los motociclistas al tratarse de un servicio de urgencia, el cual tendría un costo adicional del 15% sobre el total del costo de servicio.

**¿Cómo supervisará a su equipo de ventas?**

Con medición de ventas semanales, tomando en cuenta factores externos.

**¿Cómo entrenará específicamente a su personal de ventas?**

Buen trato al cliente, excelente presentación, conocedor de los servicios.

## **5.1 Ciclo de Ventas.**

### **Prospección.**

¿Cómo identificará a potenciales clientes?

Los potenciales clientes serán personas mayores a 18 años, sexo indiferente, que en su grupo familiar la mayoría estudie y/o trabaje, que resida en zonas con problemas de abastecimiento de agua potable/tiempo.

¿Qué métodos usará usted para determinar los intereses de los clientes?

Los clientes serán atraídos por el servicio el cual les quitara un peso de encima, al tener principalmente la dificultad de abastecerse de agua potable, la cual es necesaria para muchas labores domésticas y la cual se debe priorizar su uso (aseo personal, lavar vajillas, inodoros y lavado de manos esencial para evitar la propagación del covid-19), y el hecho de evitar estar comprando agua a personas que ofrecen el servicio de pipas, a la vez que se ahorran tiempo, el cual se tiene poco por el tráfico pesado en la mayor parte de calles en el AMSS.

### **Contacto con los clientes**

¿Quién contactará a los potenciales clientes?

Mediante publicidad (página web, FB,Whatsapp, Instagram y Tik tok )

¿Cuándo serán contactados los potenciales clientes?

Mediante publicidad ( página web,FB,Whatsapp, Instagram y Tik tok )

¿Quién contactará a los clientes actuales?

Mediante WhatsApp, ofreciendo promociones para tener la fidelidad

### **Reunión o presentación**

Cada ejecutivo de atención al cliente deberá de llevar control de sus respectivos clientes, y presentar un reporte semanal a supervisor, indicando la cantidad de clientes, tipo de lavado, insumos utilizados.

También manejará la información de posibles clientes, medios de afluencia, medios de comunicación, promociones ofrecidas.

### **Manejo de Objeciones.**

Se tendrá un buzón de sugerencias para que los clientes puedan colocar los puntos de mejora con respecto al servicio.

Así mismo al entregarle al cliente sus prendas, se le enviará al cliente una pequeña encuesta sobre la atención recibida por medio de WhatsApp, esto nos servirá para evaluar la atención brindada y la calidad de los servicios.

### **Cierra de Ventas.**

Cada ejecutivo que atienda a un prospecto de cliente se hará responsable hasta que el cliente realice la contratación del servicio de lavandería, se designará a un supervisor encargado de fijar las metas a los diferentes ejecutivos.

### **Servicio post venta**

¿Qué otros productos o servicios podemos ofrecerle para futuras ventas?

Productos de limpieza en el hogar y para lavandería



## 5.2 Proyección de Ventas.

Se presenta la planificación de ventas que se generaran durante el primer año de operación de la empresa, se ha considerado la estacionalidad de acuerdo con el giro de la empresa y el crecimiento previsto en la puesta en marcha.

*Tabla 9*  
Proyección de Ventas.

servicio	VU	Unidad de medida	Año 1 (\$)											
			Meses											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
lavado con detergente económico y sin suavizante	\$7,00	Carga	\$1.575,00	\$1.995,00	\$2.415,00	\$2.730,00	\$3.500,00	\$4.200,00	\$4.200,00	\$5.250,00	\$6.300,00	\$8.400,00	\$10.150,00	\$11.375,00
lavado con detergente calidad media y suavizante	\$8,00	Carga	\$800,00	\$1.120,00	\$1.280,00	\$1.920,00	\$2.080,00	\$2.400,00	\$2.800,00	\$3.360,00	\$4.000,00	\$4.560,00	\$5.200,00	\$5.600,00
lavado con detergente premium y suavizante	\$9,00	Carga	\$225,00	\$270,00	\$315,00	\$405,00	\$540,00	\$675,00	\$810,00	\$855,00	\$945,00	\$1.125,00	\$1.125,00	\$1.350,00
lavado con detergente Premium, suavizante e intensificador de aromas	\$11,00	Carga	\$165,00	\$165,00	\$220,00	\$297,00	\$418,00	\$539,00	\$737,00	\$880,00	\$1.067,00	\$1.430,00	\$1.650,00	\$2.200,00
lavado de edredones, almohadas, zapatos y otros con mayor volumen	\$13,00	Carga	\$1.040,00	\$1.040,00	\$1.248,00	\$1.560,00	\$2.080,00	\$2.600,00	\$3.120,00	\$4.680,00	\$6.240,00	\$7.280,00	\$10.400,00	\$12.480,00
<b>Total, de ventas mensuales</b>			\$3,805.00	4,590.00	\$5,478.00	\$6,912.00	\$8,618.00	\$10,414.00	\$11,667.00	\$15,025.00	\$18,552.00	\$22,795.00	\$28,525.00	\$33,005.00
			<b>Total, de ventas anual</b>				\$169,386.00							

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 10

Proyección de Ventas a largo plazo.

Producto o servicio	Valor unitario	Unidad kilo metro litro etc.	Año 2				Año 3				Año 4	Año 5
			Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4		
lavado con detergente económico y sin suavizante	\$7,00	carga	\$7.253,82	\$12.216,96	\$16.543,80	\$18.134,55	\$7.253,82	\$12.216,96	\$16.543,80	\$18.134,55	\$106.183,85	\$128.697,74
lavado con detergente calidad media y suavizante	\$8,00	carga	\$3.878,40	\$7.756,80	\$12.313,92	\$18.616,32	\$3.878,40	\$7.756,80	\$12.313,92	\$18.616,32	\$62.518,66	\$75.772,62
lavado con detergente premium y suavizante	\$9,00	carga	\$1.963,44	\$3.926,88	\$6.317,55	\$8.726,40	\$1.963,44	\$3.926,88	\$6.317,55	\$8.726,40	\$30.748,30	\$37.265,07
lavado con detergente premium , suavizante e intensificador de aromas	\$11,00	carga	\$666,60	\$1.522,07	\$3.255,23	\$6.399,36	\$666,60	\$1.522,07	\$3.255,23	\$6.399,36	\$17.385,30	\$21.061,83
lavado de edredones, almohadas, zapatos y otros con mayor volumen	\$13,00	carga	\$4.030,91	\$7.562,88	\$17.016,48	\$36.553,92	\$4.030,91	\$7.562,88	\$17.016,48	\$36.553,92	\$95.726,30	\$116.028,39
<b>Total de ventas trimestrales</b>			\$17.793,17	\$32.985,59	\$55.446,98	\$88.430,55	\$17.793,17	\$32.985,59	\$55.446,98	\$88.430,55		
<b>Total de ventas anuales</b>			\$194.656,29				\$257.892,50				\$312.562,41	\$378.825,65

Fuente: Elaboración Propia .

Se recomienda realizar una proyección de ventas para los próximos 4 años de operación de la empresa, calculando las ventas trimestrales del año 2 y 3, así como también las ventas anuales del año 4 y 5.

## 6. PLAN FINANCIERO.

### 6.1 Plan de Inversión.

Presupuesto de Equipo y Herramientas, Materia prima e Insumos Iniciales y Materiales de construcción (adecuación del local).

Tabla 11

Presupuesto de Equipo y Herramientas

	Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Lugar de Compra
Equipos y Herramientas	computadoras	Unidad	2	\$767.50	\$1,535.10	Zona digital
	tanques de captación de agua 8,000 litros	Unidad	3	\$1,350.00	\$4,050.00	Freund
	bomba centrifuga de 1HP	Unidad	3	\$229.00	\$687.00	Freund
	estantes	Unidad	3	\$110.00	\$330.00	Freund
	escritorios	Unidad	2	\$140.00	\$280.00	Freund
	ventiladores industriales	Unidad	3	\$230.00	\$690.00	Freund
	basculas digitales	Unidad	4	\$24.00	\$96.00	Freund
	Lavadora industrial	Unidad	3	\$12,112.50	\$36,337.50	PROMAIC A
	Secadora industrial	Unidad	3	\$8,470.00	\$25,410.00	PROMAIC A
SUBTOTAL					\$69,415.60	
Materia Prima e Insumos Iniciales	Detergente surf 15Kg	Unidad	100	\$12.25	\$1,225.00	Walmart
	Detergente xedex 11Kg	Unidad	74	\$15.99	\$1,183.26	Pricesmart
	Detergente Tide pods 132u	Unidad	25	\$36.99	\$924.75	Pricesmart
	Suavizante Menber's selection 10L	Unidad	30	\$14.29	\$428.70	Pricesmart
	Downy unstopables	Unidad	30	\$13.79	\$430.70	Pricesmart
	Paños suavizantes menber's selection	Unidad	30	\$5.79	\$173.70	Pricesmart
	Guantes de vinilo 50P	Unidad	50	\$7.79	\$389.50	Pricesmart

	Caja mascarilla quirúrgica 50 U	Unidad	140	\$1.75	\$244.39	Meiloung Traiding
	<b>SUBTOTAL</b>				\$5,000.00	
Materiales de Construcción (adecuación)						
	<b>SUBTOTAL</b>				\$	
<b>TOTAL, DE: EQUIPO Y HERRAMIENTAS, MATERIALES E INSUMOS INICIALES Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN</b>					\$74,415.60	

*Fuente: Elaboración Propia*

Plan de inversión capital de trabajo. Según requerimientos del giro del negocio.

*Tabla 12*

Plan de inversión capital de trabajo

Descripción	Cantidad (meses)	Monto gastado mensual	Gasto Total
<b>Alquiler de local</b>	12		
		\$250.00	\$3,000.00
<b>Servicios Básicos</b>	12		
<b>Agua potable</b>		\$300.00	\$3,600.00
<b>Energía eléctrica</b>		\$200.00	\$2,400.00
<b>Servicio de telefonía</b>		\$170.00	\$2,040.00
<b>Salario</b>	12		
<b>Salarios 5 empleados</b>		\$1710.95	\$20,531.40
<b>Promoción y Publicidad</b>	12		
<b>Promoción</b>		\$200.00	\$2,400.00
<b>Otros</b>			
Insumos		\$5,000.00	\$5,000.00
Empaque		\$900.00	\$900.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			\$39,271.40

*Fuente: Elaboración Propia*

## Total de la inversión.

### INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Inversión en concepto de Equipo y Herramientas, Materia prima e \$113,987.00  
Insumos Iniciales y Materiales de construcción (adecuación del local) +  
inversión en capital de trabajo.

## 6.2 Estructura de costos.

- Costos Variables Unitarios

*Tabla 13*

Costos Variables Unitarios

Producto o Servicio	Costo Variable de Materia prima	Costo Variable de Mano de Obra	Costo Fijo Unitario	Costo Total Unitario
lavado con detergente económico y sin suavizante	\$1.15	\$1.56	\$2.51	\$5.22
lavado con detergente calidad media y suavizante	\$1.35	\$1.56	\$2.51	\$5.42
lavado con detergente premium y suavizante	\$1.65	\$1.56	\$2.51	\$5.72
lavado con detergente Premium , suavizante e intensificador de aromas	\$2.65	\$1.56	\$2.51	\$6.72
lavado de edredones, almohadas, zapatos y otros con mayor volumen	\$3.65	\$1.56	\$2.51	\$7.72

*Fuente: Elaboración Propia*

- Costos totales de un año de operación.

*Tabla 14*

Costos totales de un año de operación.

<b>Producto o Servicio</b>	<b>Total de Costos Variables</b>	<b>Total de Costos Fijo</b>	<b>Costos Totales</b>
lavado con detergente económico y sin suavizante	\$10,200.50	\$6,907.99	\$17,108.49
lavado con detergente calidad media y suavizante	\$5,926.50	\$6,907.99	\$12,834.49
lavado con detergente premium y suavizante	\$1,584.00	\$6,907.99	\$8,491.99
lavado con detergente Premium , suavizante e intensificador de aromas	\$2,353.20	\$6,907.99	\$9,261.19
lavado de edredones, almohadas, zapatos y otros con mayor volumen	\$15,096.40	\$6,907.99	\$22,004.39

\*Detalle de costeo en anexo *Fuente: Elaboración Propia*

### 6.3 Flujo de Efectivo.

Tabla 15

Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo Proyectado para el primer año de operaciones													
	Año 1												Total Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingreso por Ventas	3,805.00	4,590.00	5,478.00	6,912.00	8,618.00	10,414.00	11,667.00	15,025.00	18,552.00	22,795.00	28,525.00	33,005.00	169,386.00
Costo de Bienes Vendidos	766.75	898.00	1,073.90	1,356.30	1,709.70	2,078.60	2,364.55	3,112.25	3,892.30	4,744.25	6,068.75	7,095.25	35,160.60
Ganancia Bruta	\$ 3,038.25	\$ 3,692.00	\$ 4,404.10	\$ 5,555.70	\$ 6,908.30	\$ 8,335.40	\$ 9,302.45	\$ 11,912.75	\$ 14,659.70	\$ 18,050.75	\$ 22,456.25	\$ 25,909.75	\$ 134,225.40
Salarios	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	1,710.95	20,531.40
Prestaciones	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	168.80	2,025.60
Alquileres de Locales	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	3,000.00
Alquileres de Maquinaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mantenimiento	53.27	64.26	76.69	96.77	120.65	145.80	163.34	210.35	259.73	319.13	399.35	462.07	2,371.40
Seguros	53.27	64.26	76.69	96.77	120.65	145.80	163.34	210.35	259.73	319.13	399.35	462.07	2,371.40
Agua, Gas, Electricidad	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	12,000.00
Comunicaciones	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	170.00	2,040.00
Útiles de Oficina	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Promoción y Publicidad	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Pasajes y Viáticos	26.64	32.13	38.35	48.38	60.33	72.90	81.67	105.18	129.86	159.57	199.68	231.04	1,185.70
Transportes	133.18	160.65	191.73	241.92	301.63	364.49	408.35	525.88	649.32	797.83	998.38	1,155.18	5,928.51
Depreciación	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	1,184.43	14,213.12
Gastos de constitución	30.44	36.72	43.82	55.30	68.94	83.31	93.34	120.20	148.42	182.36	228.20	264.04	1,355.09
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 5,130.97	\$ 5,192.20	\$ 5,261.46	\$ 5,373.31	\$ 5,506.38	\$ 5,646.47	\$ 5,744.20	\$ 6,006.13	\$ 6,281.23	\$ 6,612.19	\$ 7,059.13	\$ 7,408.57	\$ 71,222.23
Intereses Pagados	462.97	456.58	450.16	443.70	437.19	430.65	424.06	417.44	410.77	404.06	397.31	390.51	5,125.38
Ganancia Gravable(GAI)	\$ (2,555.68)	\$ (1,956.78)	\$ (1,307.52)	\$ (261.31)	\$ 964.73	\$ 2,258.28	\$ 3,134.19	\$ 5,489.19	\$ 7,967.70	\$ 11,034.51	\$ 14,999.82	\$ 18,110.67	\$ 57,877.79
Reserva Legal 7%	\$ (178.90)	\$ (136.97)	\$ (91.53)	\$ (18.29)	\$ 67.53	\$ 158.08	\$ 219.39	\$ 384.24	\$ 557.74	\$ 772.42	\$ 1,049.99	\$ 1,267.75	\$ 4,051.45
SUBTOTAL													\$ 53,826.34
Impuesto sobre Renta(30%)													16,147.90
Ganancia Neta	\$ (2,555.68)	\$ (1,956.78)	\$ (1,307.52)	\$ (261.31)	\$ 964.73	\$ 2,258.28	\$ 3,134.19	\$ 5,489.19	\$ 7,967.70	\$ 11,034.51	\$ 14,999.82	\$ 18,110.67	\$ 37,678.44

Fuente: Elaboración Propia

#### 6.4 Análisis de Rentabilidad y Punto de Equilibrio.

Tabla 16

Análisis de Rentabilidad

<b>ANALISIS DE LA RENTABILIDAD DATOS DE UN AÑO DE OPERACIONES</b>	
	<b>PRODUCTO</b>
Producción estimada (en unidades de medida)	19,244
Venta (\$)	\$89,879.03
Costos (Suma de costos variables y fijos totales)	(\$69,700.55)
<b>RENTABILIDAD</b>	<b>\$20,178.48</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Tabla 17

Punto de equilibrio en Unidades y Monto:

<b>Productos/Servicios</b>	<b>En unidades Unidades</b>	<b>En Valor (\$)</b>
	10,211.19	\$89,879.03

*Fuente: Elaboración Propia*



## 6.5 Estado de Resultado Proyectado.

Tabla 18

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por Ventas	169,386.00	194,656.29	257,892.50	312,562.41	378,825.65
Costo de Bienes Vendidos	35,160.60	41,066.04	53,380.71	64,696.98	78,412.95
Ganancia Bruta	\$ 134,225.40	\$ 153,590.25	\$ 204,511.79	\$ 247,865.44	\$ 300,412.70
Salarios	20,531.40	29,031.40	29,321.71	38,076.34	42,730.11
Prestaciones	2,025.60	2,025.60	2,025.60	2,025.60	2,025.60
Alquileres de Locales	3,000.00	3,503.81	4,642.07	5,626.12	6,818.86
Alquileres de Maquinaria	-	-	-	-	-
Mantenimiento	2,371.40	2,725.19	3,610.50	4,375.87	5,303.56
Seguros	2,371.40	2,725.19	3,610.50	4,375.87	5,303.56
Agua, Gas, Electricidad	12,000.00	13,820.60	18,310.37	22,191.93	26,896.62
Comunicaciones	2,040.00	2,335.88	3,094.71	3,750.75	4,545.91
Útiles de Oficina	1,800.00	2,141.22	2,836.82	3,438.19	4,167.08
Promoción y Publicidad	2,400.00	2,725.19	3,610.50	4,375.87	4,375.87
Pasajes y Viáticos	1,185.70	1,362.59	1,805.25	2,187.94	2,651.78
Transportes	5,928.51	6,812.97	9,026.24	10,939.68	10,939.68
Depreciación	14,213.12	14,213.12	14,213.12	14,213.12	14,213.12
Gastos de constitucion	1,355.09	1,557.25	2,063.14	2,500.50	3,030.61
Total Gastos Generales y de Admón.	\$ 71,222.23	\$ 84,980.00	\$ 98,170.50	\$ 118,077.79	\$ 133,002.37
Intereses Pagados	5,125.38	4,140.52	3,079.20	1,935.48	702.98
Ganancia Gravable(GAI)	\$ 57,877.79	\$ 64,469.72	\$ 103,262.09	\$ 127,852.16	\$ 166,707.36
Impuesto sobre Renta(30%)	16,147.90	19,340.92	30,978.63	38,355.65	50,012.21
Ganancia Neta	\$ 37,678.44	\$ 45,128.81	\$ 72,283.46	\$ 89,496.51	\$ 116,695.15

Fuente: Elaboración Propia

## 7. PLAN DE TRABAJO.

A continuación, se describe en el siguiente cronograma las actividades necesarias para la puesta en marcha del negocio, considerando permisos, capacitaciones, gestiones con instituciones entre otros durante un periodo de un año.

*Tabla 19*

Cronograma de Actividades

Numero	Objetivo	Acciones	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de fin	Recursos
1	Adecuar Instalaciones	Realizar el contrato de arrendamiento, modificación del local.	Christian Elías	1/12/2021	15/12/2021	Económicos
2	Compra de Equipo	Adquisición del Equipo operativo y comercial	Gloria Guzmán	25/11/2021	25/11/2021	Económicos
3	Instalación de Equipo	Instalación de máquinas de Lavado y secado	Christian Elías	1/12/2021	15/12/2021	Maquinaria
4	Selección y contratación de Personal	Publicación de Plaza, evaluación y entrevistas a los candidatos, selección y contratación	Cristina Torres	20/12/2021	20/12/2021	Humanos
5	Capacitación al personal	Inducción en la atención a clientes, el uso de las máquinas y el cuidado de las prendas	Cristina Torres	21/12/2021	23/12/2021	Humanos
6.	Inicio de publicidad en las diferentes redes sociales	Realizar plan de promoción en las redes sociales para lograr la captación del cliente	Gloria Guzmán	26/12/2021		Mercadeo
7.	Inicio de Operaciones	Inicio de atención a clientes	Personal contratado	27/12/2021		Humano

*Fuente: Elaboración Propia*

## 8. PLAN DE CONTINGENCIA.

- Medidas generales de prevención

Contar con la capacitación del cuerpo de bombero en caso de siniestro

Contar con la capacitación de protección civil en caso de desastres naturales.

Capacitar al personal en primeros auxilios y tener insumos médicos en casos de ser necesitados

- Acciones preventivas

Verificar que las instalaciones eléctricas siempre estén en condiciones óptimas, contar con rutas de evacuación, contar con extinguidores, verificar que las máquinas y equipos queden apagados al finalizar la jornada de trabajo.

- Acciones en caso de siniestro

Utilizar Extinguidores para controlar el fuego, buscar un lugar de evacuación para salvaguardar la vida del personal y los clientes que se encuentren en el lugar, contar con cisterna para la atención e incendios, llamar a los bomberos.

- Manejo de crisis

Calamar al personal y brindar atención psicológica en casos necesarios, abordar a los empleados que se encuentren en crisis y brindarles toda la atención y ponerlos a salvo.

- Plan de continuidad

Mantener los planes establecidos y mejorarlos y actualizarlos cada mes a fin de estar preparados ante cualquier situación que se presente.

- Seguridad de los activos

Contratar el un seguro en caso de siniestro, robo o daño de la maquinaria, equipo, mobiliario e instalaciones.

- Plan de acción

Contar con los recursos necesarios para poner en marcha lo planeado, así como contar con la formación necesaria para la capacitación del recurso humano en casos de una posible crisis.

Contar con planes de contingencia en casos de una posible catástrofe, un plan de respaldo para clientes en caso de las prendas se vieran afectas en caso de un siniestro o catástrofe.

## 9. CONCLUSIONES

Los elevados costos de las viviendas obligan a las personas alquilar casas o habitaciones para poder ubicarse cerca de las zonas con mayor número de empresas, siendo San Salvador uno de los más habitados y con mayor tráfico, donde las personas buscan disminuir tiempo y dinero en actividades, donde incluimos el lavado de prendas que es el servicio que ofrecemos adaptándonos a las necesidades de los usuarios.

Los precios deben de ser competitivos y lo más llamativos posible, sin perder de vista y trazar porcentajes de ganancias que nos ayuden a crecer, y seguir expandiendo nuestra zona de cobertura así también ampliar los servicios prestados a los clientes.

Los análisis financieros nos indican que el proyecto es viable y con excelentes proyecciones para los próximos cinco años, también siempre se debe estar sondeando precios y costos, para realizar modificaciones y no caer en pérdidas y por ende la quiebra del negocio.

Para iniciar nuestra empresa tuvo que conocer las diferentes etapas fundamentales que se consideran para un plan de negocio

Al hacerse el análisis del plan de mercado se pudo conocer la demanda insatisfecha de servicio de lavandería en la colonia santa lucia del municipio de Ilopango concluyendo que es posible ofrecer este tipo de servicio

La investigación evidenció un problema de la falta de agua en la zona lo cual nos permitió que 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.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Soto. A, Melián F. Brito V. Avero R. *501 Ideas de Negocio*.
- Guillebeau C. (2013). *100€ Startup Ponte En Marcha*. Anaya Multimedia.
- Ríes E. (2011). *El método lean startup*. Estados Unidos. Editorial Centro Libro PAFF, SLU
- American Psychological Association (2010). Manual de Publicaciones de la American Psychological Association (6 ed.). México, D.F.: Editorial El Manual Moderno
- Centro de Escritura Javeriano. (2018). Normas APA, sexta edición. Cali, Colombia: Pontiëcia Universidad Javeriana, seccional Cali.

## 11. ANEXOS

ANEXO 1: Detalle y cálculos de costo variables unitarios y totales.

Tabla 20

### ▪ COSTO VARIABLE MATERIA PRIMA

NOMBRE PRODUCTO O SERVICIO	Descripción de la materia prima	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total (cantidad x precio)
Surf	Detergente	100	Unidad	\$12.25	\$1,225.00
Xedex	Detergente	75	Unidad	\$15.99	\$1,199.25
Tide pods	Detergente	25	Unidad	\$36.99	\$924.75
Downy	Aroma	30	Unidad	\$13.79	\$413.70
Dryer sheets	Suavizante secadora	30	Unidad	\$5.79	\$173.70
Safety zone	Guantes vinilo	50	Unidad	\$7.79	\$389.50
Kogy	Mascarillas quirúrgicas	160	Unidad	\$1.534	\$245.40
Fabric softener	Suavizante	30	Unidad	\$14.29	\$428.70
<b>Sumatoria del Costo variable de materia prima</b>					<b>\$5,000.00</b>
<b>Total de producción (cantidad)</b>					<b>1,604</b>
<b>Costo variable materia prima / total de producción = Costo variable unitario de materia prima</b>					<b>\$3.12</b>

Total de año / 12 meses= 1,604

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 21

### ▪ CÁLCULO DE COSTO DE MANO DE OBRA

PRODUCTO O SERVICIO	Descripción del Tipo de Personal	Descripción del Tipo de Salario por periodo	Número de Personas	Total Salarios Mensuales
Administrativo	Servicio y atención		3	\$1,500.00
Delivery	motociclistas		2	\$1,000.00
<b>Costo variable mano de obra</b>				<b>\$2,500.00</b>
<b>Total de producción en libras (cantidad)</b>				<b>1604</b>
<b>Costo variable mano de obra / total de producción = Costo variables unitario de mano de obra.</b>				<b>\$1.56</b>

Fuente: Elaboración Propia

## ANEXO 2: SITIO WEB

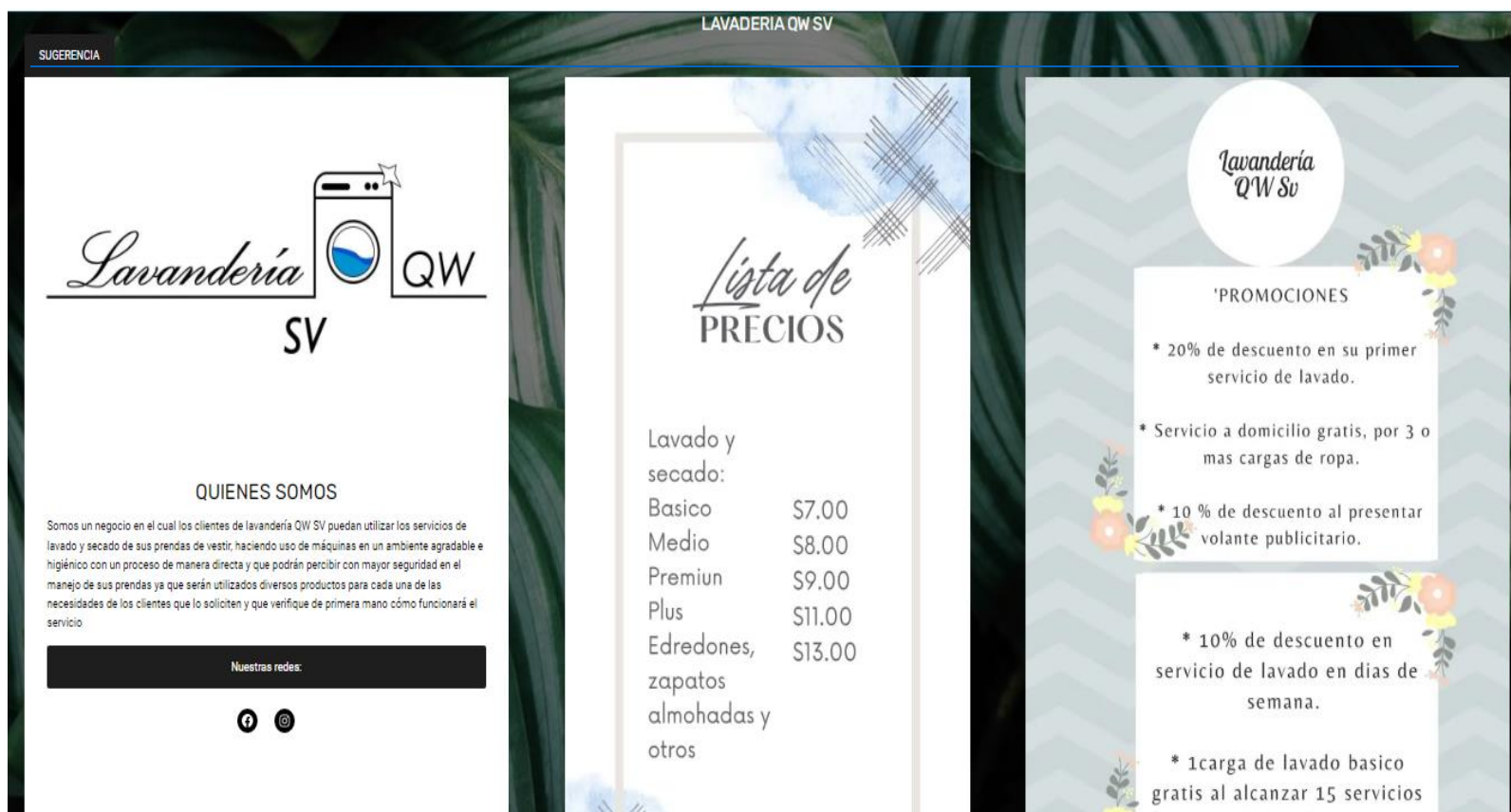


Figura 4. Sitio Web

Fuente: <https://qwsv.wordpress.com/>



### ANEXO 3: Detalle y cálculos de Financiamiento de Maquinaria

Para capitalización inicial del negocio se considera un préstamo bancario de \$74074.60 el cual se pagará a 60 meses con una tasa de interés estimada del 7.50% con una cuota de \$ 1,484.30 mensual

Tabla 22.

#### Financiamiento

Concepto	FINANCIAMIENTO			
	Monto	Fondos Propios	Fondos - ETI	Préstamos Financieros
<b>Locales:</b>	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -	\$ -
alquiler de vivienda de 2 plantas	\$250.00	\$250.00		\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Maquinaria:</b>	\$ 61,747.50	\$ -	\$ -	\$ 61,747.50
3 lavadoras industriales	\$36,337.50			\$ 36,337.50
3 secadoras industriales	\$25,410.00			\$ 25,410.00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Equipo:</b>	\$ 7,572.10	\$ 2,145.10	\$ -	\$ 5,427.00
2-computadoras	\$1,535.10	\$1,535.10		\$ -
3 tanques de captacion de agua 8,000 litros	\$4,050.00			\$ 4,050.00
3 bomba centrifuga de 1HP	\$687.00			\$ 687.00
3 estantes	\$330.00	\$330.00		\$ -
2 escritorios	\$280.00	\$280.00		\$ -
3 ventiladores industriales	\$690.00			\$ 690.00
<b>Herramientas de Trabajo:</b>	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ -	\$ -
basculas digitales	\$96.00	\$96.00		\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Vehículos:</b>	\$ 1,400.00	\$ 1,400.00	\$ -	\$ -
2 motocicletas de segunda	\$1,400.00	\$1,400.00		\$ -
				\$ -
				\$ -
				\$ -
<b>Capital de Trabajo:</b>	\$ 8,500.00	\$ 2,500.00	\$ -	\$ 6,000.00
Efectivo	\$ 5,000.00	\$ 2,500.00		\$ 2,500.00
Materias Primas	\$ 3,500.00			\$ 3,500.00
Bienes en Proceso				\$ -
<b>Otros:</b>	\$ 900.00	\$ -	\$ -	\$ 900.00
empaque	\$900.00			\$ 900.00
				\$ -
				\$ -
<b>Totales:</b>	\$ 80,465.60	\$ 6,391.10	\$ -	\$ 74,074.50

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 4: Cálculo del punto de equilibrio.

Tabla 23

Punto de Equilibrio

**PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO**



No.	Producto o Servicio	Unidad de medida	Ventas del Primer Año	Porcentaje de Participación	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Unitario	Margen de Contribución	Unidades de Equilibrio	Ingreso de Equilibrio
1	lavado con detergente	carga	8,870	46%	\$ 7.00	\$ 1.15	\$ 5.85	4,707	\$ 32,945.99
2	lavado con detergente	carga	4,390	23%	\$ 8.00	\$ 1.35	\$ 6.65	2,329	\$ 18,635.26
3	lavado con detergente	carga	960	5%	\$ 9.00	\$ 1.65	\$ 7.35	509	\$ 4,584.53
4	lavado con detergente	carga	888	5%	\$ 11.00	\$ 2.65	\$ 8.35	471	\$ 5,183.06
5	lavado de edredones,	carga	4,136	21%	\$ 13.00	\$ 3.65	\$ 9.35	2,195	\$ 28,530.19
6	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
7	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
8	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
9	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
10	0	0	0	0%	\$ -	\$ -	\$ -	0	\$ -
<b>VOLUMEN TOTAL DE VENTAS</b>			19,244	100%	<b>Margen de Contribución Combinado</b>		\$ 6.97	10,211	\$ 89,879.03

$$\text{Unidades Combinadas de Equilibrio} = \frac{\text{Total de Costos Operativos Fijos}}{\text{Margen de Contribución Combinado}} = \frac{\$ 71,222.23}{\$ 6.97} = 10,211.19 \text{ Unidades}$$

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 5: Cotizaciones del presupuesto.

A continuación, se encuentran las cotizaciones que corresponden al presupuesto de equipo, herramientas, insumos y materiales iniciales colocados en este plan de negocios.

**PROMAICA S.A. DE C.V.** # GM10526

Calle lorena, colonia roma #170, San Salvador  
San Salvador  
El Salvador



info@equiposlavanderiaindustrial.com


Facturar a  
**Cuenta: Stephanie Guzmán**

Fecha de la cotización: 11 sep 2021

Fecha de vencimiento: 11 oct 2021

Vendedor: Mónica Umanzor

#	Artículo & Descripción	Origen	Fabricante	Cant.	Precio	Cantidad
1	 <b>Lavadora con centrifugado de alta velocidad con control de sistema wavy, 11 Kg</b> Máquina con centrifugado de alta rotación. Cuenta con control de sistema wavy una interfaz simple, moderna e interactiva. -Cuenta con sistema de equilibrio de tambor -Optimización de costos al contar con un sistema de pesaje preciso -Capacidad: 11 Kg -Potencia del motor: 1.66 Kw -Tensión eléctrica: 230V -Consumo de agua a 60°C: 86 L	Italia	Grandimpianti	2.00 1	12,11 2.60	24,225. 20
2	 <b>Secador profesional GD WAVY, 14 Kg</b> Secador profesional GD Wavy cuenta con pantalla LCD, es vertical y de control táctil -Con sistema de control Wavy -Equipo siempre conectado gracias al servicio TheMind.cloud -Con INCOLOY® compuesto por resistencias de acero que impiden el depósito de pelusa. -Con sensor de rotación del tambor que detiene la operación de calefacción cuando el tambor no está girando. -Capacidad: 14 Kg -Potencia del motor: 0.37Kw -Potencia del calentador: 18 Kw	Italia	Grandimpianti	2.00 1	8,470. 00	16,940. 00
<b>Subtotal</b>						<b>41,165.20</b>
<b>IVA (13%)</b>						<b>5,351.48</b>



**LAVANDERIAS INTELIGENTES**




Figura 5. Cotización

Fuente: Empresa Promaica, S.A de C.V