



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE NICARAGUA

"Sirviendo a la comunidad"



PLAN DE NEGOCIO

LAVANDERIA MASTER CLEAN RIVAS.

CARRERA:

LIC. Contaduría Pública y Finanzas.

GRUPO N°7

TUTORES:

- ✚ Lic. Mayra Rodríguez
- ✚ Lic. Johana Mairena

INTEGRANTES:

- ✚ Stiven Rolando Guzmán García.
- ✚ Mariela de los Ángeles Obando Meléndez
- ✚ Gueilin Judith Bustos Solís
- ✚ Jaime Antonio Baldonado Arguello

FECHA:

Rivas, 08 de Noviembre de 2016.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"
DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, quien nos ha brindado la salud, sabiduría, fuerza y quien permitió que todo lo que nos propusimos saliera muy bien y así fuera posible terminar de manera satisfactoria este Plan de Negocio ampliando nuestros conocimientos.

Está dedicado de igual manera a nuestros padres, que siempre han sido el apoyo y motor fundamental en todos los momentos y aspectos de nuestra vida, con sus enseñanzas, amor incondicional y con la habilidad de animarnos.

A mis amigos y compañeros de grupo que en conjunto nos hemos apoyado y logrado la culminación de este proyecto y que sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante todo este tiempo han estado a nuestro lado apoyándonos incondicionalmente logrando que este nuestro sueño se hiciera realidad.



AGRADECIMIENTO

Gracias a todas las personas que nos brindaron su apoyo incondicional para el desarrollo de este proyecto. Este es el resultado del esfuerzo conjunto de los que aportaron de una manera u otra al desarrollo del trabajo.

A nuestros profesores por su colaboración y orientación en el desarrollo de la investigación. A los colaboradores de la lavandería MARTINIZING que, con su ayuda desinteresada, nos brindaron información relevante y de gran importancia.

A nuestras familias a quienes les debemos las ganas de seguir aprendiendo cada día más. Finalmente, un eterno agradecimiento a esta universidad la cual nos recibió, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.



JUSTIFICACION

Master clean llega a nuestra mente como la idea de un proyecto después de analizar varias ideas de negocios y habernos encontrado con la necesidad del lavado y secado de ropa, tomamos en cuenta que la lavandería sería una forma da ahorro de tiempo y comodidad ya que hoy en día la mujer se ve estrictamente involucrada en el mundo laboral y esta no dispone del tiempo necesario para poder realizar todas las labores del hogar, de tal modo esta idea de negocio vendría a resolver la problemática y es de ahí de donde parte la idea de crear una lavandería que se enfocara en el cuidado de las prendas sin dejar a un lado a cualquier persona que requiera de nuestro servicio.

Master clean pretende ser una lavandería especializada en el cuidado de las prendas y como ya lo hemos dicho antes seremos una empresa dedicada al lavado, planchado y secado de la ropa, nuestra idea es ubicar a MASTER CLEAN en un sector estratégico, como lo sería en el centro de este departamento ya que necesitamos un lugar que nos brinde los servicios de lavandería, ya que en esta zona urbana no contamos con una empresa que nos proporcione estos servicios. Por tal razón se optó por crear nuestra empresa para hacer de ella un sitio distinto y diferente, el cual vendría hacer innovador en nuestro departamento, así mismo nos enfocaremos por tratar las necesidades de estos clientes que requieran de nuestros servicios y luego buscar expandirnos para seguir prestando nuestros excelentes servicios.



Contenido

INTRODUCCIÓN	9
RESUMEN EJECUTIVO	10
1. OBJETIVOS	11
1.1. OBJETIVO GENERAL	11
1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	11
2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMÍA LOCAL/NACIONAL	12
3. PERFIL ESTRATEGICO	13
3.1. MISIÓN	13
3.2. VISIÓN	13
3.3. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO	13
4. ANALISIS DEL ENTORNO Y EL SECTOR	14
4.1. ANALISIS EXTERNO	14
4.1.1. AMBIENTE ECONÓMICO	14
4.1.2. AMBIENTE DEMOGRÁFICO	15
4.1.3. AMBIENTE SOCIO CULTURAL	16
4.1.4. AMBIENTE POLITICO LEGAL	17
4.1.5. AMBIENTE TECNOLÓGICO	18
4.2. ANALISIS DEL SECTOR	18
4.2.1. AMENAZA DE NUEVOS INGRESOS	19
4.2.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	19
4.2.3. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS COMPRADORES	19
4.2.4. RIVALIDAD COMPETITIVA	20
4.2.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS	20
4.3. ANALISIS FODA	20
5. PLAN DE MARKETING	22
5.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	22
5.1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	22
5.1.2. UBICACIÓN DEL ESTUDIO	22
5.1.3. TIPO DE ESTUDIO	22
5.1.4. UNIVERSO O POBLACIÓN	22
5.1.5. MUESTRA	23
5.1.6. MÉTODO DE MUESTREO	23



5.1.7.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	24
5.1.8.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	24
5.1.9.	ANÁLISIS DEL RESULTADO:.....	24
5.2.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	26
5.3.	ANALISIS DE LA COMPETENCIA	27
5.4.	OBJETIVOS DE MARKETING	27
5.5.	DESCRIPCION DEL MERCADO META.....	28
5.6.	DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO	28
5.6.1.	ESTUDIO DE LA DEMANDA	28
5.7.	ESTRATEGIA DE MARKETING.....	37
5.7.1.	ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.....	37
5.7.2.	ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	38
5.8.	PLAN DE ACCIÓN	39
5.8.1.	SERVICIO.....	39
5.8.2.	PRECIO	40
5.8.3.	PROMOCION	40
5.8.4.	PLAZA	41
5.9.	PROYECCIONES DE VENTA.....	43
5.10.	PRESUPUESTO DE MARKETING.....	44
6.	PLAN DE PRODUCCION	45
6.1.	CURSOGRAMA DEL SERVICIO.....	45
6.2.	ACTIVOS FIJOS.....	48
6.3.	VIDA UTIL CAPACIDAD DE LOS ACTIVOS.....	55
6.4.	CAPACIDAD PLANIFICADA Y FUTURA.....	57
6.5.	MATERIA PRIMA NECESARIA Y COSTO DE LA MATERIA PRIMA.....	57
6.6.	MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA.....	59
6.7.	GASTOS GENELARES DE LA EMPRESA	60
7.	PLAN DE ORGANIZACIÓN.....	60
7.1.	FORMA DE LA EMPRESA	60
7.1.1.	MISIÓN.....	60
7.1.2.	VISIÓN	60
7.1.3.	VALORES ESTRATÉGICOS	60
7.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	61



7.3. ACTIVIDADES Y GASTOS PREOPERATIVOS	69
8. PLAN DE FINANZAS	75
8.1. PLAN FINANCIERO.....	75
Proyecciones financieras	79
Proyección de ingresos.....	79
Proyección de costos variables	81
Proyección de Costos fijo	82
Depreciación	84
8.2. ESTADO DE RESULTADO.....	85
8.3. BALANCE GENERAL	86
8.4. ESTADO DE FLUJO DE CAJA	87
8.5. PROGRAMA DE DEVOLUCIÓN DEL PRESTAMO	89
8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	91
8.7. RAZONES FINANCIERAS	93
Indicadores de evaluación financiera	93
8.8. VALOR ACTUAL NETO (VAN)	93
8.9. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	94
8.10. RELACIÓN BENEFICIO COSTO (R/C)	94
8.11. PERIODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	95
Conclusión	96
9. BIBLIOPGRAFIA	97
10. ANEXOS	98
10.1. Anexo 1	99
10.2. ANEXO 2	103
10.3. ANEXO 3	103
10.4. ANEXO 4	104
10.5. ANEXO 5	105
10.6. ANEXO 6	105
10.7. ANEXO 7	106
10.8. ANEXO 8	106
10.9. ANEXO 9	107
10.10. ANEXO 10	107



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"



INTRODUCCIÓN

La lavandería MASTER CLEAN es una empresa de servicios la cual consiste en el lavado, secado y planchado de la ropa, que nació debido a la creciente demanda actual del mercado especialmente en el área urbana, presta el servicio de lavandería para la comunidad y consta con servicio a domicilio, Hoy en día se puede ver como las microempresas son una parte muy importante en la economía del país, por eso es fundamental no perderlas de vista y no hacerlas a un lado.

El servicio de lavandería son aquellas empresas donde las personas concurren a hacer lavar y planchar su ropa personal o del hogar, las personas que en la actualidad por razones de tiempo o por no contar con este equipo, hacen uso de estos servicios, es por ello que se propone el estudio de un plan de negocio para el servicio de lavandería y planchado de ropa en el departamento de Rivas para llegar a satisfacer estas necesidades de forma rápida para entrar en materia es importante exponer algunos hechos significativos de la historia de las lavadoras , ya que es el proceso de lavado de ropa ha cambiado considerablemente a lo largo del tiempo.

En la antigüedad la gente lavaba su ropa tallándola sobre rocas o flotándolas con arena, utilizando corrientes locales de agua para desprender la mugre.

Aunque no se sabe quién fue el inventor de la primera máquina lavadora que en 1793 fue inventada la primera máquina para lavar, como podemos ver a través del tiempo han ido mejorando las lavadoras y planchas y por ende incrementándose la necesidad del servicio de lavandería, debido a que muchas personas trabajan y no cuentan con el tiempo necesario para lavar sus prendas; en especial ejecutivas, estudiantes universitarios, amas de casas que trabajan fuera del hogar

Es por ello que este estudio plantea una propuesta de plan de negocio de una microempresa en la ciudad de Rivas, la cual será el servicio de lavado y planchado siendo este un concepto innovador en la ciudad debido a que no existe este servicio.

En este trabajo se estudia un plan de negocio para el servicio de lavado y planchado a nivel de microempresa, debido a que actualmente las personas por



razones de tiempo o por no contar con este tipo de equipo, hacen uso de los servicios de lavandería.

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación tiene como objetivo principal evaluar la viabilidad de establecer un negocio que preste los servicios de lavandería en el municipio de Rivas. En busca de encausar el estudio del proyecto, este se divide en Estudio Técnico, Estudio Económico y Estudio de Mercado, de los cuales se desprenden las inferencias generadas en la evaluación final o conclusiones. Para la elaboración del estudio de mercado se consideró la experiencia de la docente Mayra Rodríguez (Especialista en Marketing) además de la definición del mercado objetivo. Para la elaboración del Estudio Técnico se realizó la entrevista directa con distribuidores y comercializadores de maquinaria y de insumos para este tipo de negocio. En el caso del estudio económico se contó con el apoyo de la docente Johana Mairena, tomando en cuenta para la evaluación el uso de los indicadores VAN, TIR, PRI y la Relación Beneficio Costo. Una vez obtenido los resultados de la investigación, se realizaron las conclusiones del estudio sobre la viabilidad del proyecto.



1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa dedicada a ofrecer servicio de limpieza, secado y planchado de prendas de vestir y cualquier otro tipo de prendas susceptibles de ser limpiadas.

1.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ofrecer un servicio especializado para aquellas personas que no cuentan con el tiempo necesario para realizar la labor del lavado y para aquellas personas que poseen el tiempo pero prefieren ocuparlo en otras actividades.
- Dar solución a un problema de primera necesidad (limpieza de la ropa) y obtener un beneficio.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

- Brindar un servicio donde se implemente tecnología avanzada, de tal manera que pueda captar la atención del cliente y que el mismo se sienta seguro del cuidado que se le da a su ropa.

2. APOORTE DEL PROYECTO A LA ECONOMÍA LOCAL/NACIONAL

Se estima que el proyecto de inversión generaría diversos aportes que vendrán a beneficiar de manera directa a la economía local dentro del municipio de Rivas, esto a través de la generación de nuevos empleos lo que vendría a contribuir a que varias familias puedan tener mejores condiciones económicas, el incremento del capital de los socios propietarios del negocio, también a nivel nacional se tendrá el beneficio del aporte económico por medio de los pagos de los impuestos debidos a la alcaldía municipal y DGI.



3. PERFIL ESTRATEGICO

3.1. MISIÓN

Somos una empresa comprometida con el servicio de lavado, secado y planchado de prendas, que permita satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor, manteniendo siempre altos índices de calidad, basados en normas de conservación ecológica y un buen servicio al cliente, lo mismo que constituirá el valor agregado que conceda prestigio, prometiendo un servicio diferenciado.

3.2. VISIÓN

Ser la empresa líder en el departamento de Rivas que ofrezca un servicio completo, único de la más alta calidad y profesionalismo, relacionado a la limpieza y tratamiento integral de las prendas, con tecnología de punta, brindando comodidad a nuestros clientes.

3.3. ESTRATEGIA DEL NEGOCIO

- *Responsabilidad:* Garantizamos el cuidado de sus prendas, entregamos en la fecha acordada y estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente.
- *Honestidad:* inculcar en nuestros empleados la honestidad en todos los sentidos tanto éticos como profesionales, cuidando así la integridad de nuestros clientes.
- *Transparencia:* respetar nuestro compromiso con los clientes, utilizando los mejores productos para la realización de nuestro servicio.



- **Calidad:**
- **Espíritu de equipo:** desarrollamos y lideramos el espíritu de equipo, para lograr armonía en nuestra empresa, y la misma satisfacción al cliente.
- **Ética:** Tenemos el conocimiento para responder con idoneidad a las necesidades de nuestros clientes.

4. ANALISIS DEL ENTORNO Y EL SECTOR

4.1. ANALISIS EXTERNO

4.1.1. AMBIENTE ECONÓMICO

Según publicaciones del banco central de Nicaragua, el país mantuvo un crecimiento económico y de empleo favorable, logrando un incremento promedio del producto interno bruto (PIB)¹ de 4.7% entre los años 2012-2015, superando así el 3.7% promedio de centro América, esto gracias al aporte de las diferentes actividades económicas las cuales son de mucha importancia para el desarrollo del país, cabe destacar que la actividad económica de mayor desarrollo en el país, es la actividad terciaria, la cual genera el 80% del motor de la economía como lo son: turismo, comercio, servicio y finanzas, contribuyendo en gran manera al mejoramiento de la renta nacional per cápita. Otro factor de mucha importancia en nuestra economía local son las grandes inversiones en el sector turístico, así como el nacimiento de nuevos centros comerciales, lugares de recreación entre otros, lo cual permite tener un mayor nivel de seguridad para implementar alternativas de desarrollo económico enfocados en el sector turístico en el departamento de Rivas contribuyendo a si la generación de mayores ingresos al estado de Nicaragua.

Además, es importante señalar que el ritmo inflacionario del 2014 y 2015 se debió a la entrada tardía del invierno lo cual incito la reducción en la entrada domestica de granos básicos y ciertos perecederos. Lo anterior genero presiones inflacionarias que a su vez se trasladaban a los precios de otros bienes y servicios relacionados. La dinámica al alza de la inflación fue parcialmente compensada por la caída en los precios internacionales del petróleo y sus derivados durante el último trimestre del año 2015 y primer trimestre del año 2016, la que se trasladó inicialmente hacia sus pares nacionales y luego, por encadenamiento, hacia el resto de precios de la economía. Las políticas de subsidios y de estabilización de precios que implemento el gobierno en los granos básicos coadyuvaron a mitigar las presiones inflacionarias.

¹ Estado de la economía y Perspectivas (Banco Central de Nicaragua).



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Para finalizar la valoración del análisis podemos decir que la versión oficial de la proyección de la tasa de crecimiento económico de Nicaragua está en el rango de 4.5% a 5%, lo cual fue afirmado por el presidente del Banco Central de Nicaragua, esto refleja que la tasa de crecimiento económico, incluyendo ese impacto, es del orden de 5.6% lo que va a permitir a todo inversionista tener mayores utilidades, y a las pymes, formular proyectos o creación de negocios; como es el turismo, servicios, producción e industria, según este panorama económico, existen buenas expectativas para invertir o crear negocios.

El departamento de Rivas, el 60% de su actividad económica la tiene centrada en el sector terciario (servicios, finanzas, transporte y otros) y el 20% en el primario, según los resultados de una investigación de comportamiento macroeconómico realizado por estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, Banca y Finanzas del recinto regional de la Universidad Politécnica de Nicaragua, Upoli

El estudio señala que las actividades terciarias en este departamento representan un 60.78% el comercio (negocio) sector que más empleo, ingresos y movimientos económicos genera, seguido del transporte en un 31.37%, las micro financieras en un 4.58% y por último los bancos con un 3.27%.

De acuerdo con los resultados obtenidos en esta investigación, estas actividades económicas, un 80.87% genera de 3 a 6 empleos, el 13.91% de 9 a más y el 5.22% de 6 a 9 empleos, de los cuales, el 89.57% reciben salarios de 3 mil a 6 mil córdobas mensualmente, el 6.09% de 6 a 9 mil córdobas y el 4.35% de 9 mil a más.

El alto nivel productivo y el turismo han impactado positivamente en la calidad de vida de los pobladores tanto a nivel departamental y municipal, en este último caso los indicadores demuestran que el 56.9% de los hogares rivenses están clasificados como "No Pobres", mientras que el otro 22.6% se les considera pobres no extremos y solamente el 13.5% son pobres extremos.

La población económicamente activa del municipio de Rivas asciende a 15,783, los que representan el 38.4% de la población total. De ellos, el 64 por ciento son hombres y el 35.9 son mujeres. Un dato interesante nos muestra que la mayoría de la PEA está ocupada en trabajos permanentes, mientras que una minoría en trabajos temporales, lo cual podría indicar que las tasas de ocupación laboral en este municipio son altas.

La tasa de desocupados es de apenas el 3.6 por ciento de la PEA, mientras que la tasa de ocupados se eleva al 96.3 por ciento, 1.1 punto porcentual más alto que en el nivel departamental. La mayoría de las personas con trabajos permanentes y temporales están ubicadas en el sector terciario de la economía rivense. Hay destacar la incorporación cada vez más de la mujer al mundo laboral.

4.1.2. AMBIENTE DEMOGRÁFICO



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Según datos proporcionados por countrymeters (reloj de población de Nicaragua) la población actual estimada es de 6, 162, 789 personas, en donde el 51 por ciento corresponde a mujeres y el 49 por ciento a hombres.

Nicaragua es uno de los países con altos índices de crecimiento poblacional, sin embargo, en lo que va del año 2016, se tiene una disminución en este indicador en comparación al pasado, manejándose actualmente una tasa de crecimiento de 1.17%.

Según la CEPAL² Hasta finales de 2015, la PEA de Nicaragua era de 2.9 millones de personas y cada año se suma un promedio de 100,000 habitantes, lo que quiere decir que a nivel nacional el 47.9% del total de la población actual está en capacidad de trabajar, este dato irá en incremento debido a la constante presencia de inversionistas que ven a al país como un lugar seguro y atractivo para el desarrollo de diversas industrias.

Se estima que de la PEA el 38% se dedica a la actividad agrícola, el 15% a la actividad industrial y el 47% a la actividad económica de servicios.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE), el municipio de Rivas tiene una extensión territorial de 281 km², está conformado por 40 barrios y catorce comarcas. Cuenta con una población total aproximada de 47,700 personas, los que representan el 26.2% de la población departamental, lo que hace de Rivas uno de los municipios más densamente poblados del departamento.

Los grupos poblacionales por sexo tienen casi la misma proporción, los hombres representan el 48.7%, mientras que las mujeres representan el 51.2%. Otro detalle interesante es que existe m mayor población urbana (67.3%) que rural (32.6%).

La población es eminentemente joven el grupo etario más numeroso está comprendido entre las edades de 10 a 24 años, del cual representa el 33.6% de los habitantes totales del municipio de Rivas, un segundo grupo etario más grande es el comprendido entre los 25y 49 años quienes representan el 31.6% de la población total.

4.1.3. AMBIENTE SOCIO CULTURAL

Tradicionalmente se sabe que la mujer es la que se ocupa de las tareas del hogar, pero con la incorporación cada vez más de estas al mercado laboral, ha hecho que dediquen poco tiempo para realizar dichas tareas debido a sus actividades y horarios de trabajo, específicamente se les hace difícil y agotador por ejemplo, que estas después de haber terminado una jornada de trabajo, en su día libre tengan que dedicarlo a lavar y a planchar ropa, aun mas cuando la familia es numerosa.

² Comisión Económica Para América Latina y del Caribe



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Esto a su vez ha creado una necesidad, para la cual muchas empresas han fabricado las famosas lavadoras con el fin de hacerles un poco más liviano el trabajo, pero aun así no hay una satisfacción completa puesto que solo hace una parte del trabajo, es por esta razón que para dar una satisfacción total de esta necesidad hemos decidido establecer una tintorería con el fin de evitarle una fatiga a la mujer y que esta a su vez tenga tiempo en sus días libres para dedicarle a su familia.

4.1.4. AMBIENTE POLITICO LEGAL

Desde la toma de poder del gobierno sandinista se ha notado una gran preocupación por el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa con el fin de incentivar la inversión y desarrollo económico del país, en este sentido podemos mencionar la creación de la ley 645, Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LEY MIPYME)³. Y las diferentes políticas implementadas por el gobierno a través de las instituciones y ministerios las cuales representan a la micro, pequeña y mediana empresa, promoviendo sus intereses, brindando servicios y asistencia técnica para impulsar su desarrollo, modernización, crecimiento, competitividad e internacionalización, dentro de los cuales podemos mencionar: CADIN⁴, CENAMI⁵ y MIFIC⁶.

A través de la gestión de estas instituciones y ministerios se han establecido lasos de apoyo con organismos privados nacionales, otro país y organismos internacionales. Entre los organismos privados nacionales de apoyo más exitosos está la Asociación de Organismos de Micro Finanzas no convencionales (ASOMIF)⁷. En apoyo externo al sector proviene de fuentes muy diversas: la cooperación holandesa, la Taiwanesa, Swiss Contact, FAO, entre otras.

Por todo lo antes mencionado nuestro proyecto de establecimiento de una tintorería podrá contar con el apoyo y soporte técnico de todos estos organismos e instituciones, sin embargo debemos de tomar en cuenta las leyes e instituciones que regulan la actividad económica a la que nos dedicaremos las cuales están dirigida a regular el funcionamiento, la forma en cómo debemos operar en el mercado, agilizar los transmites para empezar a funcionar legalmente, obtención de licencias, permisos, constancia de inspección, autorizaciones ambientales, y otros. Entre los cuales tenemos La Normativa -080 del Ministerio de Salud (estándares de servicios generales: lavandería), ENACAL, La Alcaldía, MINSA, OMS, ENTRIDES, MARENA, DGI, Registro Mercantil, MIFIC, etc.

³publicada el 8 de febrero del año 2008, La Gaceta Diario Oficial.

⁴ Cámara de Industrias de Nicaragua.

⁵ Centro de Negocios y Asistencia a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Industrial

⁶ Ministerio de Fomento, Industria y Comercio.

⁷ Capta ahorro de las familias fondos de cooperación internacional.



4.1.5. AMBIENTE TECNOLÓGICO.

El uso de tecnologías permite revolucionar el trabajo de las empresas, En caso del área administrativas, computadoras, Fax, servicio de internet. Usar nuevas tecnologías tiene ventajas tanto a lo interno como a lo externo de las empresas, las pymes que hacen uso de nuevas tecnologías logran mayor eficiencia y control en el manejo de su negocio por ende se invertirá para la adquisición de tecnología nueva.

Debido a la naturaleza de nuestra empresa (Lavandería) esta realizara un proceso de manera semi-industrial, los equipos que se utilizaran se encuentran disponibles dentro del mercado nacional, por lo cual no se tendrá la necesidad de obtenerlos del extranjero, durante el proceso de servicio se contara con lavadora al seco y al frío, una mesa de desmanchado y planchado, carriola para transportar la ropa las cuales servirán para garantizar un mejor y servicio y calidad de nuestra institución. En un futuro se tiene la visión de irnos actualizando y acoplado cada vez más a los avances tecnológicos.

4.2. ANALISIS DEL SECTOR

Las cinco Fuerzas de Porter aplicadas a nuestro Plan de Negocio.

Es indispensable poder definir cada uno de los actores que interactúan con la organización, antes de aplicar el modelo de las cinco fuerzas de Porter a nuestro plan de negocio (Lavandería), la correcta identificación de estos elementos nos da la pauta para poder transmitir el objetivo del negocio a establecer. Para los cuales se han identificado los siguientes:

- **La Organización:** El negocio principal es establecer una Lavandería que brinde los servicios de lavado, secado y planchado.
- **Proveedores:** Los proveedores que se identifican para esta industria, serán identificados de acuerdo a cada necesidad, dentro de estos están las marcas UNILEVER, Kimberly Clark, CUMAN Nicaragua y pequeños distribuidores.
- **Clientes:** Los clientes identificados para la organización son todas aquellas personas que debido a la escases de tiempo requieren de la contratación de este servicio, en las que se encuentran principalmente las mujeres que ejercen



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

diferentes actividades laborales, hombres solteros y estudiantes universitarios que vienen de otros lugares.

- **Competidor Directo:** El negocio no cuenta con ningún tipo de competencia de manera empresarial, ya que seríamos el único establecimiento dentro del municipio de Rivas que brinda este tipo de servicios.
- **Productos Sustitutos:** No existen productos sustitutos dentro del mercado.

4.2.1. AMENAZA DE NUEVOS INGRESOS

Dentro del mercado, hablando directamente en el municipio de Rivas, la amenaza de la entrada de nuevos competidores es básicamente remota debido a que no existen empresas que se dediquen a la venta de tecnología para lavado de ropa de manera industrial.

Para el servicio de lavandería que ofrece el proyecto, se tomaría como amenaza las diversas facilidades de ventas que casas comerciales ofrecen en lavadoras de diferentes marcas y tamaños, con facilidades de crédito, lo cual vendría a motivar la adquisición por parte del núcleo familiar.

4.2.2. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Un mercado o segmento de mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y pueda imponer sus condiciones de precios y tamaños del pedido.

La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

Los principales proveedores para el servicio de lavandería son los proveedores de químicos detergentes, suavizantes, blanqueadores quita manchas que se usan en el proceso del lavado: los armadores que son utilizados para la presentación y entrega de prendas, junto a las fundas que son utilizadas como empaque para proteger a la ropa procesada para mantenerla limpia.

4.2.3. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS COMPRADORES



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Como hemos mencionado anteriormente nuestro servicio no tiene muchos productos o servicios sustitutos en el mercado, será muy diferenciado y de bajo costo para el cliente, lo que va a permitir que no pueda hacer sustituciones por igual o muy bajo costo. En este sentido no tendremos problemas con las exigencias del cliente por la reducción de precios, lo que va a permitir que la empresa no tenga disminución en los márgenes de utilidad.

4.2.4. RIVALIDAD COMPETITIVA

Para este punto, debido a que no existen negocios que brinden este mismo tipo de servicio la rivalidad entre competidores sería nula. Sin embargo, se pretende brindar un servicio de calidad para así poder tener una alta aceptación en el mercado y posesionarnos del mismo.

4.2.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Cabe mencionar que los avances tecnológicos y la publicidad que dan las casas comerciales a los diferentes tipos y marcas de lavadoras, que en este caso sería un producto sustituto real o potencial de nuestro servicio, pueden influir en la toma de decisión del cliente, para lo cual se deben establecer estrategias de publicidad que hagan conocer al cliente de nuestro servicio de calidad y bajo costo, de tal manera que el cliente al contratar nuestro servicio pueda utilizar su tiempo en la realización de otras tareas (más tiempo con la familia, adelanto de tareas laborales, descansar, etc.).

4.3. ANALISIS FODA

A continuación, le expondremos una evaluación sobre la situación estratégica con la cual se expondrá nuestro proyecto LAVANDERIA MASTER CLEAN analizando las características externas (Debilidades y Fortalezas) así a como también su situación externa (Amenazas y Oportunidades) el propósito fundamental de este análisis es proporcionar un panorama completo acerca de que es lo que está ocurriendo con esta idea de negocio.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Fortalezas	Debilidades	Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • No existe una lavandería en el municipio. • Es un proceso industrializado. • Ocupación de recursos económicos para echar andar el negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca información sobre lavandería a nivel nacional para este tipo de negocio. • No contar con proveedores nacionales para el tipo de maquinaria que se utilizara. • Políticas de distribución de enacal y dissur. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidades de créditos para este plan de negocios. • Clientes potenciales a nivel local. • Apoyo de instituciones para el fortalecimiento de este nuevo plan de negocio. • Contar con un mercado potencial numeroso. • Demanda insatisfecha. • Facilidades legales y económicas para implementación de este nuevo negocio. • La incorporación laboral de la mujer. • Novedad: nuevas técnicas y nuevas maquinarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al darse a conocer la nueva idea de plan de negocio pueden surgir nuevos competidores. • La introducción al mercado de maquinarias más novedosas. • Los tipos de telas de la vestimenta de los clientes que soliciten el servicio. • Los cortes de agua. • La crisis económica. • Los costos de luz y agua.



5. PLAN DE MARKETING

5.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

5.1.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO.

Analizar los hábitos de consumo de los habitantes del municipio de Rivas para determinar la factibilidad de la creación de un negocio que brinde el servicio de Lavandería.

5.1.2. UBICACIÓN DEL ESTUDIO.

El presente estudio con el objetivo antes mencionado tendrá lugar en el municipio de Rivas. Esto es debido a que nuestro negocio se establecerá en dicho municipio, específicamente en el área urbana dado que se considera que ahí se encuentra la población que podría hacer mayor uso del servicio de lavandería.

5.1.3. TIPO DE ESTUDIO.

Este estudio tiene un enfoque cualitativo-cuantitativo debido a que se pretende evaluar el nivel de aceptación que tendrá la creación de un negocio que preste los servicios de lavandería.

5.1.4. UNIVERSO O POBLACIÓN.

Para el presente estudio se ha determinado que nuestra población se constituye de las personas mayores de quince años de edad que radican dentro del casco urbano del municipio de Rivas, ya que es a partir de esta edad que las personas comienzan a independizarse de sus padres y por lo tanto tienen que realizar la limpieza y planchado de su ropa por cuenta propia, además de que estarían aptas para adquirir el servicio debido a que devengan un salario, reciben remesas y están en la capacidad de ejercer cualquier tipo de actividad económica, que a su vez estas corresponden a la cantidad de 21, 777 personas. Dentro de la población que se proyecta para la ocupación o uso del servicio de lavandería se ha decidido involucrar o tomar en cuenta ambos sexos ya que si bien es cierto es la mujer la que ejerce las actividades de lavado y planchado, pero se ha valorado que no solo ellas harían uso del servicio sino también hombres solteros y personas que vienen de otros lugares con fines laborales o estudiantiles que no específicamente son mujeres.



5.1.5. MUESTRA

La muestra de este estudio será 378 de la población urbana mayor de 15 años de edad de un universo de 21, 777 personas del municipio de Rivas.

5.1.6. MÉTODO DE MUESTREO

El método de muestreo que se utilizara es el método aleatorio simple, el cual implica que todos los elementos que conforman el universo o población que están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

Para las personas:

n=	Tamaño de la muestra	n=	?
Z²=	Nivel de confianza	Z²=	96%
p=	Variabilidad positiva	p=	50%
q=	Variabilidad negativa	q=	50%
N=	Tamaño de la población	N=	21,777
e²=	Precisión o error	e²=	5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (21,777)}{(21,777) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$



n= 378

5.1.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

El un instrumento que se utilizara para la recolección de datos será una guía de encuesta⁸ que se aplicara a la población en el municipio de Rivas. Para verificar la efectividad de la encuesta se aplicó una prueba piloto a diez personas, dando como resultado que la misma fue elaborada con claridad, lenguaje común y de fácil entendimiento al público.

5.1.8. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.

Para procesar los datos obtenidos mediante las encuestas se tabularon los datos a través del sistema computarizado SPSS, en la cual se presentara cada una de las preguntas con sus diferentes respuestas obtenidas, además se calculara el porcentaje de respuestas obtenidas teniendo como base la categoría planteada para cada una de las preguntas en la guía de encuesta.

Este sistema utilizado también nos facilita diferentes graficas las cuales nos dan una mejor visión y claridad de cada uno de los datos obtenidos.

5.1.9. ANÁLISIS DEL RESULTADO:

Después de aplicada la investigación de mercado con el fin de identificar el impacto que tiene el plan de negocio propuesto en el mercado objetivo se verifico que, de acuerdo a los datos demográficos antes mencionados, del total de la

⁸ Ver anexo 1.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

población la mayoría son mujeres⁹, también se determinó que los potenciales clientes se encuentran en rangos de edad entre los 25 a 30 años¹⁰.

Dentro de la información se determinó que el 81.7% califica de excelente y muy buena¹¹ la idea de la apertura de un negocio que brinde los servicios de lavado y planchado de ropa ya que esto les facilitaría poder aprovechar tiempo en otras actividades de mayor beneficio.

Hay que destacar que un 33.60% de la población cuenta con una disponibilidad efectiva después de gastos familiares sobre el rango de los C\$ 4,000.00 a C\$ 7,000.00,¹² siendo este el porcentaje más alto, lo que vendría a beneficiar a la empresa ya que estos estarían con la capacidad de adquirir el servicio.

Marca propuesta.

Debido a que no existe ninguna lavandería en el municipio de Rivas hemos decidido emprender con la búsqueda de un nombre que nos caracterice cómo lo que vamos hacer los maestros de la limpieza de ahí surge nuestra marca MASTER CLEAN.

Logotipo propuesto.

Luego de la aceptación del nombre por parte de los socios, la empresa concluyó en utilizar un logotipo actual para que de alguna forma la gente reconozca y se identifique fácilmente con nuestra empresa. Por tal razón diseñamos uno que representa nuestra marca y todos los servicios que vamos a ofrecer como son:

Secado, está simbolizado por un círculo en la parte superior izquierda que representa la forma de la máquina de secado.

Lavado, este está representado por un recipiente de agua en la parte superior céntrica del logotipo debido a que es lo que más se utiliza en este servicio.

Planchado, esta personificado con la forma de una plancha en la parte superior derecha del logotipo siendo esta la herramienta a utilizarse en este proceso.

Los colores representativos del logotipo de nuestra marca se definen de la siguiente manera:

Azul Oscuro: Confiable, seguro, descanso.

Celeste: El agua que se utilizara en la limpieza de las prendas.

⁹ Ver anexo 2.

¹⁰ Ver anexo 3

¹¹ Ver anexo 4

¹² Ver anexo 5



Eslogan.

Se sugirió utilizar un eslogan que resumiera ante el mercado todo lo que se piensa hacer con este plan de negocio este diseño también funcionara como lema publicitario de la empresa como una expresión de idea que se tiene y como parte de imagen que se quiere transmitir, este mensaje debe transmitir, sintetizar los beneficios principales de los servicios ofrecidos por la empresa para los clientes, al mismo tiempo debe ser un mensaje corto, simple, tajante y directo para que genere credibilidad en el mercado y tenga una fácil recordación .

CUIDAR DE SU ROPA ES CUIDAR DE USTED

5.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

MASTER CLEAN orientara sus actividades hacia el cumplimiento de las expectativas de los clientes, en cuanto al lavado y planchado de prendas, ropa, lencería, para lo cual se pretende utilizar productos de calidad en los diferentes procesos del lavado y planchado como quita manchas y detergentes, los que garanticen el mejor cuidado e higiene de las prendas a lavarse, además de ser producto biodegradable que permita la preservación del medio ambiente como un valor agregado de la conciencia de preservación ecológica que mantendrá la empresa.

Los servicios que ofrece la empresa son de lavado de todo tipo de prenda, estos comprenden: ropa, jean, uniformes, colchas, sabanas, manteles, cortinas, camisas, etc, los que se han determinado de la siguiente manera:



Tipos	Descripción
Ropa Fina	Traje de etiqueta, Gabardina, sacos, chaquetas.
Ropa de cama	Edredones, colchas, fundas de almohadas.
Ropa comun	Camisetas, jean, camisas, medias, ropa interior.
Ropa cubre muebles	Fundas de muebles, Manteles, cortinas.

5.3. ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Como se ha mencionado anteriormente en el análisis de las cinco fuerzas de Porter (Rivalidad competitiva), no existe competencia directa que pueda intervenir en el desarrollo y/o establecimiento del negocio, pero sí existirá una competencia indirecta como lo son las lavadoras de todo tipo de marcas y tamaño que ofertan las casas comerciales a crédito y con facilidades de pago, esto lo verificamos mediante la encuesta en la cual se encontró que el 37.30% de la población posee lavadora propia,¹³ en este sentido se ha planeado emplear una campaña publicitaria que nos ayude a eliminar la competencia indirecta, permitiendo de esta manera poder tener un alto nivel de captación de potenciales clientes.

5.4. OBJETIVOS DE MARKETING

Luego de haber analizado toda la información necesaria para la puesta en marcha del negocio, su fortaleza, debilidades, oportunidades, y amenazas, es decir los factores críticos de afectación tanto internos como externos, es necesario establecer los objetivos básicos estratégicos que el negocio desea alcanzar en base al análisis y formulación de estrategias planteadas en la matriz de estrategia FODA. Los objetivos básicos estratégicos de marketing son los siguientes:

- Establecer el negocio en un lugar geográfico estratégico, abastecido con todos los insumos necesarios para un desarrollo eficiente y eficaz de las actividades.
- Diseñar las estrategias de mercado (introducción, posicionamiento, penetración, diferenciación)

¹³ Ver anexo 6.



- Captar la mayor cantidad de potenciales clientes para lograr ser líderes en el mercado.

Con el logro de los anteriores objetivos se pretende obtener una rentabilidad atractiva para la empresa y una notable participación y posicionamiento de la población, de tal manera que a mediano plazo se establezca como una empresa solida dentro del municipio de Rivas.

5.5. DESCRIPCION DEL MERCADO META

Un mercado meta es un grupo de clientes (personas o empresas) a las que el vendedor dirige específicamente sus esfuerzos de marketing. La elección cuidadosa y la definición exacta del mercado meta, son esenciales para el desarrollo de una mezcla de marketing efectiva.

El mercado meta del negocio es la población urbana mayor de 15 años de edad del municipio de Rivas, los cuales están aptos para poder percibir un ingreso y a la misma vez comprar nuestro servicio, por lo que el esfuerzo de marketing va dirigido hacia este sector.

En los datos obtenidos a través del análisis de la encuesta, es importante mencionar que en el ámbito laboral la gran mayoría (57.41%) tiene trabajos de exigencia de tiempo completo,¹⁴ la mayor parte de estos, después de haber pagado diversos gastos fijos presentan una disponibilidad en el rango de los C\$ 4,000.00 a C\$ 7,000.00 lo cual vendría a ser un punto importante a favor del negocio ya que al no disponer del tiempo pero si del recurso, estos optarían por adquirir nuestros servicios.

5.6. DEMANDA Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO

5.6.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA

a) Consumidores actuales

Conforme al resultado de las técnicas de recolección de datos se ha podido conocer que un 13.2%¹⁵ de la muestra poblacional pagan a otra persona para que realice los servicios de lavado y planchado de su ropa. Entonces se ha considerado que esta misma población es la que estaría dispuesta a contratar el servicio de lavandería.

¹⁴ Ver anexo 7.

¹⁵ Ver anexo 6.



b) Consumidores potenciales

Tomando en cuenta los datos poblacionales proporcionados por INIDE de los años 2016 al 2020 y los detalles de la población mayor de 15 años, hemos obtenido un promedio del cual se ha conocido la población futura. Datos de los cuales según la muestra el 13.2% harían uso del servicio.

Población total proyectada del municipio de Rivas según INIDE:

AÑO	RIVAS
2016	47,700
2017	48,014
2018	48,319
2019	48,597
2020	48,917

El promedio poblacional de los habitantes del municipio de Rivas mayores de 15 años es de 69.5% de manera general, pero en base a nuestro mercado meta que corresponde a la misma población pero específicamente la parte del área urbana que a su vez es de 65.69% del total de la población mayor de 15 años de edad.

AÑO	Proyección Total de la población mayor de 15 años	Población Urbano mayor de 15 años
2016	33,152	21,777
2017	33,370	21,921
2018	33,582	22,060
2019	33,775	22,187
2020	33,997	22,333

La tabla anterior muestra la población urbana mayor de 15 años de edad del municipio de Rivas, pero hablando en lo que respecta a la demanda antes mencionada que se considera que de esta población el 13.2% harán uso del servicio, entonces se procede a multiplicar dicho porcentaje por la población urbana mayor de 15 años de edad para encontrar la respectiva cantidad de consumidores potenciales:



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

AÑO	Población Urbano mayor de 15 años	Porcentaje de la demanda	Cantidad de consumidores potenciales proyectado
2017	21,921	13.20%	2,894
2018	22,060	13.20%	2,912
2019	22,187	13.20%	2,929
2020	22,333	13.20%	2,948

En la información proporcionada por el INIDE no muestra la proyección de la población para el 2021 y la demanda requiere proyectarse hasta este año, por lo cual se procedió a realizar los cálculos de manera independiente para este año de la siguiente manera:

Proyeccion para 5 años

Año	Consumidores potenciales
(2017) 1	2,894
(2018) 2	2,912
(2019) 3	2,929
(2020) 4	2,948
(2021) 5	?

Año	Cantidad de Consumidores			
X	Y	X²	Y²	XY
1	2,894	1	8,372,759	2,894
2	2,912	4	8,479,278	5,824
3	2,929	9	8,577,190	8,786
4	2,948	16	8,690,445	11,792
10	11,682	30	34,119,672	29,295



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

$$b = \frac{N \sum xy - \sum x \sum y}{N \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{(4)(29,295) - (10)(11,682)}{(4)(30) - (10)^2}$$

$$b = \frac{359.832}{20}$$

b= 17.9916

pronostico de los consumidores para 2021

$$y = a + bx$$

$$y = 2,875.554 + 17.9916(5)$$

$$Y = 2,965.51$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N}$$

$$a = \frac{11,682 - (17.9916)(10)}{4}$$

$$a = \frac{11502.216}{4}$$

a= 2875.554

para determinar el crecimiento %

$$c = \frac{b(N)}{\sum y}$$

$$c = \frac{17.9916(4)}{11,682}$$

c= 0.006

Después de aplicada la fórmula para realizar el cálculo de los consumidores potenciales para el año 2021, se muestra la tabla completa de los consumidores potenciales proyectada para los cinco años:

Año	2017	2018	2019	2020	2021
consumidores potenciales	2,894	2,912	2,929	2,948	2,966

c) Demanda actual y potencial

Una vez calculada la proyección de los consumidores potenciales, se realizó un sondeo respecto a la cantidad de ropa que usan las personas por día, con el fin de poder realizar el cálculo de la demanda del servicio, en el cual se logró constatar que una persona usa en promedio dos prendas al día (camisa, camisola, pantalón, short, faldas) debido a que reutilizan la ropa, sin embargo se determinó que dan a lavar una docena de prendas por persona cada 15 días, además la ropa de cama comúnmente se cambia cada quince días y que los cobertores de muebles, cortinas y manteles los cambian cada dos meses y solamente se toma el 30% de la población para este rubro. Hay que mencionar que en cuanto a la ropa fina no



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

es muy común en todas las personas ya que esta es utilizada en ocasiones y mayormente la usan personas con un buen nivel económico, con una frecuencia de una vez al mes, para esto se ha determinado que las personas que utilizan este tipo de ropa se encuentran en el rango de ingresos después de haber pagado gastos fijos mensuales de entre C\$12,000 córdobas a más equivalente a un 2.6% de la población total.

d) Demanda proyectada anual

Definido todos los aspectos mencionados en el párrafo anterior, se procede al cálculo de la demanda del servicio para cada año:



PROYECTO LAVANDERÍA “MASTER CLEAN”

Descripción de servicio	Cantidad de consumidores proyectada 2017	Porcentaje de la demanda poblacional para cada servicio	Cantidad de personas que demandaran el servicio	Cantidad de ropa por persona	Frecuencia de uso de la ropa anual	Demanda del servicio anual (cantidad de ropa)
Ropa Fina	2,894	2.60%	75	2	12	1,806
Ropa de cama	2,894	100%	2,894	2	24	138,912
Ropa común	2,894	100%	2,894	1 doc/quinc	24	833,472
Ropa cubre muebles	2,894	30%	868	3	6	15,628

Descripción de servicio	Cantidad de consumidores proyectada 2018	Porcentaje de la demanda poblacional para cada servicio	Cantidad de personas que demandaran el servicio	Cantidad de ropa por persona	Frecuencia de uso de la ropa anual	Demanda del servicio anual (cantidad de ropa)
Ropa Fina	2,912	2.60%	76	2	12	1,817
Ropa de cama	2,912	100%	2,912	2	24	139,776
Ropa común	2,912	100%	2,912	1 doc/quinc	24	838,656
Ropa cubre muebles	2,912	30%	874	3	6	15,725



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Descripción de servicio	Cantidad de consumidores proyectada 2019	Porcentaje de la demanda poblacional para cada servicio	Cantidad de personas que demandaran el servicio	Cantidad de ropa por persona	Frecuencia de uso de la ropa anual	Demanda del servicio anual (cantidad de ropa)
Ropa Fina	2,929	2.60%	76	2	12	1,828
Ropa de cama	2,929	100%	2,929	2	24	140,592
Ropa común	2,929	100%	2,929	1 doc/quinc	24	843,552
Ropa cubre muebles	2,929	30%	879	3	6	15,817

Descripción de servicio	Cantidad de consumidores proyectada 2020	Porcentaje de la demanda poblacional para cada servicio	Cantidad de personas que demandaran el servicio	Cantidad de ropa por persona	Frecuencia de uso de la ropa anual	Demanda del servicio anual (cantidad de ropa)
Ropa Fina	2,948	2.60%	77	2	12	1,840
Ropa de cama	2,948	100%	2,948	2	24	141,504
Ropa común	2,948	100%	2,948	1 doc/quinc	24	849,024
Ropa cubre muebles	2,948	30%	884	3	6	15,919



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Descripción de servicio	Cantidad de consumidores proyectada 2021	Porcentaje de la demanda poblacional para cada servicio	Cantidad de personas que demandaran el servicio	Cantidad de ropa por persona	Frecuencia de uso de la ropa anual	Demanda del servicio anual (cantidad de ropa)
Ropa Fina	2,966	2.60%	77	2	12	1,851
Ropa de cama	2,966	100%	2,966	2	24	142,368
Ropa común	2,966	100%	2,966	1 doc/quinc	24	854,208
Ropa cubre muebles	2,966	30%	890	3	6	16,016

Demanda del servicio					
Descripción de servicio	2017	2018	2019	2020	2021
Ropa Fina	1,806	1,817	1,828	1,840	1,851
Ropa de cama	138,912	139,776	140,592	141,504	142,368
Ropa común	833,472	838,656	843,552	849,024	854,208
Ropa cubre muebles	15,628	15,725	15,817	15,919	16,016
Total Prendas	989,817	995,974	1,001,788	1,008,287	1,014,443



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Proyección de Venta					
Descripcion de servicio	2017	2018	2019	2020	2021
Ropa Fina	1,084	1,090	1,097	1,104	1,110
Ropa de cama	83,347	83,866	84,355	84,902	85,421
Ropa comun	500,083	503,194	506,131	509,414	512,525
Ropa cubre muebles	9,377	9,435	9,490	9,552	9,610
Total Prendas	593,890	597,584	601,073	604,972	608,666

Participación de mercado

Como ya se ha mencionado anteriormente no existe una competencia directa en el municipio de Rivas y al establecerse el negocio este captaría el 100% de los consumidores locales, pero considerando que únicamente se va a adquirir la maquinaria necesaria para empezar a funcionar ya que el costo de las mismas es elevado, por tal razón se estima cubrir un 60% de la demanda.



5.7. ESTRATEGIA DE MARKETING

5.7.1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

El termino de posicionamiento “se refiere al desarrollo de una mezcla de marketing especifica para influir en la percepción global de los clientes potenciales de una marca, producto o empresa en general. La posición es el lugar que ocupa un producto, marca o grupo de productos en la mente de los consumidores en relación con las ofertas de la competencia.¹⁶”

Los tipos de posicionamiento pueden ser:

- Por atributo: de acuerdo a las características del producto
- Por precio/calidad
- Con respecto al uso o aplicación: de acuerdo a los beneficios que reporte el producto
- Por usuario del producto: a quien se dirige el producto
- Con respecto a una clase de producto
- Con respecto a un competidor: posicionarse haciendo referencia a la competencia

En el caso de MASTER CLEAN, su posicionamiento se realizara por “precio/calidad” y por “usuario del producto” dentro del municipio de Rivas.

¹⁶ (Lamb, Hair & McDaniel)



PROYECTO LAVANDERIA “MASTER CLEAN”

Posicionamiento por precio/calidad	Posicionamiento por usuario del producto o servicio
<p>La empresa se posiciona en este aspecto debido a que sus precios serán favorables, de tal manera que el cliente al hacer una comparación del costo y tiempo que conlleva realizar la labor de lavado y planchado por cuenta propia, pueda elegir contratar sus servicios, sin embargo, los esfuerzos de posicionamiento se verán mayoritariamente enfocados en la calidad del producto que la empresa ofrecerá, pues sus actividades incluirán insumos de calidad y de cuidado con el medio ambiente, tecnología moderna basada en el trato especial de las prendas, personas totalmente capacitadas para entregar el producto completamente pulcro y control de calidad en cada etapa del proceso general.</p>	<p>Se refiere específicamente a la dirección que la organización tomara en cuanto a los clientes, pues el servicio se brindara de manera particularmente a las personas que se encuentran dentro del área urbana del municipio de Rivas, por tanto la organización buscara el reconocimiento de estas personas, y la identificación inmediata de MASTER CLEAN, de tal manera que, cuando surja la necesidad de servicios el usuario pensara en la empresa como su primera opción, pues en su mente se establecerá una imagen de cumplimiento, responsabilidad, cordialidad y calidad del servicio.</p>

5.7.2. ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Debido a la capacidad económica, a la cultura y al lugar donde habitan las personas no todas pueden contratar los servicios de lavado y planchado, por tanto el segmento de mercado para este proyecto es:

- Geográficamente: el municipio de Rivas, específicamente en el área urbano.
- Demográficamente: las personas mayores de 15 años de edad, incluyendo ambos sexos.



5.8. PLAN DE ACCIÓN

5.8.1. SERVICIO

El servicio base seleccionado para la implementación del proyecto es básicamente el lavado, secado y planchado de ropa, (ropa de vestir, sábanas, cortinas, toallas, manteles, etc), la cual procede de la población, y diversos negocios que se encuentran dentro del municipio de Rivas.

Adicionalmente se ofrecerán los servicios complementarios a nuestros potenciales clientes de:

- Pegado de botones, si en el momento del lavado a la prenda se descose un botón, se procederá a cocerlo, como parte de garantía del servicio.
- Planchado como servicio adicional, bajo pedido se entregaran las prendas planchadas.
- Disposición de detergentes y suavizantes específicos para cada tipo de prenda.
- Desmanchado, previa anticipación al cliente.
- Tipos de lavado para conservar las prendas en buen estado por mucho más tiempo, eso se conseguirá lavando la ropa de forma adecuada.
- Respecto al medio ambiente, en uso de productos de limpieza y desecho de los mismos.
- Garantía en el servicio de lavado que incluye:
 - Entrega de prendas de vestir no maltratados
 - Sin alteración de colores originales.
 - Sin encogimiento de prendas de vestir.
 - Entrega a tiempo de las prendas lavadas.
 - Entrega de prendas limpias y adecuadamente presentadas.
 - Que no se pierda la ropa.



5.8.2. PRECIO

Teniendo en cuenta que una estrategia de precios se debe realizar mirando a largo plazo entre otros aspectos porque es una decisión estratégica que no puede modificarse fácilmente, y afecta directamente al posicionamiento general de MASTER CLEAN se propone utilizar una estrategia de precios de tal manera que el cliente al hacer una comparación entre el costo y el tiempo que conlleva realizar la actividad de lavado y planchado, ya sea por cuenta propia o que pague por la misma a otra persona y la opción de adquirir este servicio a través de MASTER CLEAN, este pueda razonar y elija contratar nuestros servicios por un costo un poco más alto, pero de mayor calidad y en el menor tiempo, con la ventaja que su ropa será tratada con profesionalismo utilizando la maquinaria e insumos adecuados para cada prenda garantizando su cuidado en cuanto a presentación e integridad.

Debido a que existe variedad de ropa en cuanto a tamaño, color, tipo de tela, marca, etc, y que cada una respectivamente necesita una forma específica de tratado para el lavado y el planchado, no se puede establecer un precio estándar para todas las prendas. En este sentido para fijar los precios se tomaran en cuenta la tabla de descripción del servicio.

5.8.3. PROMOCION

Se realizaran diversas estrategias de publicidad, las cuales comprenden la utilización de los medios de comunicación locales de los cuales la población hace mayor uso para informarse¹⁷ tales como, pautas radiales, distribución de volantes, perifoneo, pagina web, mantas publicitarias en lugares estratégicos, entre otros, todo esto tomando en cuenta que los medios comunicativos antes mencionados, son los más utilizados por la población de acuerdo a la información sustraída de la encuesta realizada.

- Radio: Este es un medio masivo de defunción que llega a todos los hogares Rivenses y además la gente la escucha cuenta está realizando cualquier actividad. La publicidad se hará en la estación local "LA RUMBO" de la ciudad de Rivas.
- Los spot se programaran con dos semanas de anticipación a la inauguración, en la primera semana un spot se transmitirá 5 veces al día y

¹⁷ Ver anexo 8 y 9.



PROYECTO LAVANDERIA “MASTER CLEAN”

en la segunda semana 7 veces .Después de la apertura se hará esporádicamente.

- Perifoneo: También se utilizara debido a que resulta ser muy eficaz para dar a conocer lo que se desea. Se hará uso de este medio tres días antes de la apertura se estima que recorrerá 4 municipios por día.
- Mantas: Estas se ubicaran 4 una en la rotonda, parque central, costado norte y sur de la UNIAG y mercado municipal.
- Página Web: Se creara una página la cual sirva como medio de difusión de la empresa a todo aquel sector de la población que se informa a través de estos.

A continuación detallamos el costo que se incurrirá por cada estrategia de publicidad:

Tipo de publicidad	Costo de la publicidad
Cuña radial mensual	C\$ 400
Perifoneo en los 3 primeros meses	C\$3,000
Mantas publicitarias	C\$2,400
Página web	0
Elaboración de brochurs	C\$ 500

En cuanto a la promoción con la cual nos incorporaremos al mercado, se pretende establecer una oferta durante el primer mes en la cual el cliente pague docenas de catorce, además se establecerá un día en la semana en el cual se brindará el 5% de descuento en el servicio.

5.8.4. PLAZA

Como el servicio de lavandería va orientado a un sector de la población que por una u otra razón no cuentan con el tiempo o simplemente tratan de evitar el agotamiento que implica la realización del lavado y planchado de la ropa, se ha considerado la distribución de este servicio a través de dos vías, las cuales son por medio del retiro y entrega a domicilio¹⁸ y la entrega directamente del cliente a la empresa según la conveniencia del cliente.

¹⁸ Ver anexo 10.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Para el retiro y la entrega de la ropa a domicilio se utilizara el correspondiente equipo de reparto (microbús) cuyo valor de adquisición es de \$12,000 dólares americanos.



PROYECTO LAVANDERÍA “MASTER CLEAN”

5.9. PROYECCIONES DE VENTA

De acuerdo a la participación de mercado que se ha propuesto (70%) y la demanda proyectada en los cinco años, se determinó la cantidad de ventas que se tendrán por el servicio de lavandería en el municipio de Rivas.

Proyección de Venta					
Descripcion de servicio	2017	2018	2019	2020	2021
Ropa Fina	1,084	1,090	1,097	1,104	1,110
Ropa de cama	83,347	83,866	84,355	84,902	85,421
Ropa comun	500,083	503,194	506,131	509,414	512,525
Ropa cubre muebles	9,377	9,435	9,490	9,552	9,610
Total Prendas	593,890	597,584	601,073	604,972	608,666



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

5.10. PRESUPUESTO DE MARKETING

Para este punto, se ha tomado en consideración dentro del presupuesto del plan de marketing los diferentes gastos que se dan por el estudio técnico o de mercado en donde se involucra: transporte, papelería para la realización de encuesta, alimentación, recargas telefónicas, también el pago de la publicidad donde se incluyen mantas, perifoneo y la elaboración de brochurs. De igual manera se incluye los gastos de organización y constitución del negocio.

Descripción	Costo
Estudio de mercado	\$ 343.79
Publicidad	\$ 216.59
Gastos de organización y constitución	\$ 515.69
Costo Total del Plan de Marketing	\$ 1,076.07



6. PLAN DE PRODUCCION

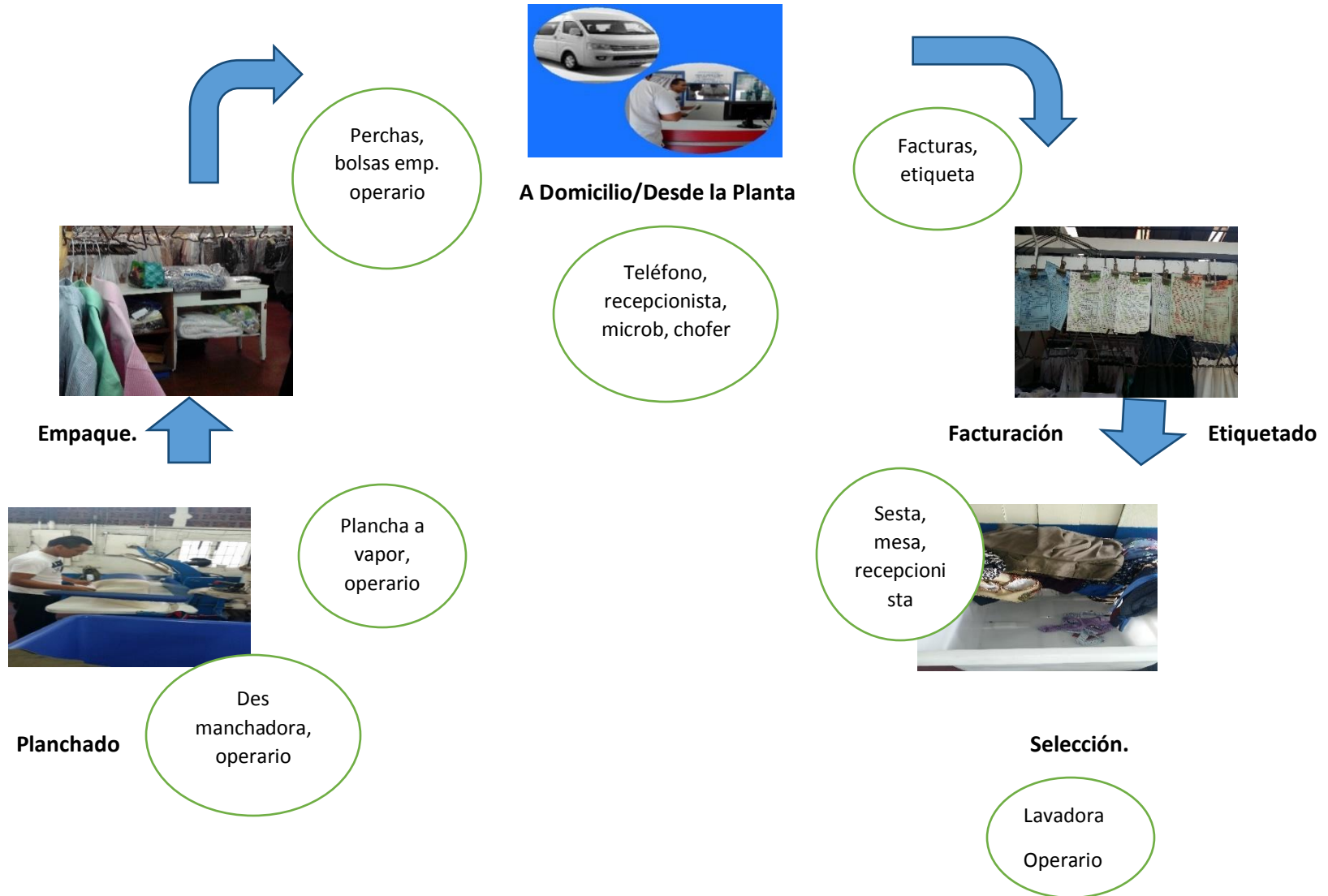
6.1. CURSOGRAMA DEL SERVICIO

Para poder prestar el servicio de lavandería en MASTER CLEAN se deben de tener en cuenta las siguientes etapas en el proceso del servicio:

- A) El cliente solicita el servicio de lavandería ya sea por medio del domiciliario o directamente en la planta.
- B) Se recibe la prenda y se evalúa su estado actual, se buscan alteraciones en la misma y se procede a informar al cliente y a dejar estipulado en el recibo la existencia de alguna anomalía, se marca la prenda con el número de recibo correspondiente.
- C) Se ubica la prenda en un cajón junto con todas las demás prendas a procesar.
- D) Se hace una selección y una separación de las prendas teniendo en cuenta el tamaño, el color, el material con el que está fabricado y el proceso que requiere el cliente.
- E) Luego de seleccionar las prendas se procede a introducirlas en la máquina de lavado en seco o se introduce en la lavadora de agua según la selección hecha.
- F) Después del lavado en frío o en seco se procede a desmanchar las prendas que requieran este proceso y a remover las motas de las prendas que lo necesiten, las prendas que requieren ser tratadas a mano se procesan.
- G) Cuando todas las prendas ya han terminado este proceso se ubican en perchas y se procede a plancharlas en una prensa a vapor.
- H) Las prendas se revisan, se empacan y se acoplan.
- I) Generalmente las prendas se entregan (Directamente al cliente o se envía a domicilio).

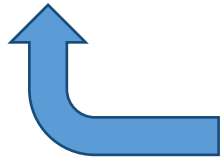


PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"





PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"



Desmanchado



Lavado(Seco/Agua),/secado.





6.2. ACTIVOS FIJOS

Bienes a adquirir

Para la adquisición de la maquinaria cabe destacar que son equipos que reducen el consumo energético el cual ayuda a disminuir costos, promover la sustentabilidad del negocio y mejorar la economía familiar.

Maquinaria y equipo:

Lavadora al seco:





PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Lavadora Comercial:





PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Secadora:

Me gusta 0 Twitter Pin it G+1

FacilitOferta

Whirlpool
Whirlpool Secadora / 7MWED1900EW / 42 Libras

Mensaje



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Plancha a vapor:





PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Caldera:





PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Des manchador:





A continuación se describen algunos de los artículos indispensables para la buena dirección organización y desarrollo del servicio.

ACCESORIOS:

Canastas para Ropa Mojada y Ropa seca.

Perchas para el descanso de la Ropa.

Mobiliario y equipo de oficinas:

2 Escritorio

2 computadora

2 Silla para escritorio

6 sillas de espera para
cliente

1 Impresora

1 Archivador

6 Abanicos

1 Teléfono



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

6.3. VIDA UTIL CAPACIDAD DE LOS ACTIVOS

MAQUINARIA Y EQUIPO									
G	MARCA	MODELO	PROVEEDOR	VIDA UTIL	VALOR RECIDUAL	VALOR	COSTO DE INTALACION	CANTIDAD	COSTO TOTAL
MAQUINARIA									
Lavadora al seco	RENZACCI	PLANET-35KG	CUMAN	10 años	\$ 2,500.00	\$25,000.00	\$ 300.00	1	\$ 25,300.00
Lavadora con agua	SAMSUNG	WA19J3000AW/42 lbs	CURACAO	5 años	\$ 50.00	\$ 580.00	\$ -	6	\$ 3,480.00
Secadora	WHIRLPOOL	7MWED1900EW/42 lbs	CURACAO	5 años	\$ 5.00	\$ 515.69	\$ -	4	\$ 2,062.76
Plancha a vapor	EFAMEIN	PPT	CUMAN	10 años	\$ 150.00	\$ 1,500.00	\$ 120.00	1	\$ 1,620.00
Plancha a temperatura	EFAMEIN	SAU 45	CUMAN	10 años	\$ 150.00	\$ 1,500.00	\$ 120.00	1	\$ 1,620.00
Plancha manual	BLACK AND DECKER	IR 1835	CURACAO	3 años	\$ 2.00	\$ 30.00	\$ -	2	\$ 60.00
Desmanchado	CISSELL	TRADE	CUMAN	10 años	\$ 600.00	\$ 6,000.00	\$ 110.00	1	\$ 6,110.00
Compresor de aire	INGERSOLL RAND	T30	CUMAN	10 años	\$ 400.00	\$ 4,000.00	\$ 400.00	1	\$ 4,400.00
Caldera de vapor	EFAMEIN	EFCV 15HP	CUMAN	10 años	\$ 1,400.00	\$14,000.00	\$ 500.00	1	\$ 14,500.00
Transportador de ropa (carriola)	-	CUATRO RUEDAS	CUMAN	5 años	\$ 2.00	\$ 13.75	\$ -	3	\$ 41.26
Lavadero doble	-	Doble vandeja	FERRETERIA LA ECONOMICA	10 años	\$ 10.00	\$ 70.00	\$ 5.00	1	\$ 75.00
Tanque de 4000 lts	PLASTITANQ		FERRETERIA LA ECONOMICA	15 años	\$ 50.00	\$ 620.00		1	\$ 620.00
Mesa para seleccionar ropa	-	De Madera	Ebanisteria Bustos	10 años	\$ -	\$ 103.14	\$ -	1	\$ 103.14
Estantería	SAUDER	414252MDF	CURACAO	10 años	\$ 15.00	\$ 159.00	\$ -	2	\$ 318.00
Máquina de coser	SINGER	2259- TRAD	TIENDA YAKELINE	5 años	\$ 10.00	\$ 105.00	\$ -	1	\$ 105.00



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA									
ACTIVO	MARCA	MODELO	PROVEEDOR	VIDA UTIL	VALOR RECIDUAL	VALOR	COSTO DE INTALACION	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Escritorio	MIKE	TIPO L		5 años	\$ 20.00	\$ 215.00	\$ -	2	\$ 430.00
computadora	HP	AMDE1		5 años	\$ 35.00	\$ 345.00	\$ -	2	\$ 690.00
Silla para escritorio	SAUDER	412419	CURACAO	3 años	\$ -	\$ 76.00	\$ -	2	\$ 152.00
sillas de espera para cliente	PRIMA	ESPERA	TIENDA YAKELINE	4 años	\$ -	\$ 14.00	\$ -	6	\$ 84.00
Impresora	XEROX	MULTIFUNCIONAL	LIBRERÍA M.A.	5 años	\$ 20.00	\$ 200.00	\$ -	1	\$ 200.00
Archivador	-	METALICO 4 GAVETAS	LIBRERÍA M.A.	5 años	\$ 10.00	\$ 145.00	\$ -	1	\$ 145.00
Abanicos	MASTERTECH	MTC56311AW	CURACAO	5 años	\$ 2.00	\$ 45.00	\$ 30.00	6	\$ 450.00
Telefono	PANASONIC	KXTG1711		5 años	\$ -	\$ 41.00	\$ -	1	\$ 41.00
TOTAL									\$ 2,192.00



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

EQUIPO DE REPARTO									
ACTIVO	MARCA	MODELO	PROVEEDOR	VIDA UTIL	VALOR RECIDUAL	VALOR	COSTO DE INTALACION	CANTIDAD	COSTO TOTAL
VEHICULO									\$ -
MICROBUS	TOYOTA	HIACE	CASA PELLAS	15 años	\$ 1,500.00	\$12,000.00	\$ -	1	\$ 12,000.00

6.4. CAPACIDAD PLANIFICADA Y FUTURA

La planta tiene una capacidad de procesar 829,440 prendas anuales, sin embargo, para el primer año de operación de la empresa se van a procesar 593,890 lo cual representa el 72% de la capacidad total, como podemos observar la lavandería contara con los equipos necesarios para que de manera satisfactoria se pueda cubrir la demanda en temporadas altas y de igual manera para el incremento de la demanda en los siguientes años.

6.5. MATERIA PRIMA NECESARIA Y COSTO DE LA MATERIA PRIMA

Lavado en Seco (Ropa Fina)				
Insumos	UM	Cantidad Por Prenda	Costo x Litro U\$	Costo Total x Prenda
Perclorotileno	lts	0.034	\$ 2.89	\$ 0.10
Energia				0.02
Total Costo Unitario				0.12



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Lavado en Agua (Ropa Común)				
Insumos	UM	Cantidad Por Prenda	Costo Unitario	Costo Total/Prenda
Detergente	kg	0.011	\$ 0.48	\$ 0.01
Suavizante	lts	0.016	\$ 3.23	\$ 0.05
Jabón Liquido	lts	0.0011	\$ 4.21	\$ 0.0046
Total Costo Unitario				\$ 0.062

Lavado en Agua (cama y cubre muebles)				
Insumos	UM	Cantidad Por Prenda	Costo Unitario	Costo Total/Prenda
Detergente	kg	0.022	\$ 0.48	\$ 0.01
Suavizante	lts	0.032	\$ 3.23	\$ 0.10
Jabón Liquido	lts	0.0022	\$ 4.21	\$ 0.0093
Total Costo Unitario				\$ 0.123



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

6.6. MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

Mano de Obra Directa				
CARGO	SALARIO MENSUAL	CANTIDAD	GASTO SALARIAL POR MES	GASTO SALARIAL
4) Operario	\$ 220.03	5	\$ 1,100.14	\$ 13,201.68
GASTO ANUAL EN SALARIO - PRIMER AÑO				\$ 13,201.68

Mano de Obra Indirecta				
CARGO	SALARIO MENSUAL	CANTIDAD	GASTO SALARIAL POR MES	GASTO SALARIAL
2) Supervisor	\$ 275.04	1	\$ 275.04	\$ 3,300.42
3) Recepcionista	\$ 220.03	1	\$ 220.03	\$ 2,640.34
5) Chofer	\$ 220.03	1	\$ 220.03	\$ 2,640.34
GASTO ANUAL EN SALARIO - PRIMER AÑO				\$ 8,581.09



6.7. GASTOS GENELARES DE LA EMPRESA

Dentro de los gastos generales de la empresa se encuentran el pago mensual del alquiler del local, teléfono, internet, papelería y útiles de oficina, materiales y suministros de limpieza, entre otros. Los cuales son indispensables para realizar las funciones diarias y para dar acondicionamiento al lugar de trabajo.

7. PLAN DE ORGANIZACIÓN

El objetivo general de este punto es definir la estructura de organización que ha de tener la lavandería.

7.1. FORMA DE LA EMPRESA

7.1.1. MISIÓN

Somos una empresa comprometida con los servicios de lavados, planchado y secado de prendas, que permita satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor manteniendo siempre altos índices de calidad, basados en normas de conservación ecológica y un buen servicio al cliente, lo mismo que constituirá el valor agregado que conceda prestigio, prometiendo un servicio diferenciado.

7.1.2. VISIÓN

Ser una empresa que ofrezca un servicio completo, único de la más alta calidad y profesionalismo, relacionado a la limpieza y tratamiento integral de las prendas, con tecnología de punta, brindando comodidad a nuestros clientes.

7.1.3. VALORES ESTRATÉGICOS

- *Responsabilidad:* Garantizamos el cuidado de sus prendas, entregamos en la fecha acordada y estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente.
- *Honestidad:* inculcar en nuestros empleados la honestidad en todos los sentidos tantos éticos como profesionales, cuidando así la integridad de nuestros clientes.



- *Transparencia:* respetar nuestro compromiso con los clientes, utilizando los mejores productos para la realización de nuestro servicio.
- *Calidad:* Ofrecer un servicio altamente calificado, que brinde las expectativas de los usuarios en todo los aspectos posibles.
- *Espíritu de equipo:* desarrollamos y lideramos el espíritu de equipo, para lograr armonía en nuestra empresa, y la misma satisfacción al cliente.
- *Ética:* Tenemos el conocimiento para responder con idoneidad a las necesidades de nuestros clientes.

7.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El objetivo central de este análisis es definir todo lo referente a la estructura empresarial, así como la dirección y mecanismos de control, políticas de administración del personal y todo lo que tiene que ver con la parte organizacional.

Se ha pretendido que la plantilla inicial del negocio estará conformada por ocho personas; un administrador que además de realizar las funciones propias de organización, planificación, dirección y control de la empresa, desempeñará a la vez las funciones de contador. Un supervisor que estará al pendiente de las actividades que conllevan a la realización del proceso del servicio, así como el abastecimiento del insumo, supervisión directa al trabajador, etc. Una recepcionista para que atienda las solicitudes del servicio ya sea de manera directa o indirecta. (en la planta o por llamada telefónicas). Cinco operarios los cuales realizaran el proceso del servicio de lavado y planchado. Un chofer que se encargara del retiro y la entrega de la ropa cuando el cliente solicite el servicio de domicilio. En cuanto a la seguridad se contratará un servicio externo de una empresa (SERVIPRO).

En cuanto a la organización de MASTER CLEAN se ha formulado el siguiente organigrama de manera funcional:



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"





PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

A) NOMBRE	B) UNIDAD/ÁREA DE	C) JEFE INMEDIATO (Nombre del cargo)
Administrador/contador	Finanzas	
D) SUBORDINADOS	E) RELACIONES	F) RELACIONES EXTERNAS
1)supervisor	1)supervisor	1)DGI
2)Recepcionista	2)recepcionista	2)INSS
3)Operario	3)operario	3)UNILEVER
4)chofer	4)chofer	4)COMAN
G) BREVE DESCRIPCIÓN		
Planear y coordinar las actividades de las diferentes areas de la institucion para que de forma conjunta alcansen el objetivo propuesto Elaborar y ejecutar de manera permanente el plan financiero estratégico de la institución mediante la implementación y supervisión del registro adecuado de las operaciones financieras y contables. Generar información de manera oportuna, confiable y veraz con sentido de transparencia que permita una adecuada y correcta toma de decisiones.		
H) REQUISITOS PARA EL		
PERSONALES	PROFESIONALES	OTROS
1)ambos sexos	1)Lic. En contaduría	1)
2)entre 25/40 años	2)experiencia de 1 año	2)
3)soltero (@)/ casado	3)manejar work,Excel,	3)
4)disposición de tiempo,	4)ingles básico	4)
I) FUNCIONES DEL		
1) DIARIAS	2) PERIÓDICAS	3) OCASIONALES
Realizar arquezos de caja	Realiza depósitos	Coordinar la elaboración del presupuesto anaauak de
Dirigir a los	Paga sueldos, salarios y	Evaluar una posible expansión
Supervisar planilla	Coordinador y elaborar	Asistir a reuniones con los dueños
Tomar decisiones	Propiciar seguridad	
	Controlar las finanzas de	
	Planificación de nuevas	



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

A) NOMBRE DEL	B) UNIDAD/ÁREA DE TRABAJO	C) JEFE INMEDIATO
Supervisor	Asistente administrativo	Administrador/contador
D) SUBORDINADOS (Nombre	E) RELACIONES INTERNAS	F) RELACIONES
1)Recepcionista	1)Administrador	1)
2)Operador	2)Recepcionista	2)
3)Chofer	3)Operario	3)
4)	4)Chofer	4)
G) BREVE DESCRIPCIÓN DEL	Es el que está encargado de vigilar que todas las funciones se estén realizando adecuadamente	
H) REQUISITOS PARA EL		
PERSONALES	PROFESIONALES	OTROS
1)ambos sexos	1)Administrador, Contador o carreras afines.	1)
2)entre 25/40 años	2)Con o sin experiencia.	2)
3)soltero (@)/ casado (@)	3)manejar work,Excel, sistemas	3)
4)disposición de tiempo,	4)ingles básico	4)
I) FUNCIONES DEL CARGO		
1) DIARIAS	2) PERIÓDICAS	3) OCASIONALES
Arqueos de caja	Evaluar a su personal trimestralmente	Capacitaciones
Revisar la calidad del servicio	Planificar la rotación del personal	
Vigilar al personal	Reuniones administrativas	
Atención al cliente	Realizar proceso de lavado y planchado	

FICHA		
A) NOMBRE DEL CARGO	B) UNIDAD/ÁREA DE TRABAJO	C) JEFE INMEDIATO
Recepcionista	Recepción	Administrador/contador
D) SUBORDINADOS (Nombre de	E) RELACIONES INTERNAS	F) RELACIONES
1)Operador	1)Administrador	1)
2)Chofer	2)Supervisor	2)
3)	3)Operario	3)
4)	4)Chofer	4)
G) BREVE DESCRIPCIÓN DEL	Recibe las prendas y evalúa el estado de esta, busca alteraciones en las mismas y se procede a informarles al cliente esto lo deja estipulado en la factura, marca la prenda con el número de la factura correspondiente, a parte recibe llamadas y trata al cliente de manera cordial.	
H) REQUISITOS PARA EL CARGO		



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

PERSONALES	PROFESIONALES	OTROS
1)ambos sexos	1) educación técnica o superior al	1)
2)entre 20/40 años	2)Con o sin experiencia.	2)
3)soltero (@)/ casado (@)	3)manejar work,Excel	3)
4)disposición de tiempo, honesto y	4)ingles básico	4)
I) FUNCIONES DEL CARGO		
1) DIARIAS	2) PERIÓDICAS	3) OCASIONALES
Recibir al cliente	Reuniones administrativas	Capacitaciones
Recibir llamadas		
Recibir las prendas		
Etiquetar las prendas		
Revisar y hacer la selección de las		
Ayudar en las demás operaciones		

FICHA		
A) NOMBRE DEL CARGO	B) UNIDAD/ÁREA DE	C) JEFE INMEDIATO (Nombre del
Chofer	Servicio al cliente	Administrador/contador
D) SUBORDINADOS (Nombre de	E) RELACIONES INTERNAS	F) RELACIONES EXTERNAS
1)	1)Administrador	1)
2)	2)Supervisor	2)
3)	3)Operario	3)
4)	4)Recepcionista	4)
G) BREVE DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Es la persona encargada de brindar el servicio a domicilio, el cual recibe y entrega las prendas de los clientes que solicitan de este servicio de igual manera revisa y verifica el estado de cada una de las prendas.		
H) REQUISITOS PARA EL CARGO		
PERSONALES	PROFESIONALES	OTROS
1)ambos sexos	1) educación técnica o	1)
2)entre 20/40 años	2)Con experiencia.	2)
3)soltero (@)/ casado (@)	3)L	3)
4)disposición de tiempo, honesto y	4)	4)
I) FUNCIONES DEL CARGO		
1) DIARIAS	2) PERIÓDICAS	3) OCASIONALES
Recibir al cliente	Reuniones administrativas	Capacitaciones
Recibir llamadas		
Recibir las prendas		
Etiquetar las prendas		
Revisar y hacer la selección de las		
Ayudar en las demás operaciones de		



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

FICHA		
A) NOMBRE DEL CARGO	B) UNIDAD/ÁREA DE	C) JEFE
Operario	Procesamiento	Administrador/cont
D) SUBORDINADOS (Nombre de cargos)	E) RELACIONES INTERNAS	F)
1)	1)Administrador	1)
2)	2)Supervisor	2)
3)	3) Recepcionista	3)
4)		4)
G) BREVE DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
Es el que procede a introducir las prendas en las máquinas de lavado en seco o en lavado de agua según la selección hecha por el cliente, luego del lavado se procede a desmanchar las prendas si estas lo requieren, posteriormente se procede a plancharla ya sea a vapor o caliente, las prendas se revisan y se empaican para finalmente entregárselas al cliente.		
H) REQUISITOS PARA EL CARGO		
PERSONALES	PROFESIONALES	OTROS
1)ambos sexos	1) educación técnica o	1)
2)entre 20/40 años	2)Con o sin experiencia.	2)
3)soltero (@)/ casado (@)	3)	3)
4)disposición de tiempo, honesto y responsable.	4)	4)
I) FUNCIONES DEL CARGO		
1) DIARIAS	2) PERIÓDICAS	3) OCASIONALES
Colaborar con la limpieza de la institución		Capacitaciones
Realizar el proceso del servicio		
Tratar con cuidado las prendas en cada fase		
Cuidar de la maquinaria		



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Plan y política salarial

El siguiente plan salarial se ha elaborado teniendo como base el salario mínimo establecido en las leyes, y salarios que devenga las personas en empresas que se dedican a brindar servicios de lavandería, o empresas que se dedican a un giro semejante a este. Los montos salariales son ajustados y elevados para este año en un 4.5 % según lo establecido en la tabla del salario mínimo para el sector servicio comunitario publicado por el ministerio de trabajo.

- los tipos de contratos que se manejaran son de término indefinido para todos los empleados.
- La política salarial que se maneja es pagar quincenalmente a cada uno de los trabajadores, sin importar el cargo.
- Los empleados tendrán derecho a todas las prestaciones que por ley le correspondan.
- Todos los colaboradores trabajaran en un horario laboral completo estipulado por la ley de 8 horas diarias, de lunes a sábado, teniendo en cuenta que si el trabajo requiere menos tiempo de lo estipulado los empleados no recibirán menos salario, pero si el trabajo requiere de más tiempo de este se pagaran las horas extras correspondiente como lo exige la ley.

CARGO	SALARIO MENSUAL	CANTIDAD	GASTO SALARIAL POR MES	GASTO SALARIAL ANNUAL
1) Administrador/contador	\$ 412.55	1	\$ 412.55	\$ 4,950.63
2) Supervisor	\$ 275.04	1	\$ 275.04	\$ 3,300.42
3) Recepcionista	\$ 220.03	1	\$ 220.03	\$ 2,640.34
4) Operario	\$ 220.03	5	\$ 1,100.14	\$ 13,201.68
5) Chofer	\$ 220.03	1	\$ 220.03	\$ 2,640.34
6) Servipro	\$ 189.09	1	\$ 189.09	\$ 2,269.04
GASTO ANUAL EN SALARIO - PRIMER AÑO				\$ 29,002.45



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

7.3. ACTIVIDADES Y GASTOS PREOPERATIVOS

Contratación de servicios:

Cargos básicos: Dicha lavandería contara con cargos básicos para llevar a cabo su funcionamiento en los cuales tenemos que dar seguimiento a cada uno de los requisitos que se necesitan para poder contar con estos servicios.

Dentro de ellos destacamos:

Energía eléctrica: La energía eléctrica como el local es alquilado ya cuenta con las instalaciones correspondientes, solo se realizará los pagos correspondientes.

Agua potable: De igual manera que la energía solo se pagara lo que se va a consumir en el transcurso del mes.

Casa claro: Este es un servicio que brinda la compañía de claro, casa claro tiene un costo de 50 dólares mensuales y nos ofrece calidad en los servicios de cable, teléfono e internet tres elementos que serán primordiales en dicha lavandería.

PFRESUPUESTO DE GASTOS DE CONSTITUCION Y ORGANIZACIÓN	
CONCEPTO	COSTO
Propiedad inmueble y mercantil	\$ 17.19
Alcaldía	\$ 752.02
abogado	\$ 103.14
Instalación de energía eléctrica	\$ 137.52
Instalación agua potable	\$ 171.90
Instalación teléfono	\$ 48.13
Compra libros Diario mayor	\$ 5.50
Inspección bomberos	\$ 51.57
Contrato de arriendo (depósito y pago del primer mes)	\$ 550.07
Remodelación del local	\$ 343.79
Gastos de Contratación	\$ 20.63
Gastos de Investigación	\$ 343.79
Total	\$ 2,545.25



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

i. Papelería y útiles de oficina:

En la siguiente tabla se muestran todos los gastos asociados a lo operativo en cuanto a papelería y útiles de oficina, desde su apertura estos continuaran mensualmente o de forma casual en este caso el proveedor más indicado es la librería "TORRE FUERTES" ya que esta cuenta con todo lo que necesitamos.

CONSUMIBLES	UNID/MEDID	CANTIDAD	PRECIO UNID	TOTAL
PAPEL	RESMA	2	\$ 3.61	\$ 7.22
AMPOS	UNID	1	\$ 1.89	\$ 1.89
GRAPAS	CAJAS	4	\$ 0.86	\$ 3.44
LAPICEROS	UNID	12	\$ 0.11	\$ 1.31
RESALTADORES	UNID	3	\$ 0.31	\$ 0.93
FASTENER	CAJAS	4	\$ 1.13	\$ 4.54
MINAS	UNID	4	\$ 0.28	\$ 1.10
BORRADOR	UNID	3	\$ 0.41	\$ 1.24
FACTURA	TALONARIO	10	\$ 5.84	\$ 58.44
LAPIZ MECANICO	UNID	3	\$ 0.41	\$ 1.24
MARKISTEPE	UNID	1	\$ 1.72	\$ 1.72
			TOTAL	\$ 83.06



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

i. Materiales y suministro:

Como es lo más lógico debemos tomar en cuenta los gastos de materiales y suministros que son indispensables para mantener limpia la Lavandería y de esta manera poder trabajar en un buen ambiente agradable. El proveedor que nos va a vender este tipo de productos es "MAXI PALI", estos gastos se incurrirán mensualmente.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

COMSUMIBLES	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Mecha de lampazo	2	\$ 2.37	\$ 4.74
Desinfectante	1	\$ 2.54	\$ 2.54
Aromatizante	1	\$ 2.54	\$ 2.54
Limpiones	5	\$ 0.68	\$ 3.40
Desinfectante para inodoro	6	\$ 0.46	\$ 2.73
Jabón de mano	6	\$ 0.49	\$ 2.95
papel higiénico	1	\$ 12.38	\$ 12.38
Bolsas para basura	3	\$ 0.58	\$ 1.75
Escoba	2	\$ 1.64	\$ 3.28
		TOTAL	\$ 36.33



PROYECTO LAVANDERIA “MASTER CLEAN”

MACRO LOCALIZACION .

La macro localizacion de un proyecto se refiere a la ubicación de la zona dentro de la cual se establecera el determinado proyecto.

En este caso ,la ubicación del local para la lavandera estara en el Municipio de Rivas ,Nicaragua.

MICRO LOCALIZACION

El analisis de micro localizacion indica cual es la mejor alternativa de instalacion de un proyecto dentro de la macro zona elegida .

Para determinar la localizacion del proyecto se tomo en cuenta la pregunta de la encuesta relacionada con la ubicación del negocio ,en la cual la mayor parte de la poblacion decidio que es conveniente que este ubique en una parte centrica de RIVAS por tal razon se decidio especificamente que estara instalada en los modulos de las nuevas instalaciones de la plaza EL CARMEN, ubicada de la Policia Nacional 100 mts al Oeste..

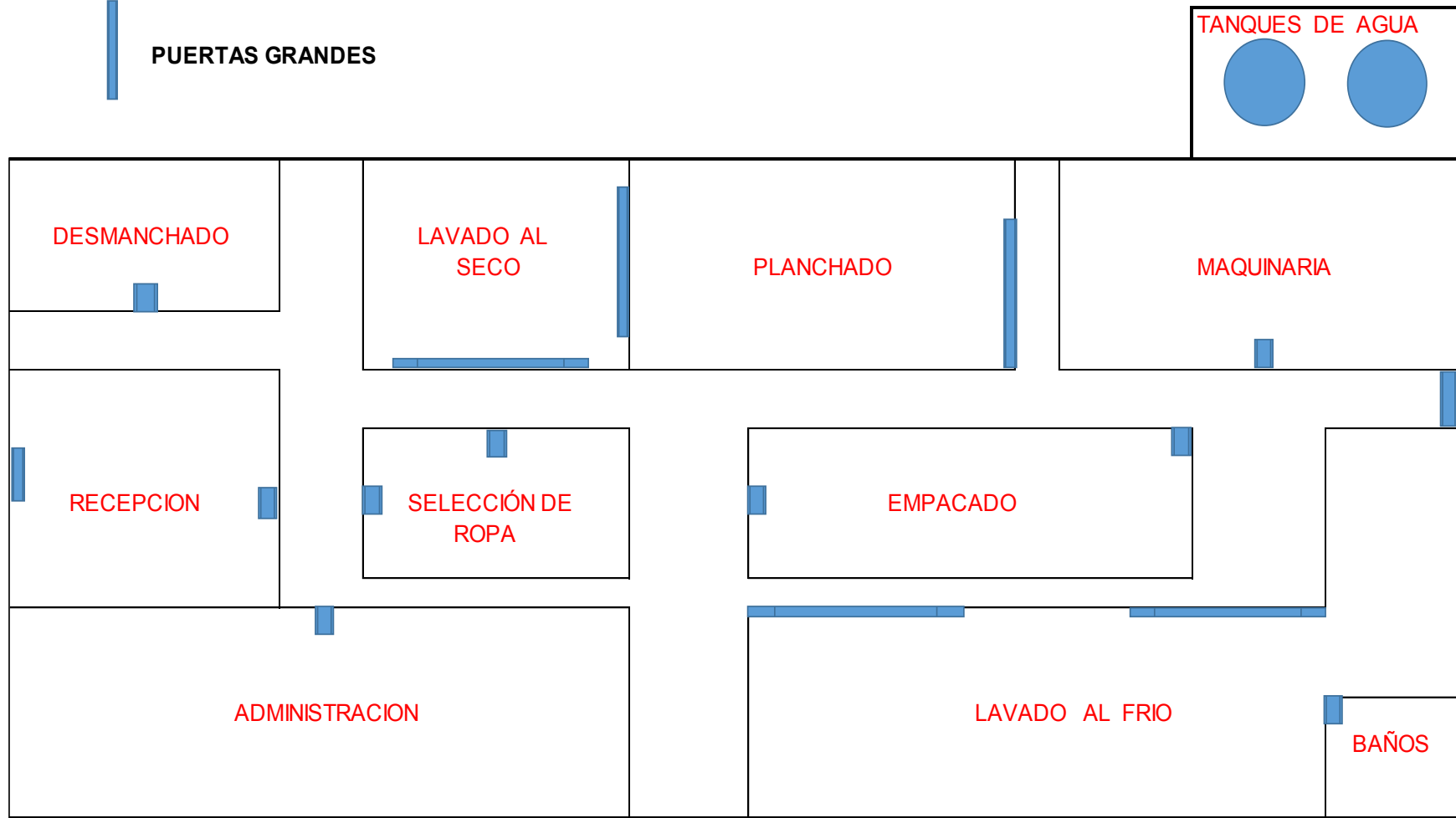




PLANO DE DISTRIBUCION DE MASTHER CLEAN RIVAS,S.A

 PUERTAS PEQUEÑAS

 PUERTAS GRANDES





8. PLAN DE FINANZAS

OBJETIVO GENERAL

Identificar la viabilidad del proyecto, mediante la aplicación de técnicas de evaluación económica y financiera.

OBJETIVO ESPECIFICO

- Establecer el flujo de efectivo proyectado para los cinco primeros años de la empresa.
- Determinar el valor presente neto (BPN) del proyecto a través del cual se comparan los ingresos esperados versus los ingresos.
- Establecer la tasa interna de retorno (TIR) con la cual se mide la rentabilidad del proyecto de inversión.
- Calcular el periodo de recuperación de la inversión.
- Fijar la relación que existen entre el Beneficio y el Costo en este proyecto.

8.1. PLAN FINANCIERO

Plan de inversión

Estructura

En el plan de inversión de la lavandería estará estructurada por los componentes tales como: inversión en capital de trabajo con un monto que asciende a \$ 15,089.25, un capital fijo de \$ 74,602.16, y en gastos pre operativo \$ 2,545.25. Al sumar estas inversiones nos da como resultado la inversión inicial del proyecto la cual es de \$ 92,236.67 cada uno de estos componentes están integrados por otros elementos que mostraremos a continuación:

- Inversión en capital de trabajo: representa los recursos con que cuenta la lavandería para hacer frente a sus obligaciones.
- Inversión en capital fijo: está conformado por el mobiliario y equipo de oficinas que se va adquirir para su funcionamiento.
- Gastos pre operativo: estos están integrados por los gastos de constitución que corresponden a los procedimientos legales que se deben de realizar para el funcionamiento, gastos de organización, gastos de investigación y gastos de remodelación del local.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

MASTER CLEAN
Tabla 00 1
Balanza de Inversión Consolidada
(Cifras expresadas en dolares)

CONCEPTOS	VALOR
<u>Inversión en Capital de Trabajo:</u>	
caja ¹	300.00
Banco ²	7,849.00
inventario ³	5,946.77
papelaria y utiles de ofic ⁴	166.12
materiales y suministro ⁵	72.66
propaganda y publicidad ⁶	154.71
Alquiler ⁷	600.00
Sub Total Inversión en Capital de Trabajo	15,089.26
<u>Inversión en Capital Fijo:</u>⁸	
Maquinaria y equipo	60,410.16
Mobiliario y equipo	2,192.00
Equipo de reparto	12,000.00
Sub Total Inversión en Capital Fijo	74,602.16
<u>Inversión en Gastos Preoperativos:</u>⁹	
Investigacion	343.79
Gastos legales	1,857.67
Organización e instalacion	343.79
Sub Total Inversión en Gastos Preoperativos	2,545.25
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	92,236.67



Notas:

¹Caja es la cantidad que el negocio pretende tener a disposición ante cualquier imprevisto que se presente (300 dólares).

²Banco está destinado a cubrir los cargos básicos y planilla salarial en los primeros dos meses de operación.

³El inventario es la cantidad estimada de materia prima en un periodo de un mes.

⁴En lo que se refiere a papelería y útiles de oficina se ha destinado un monto para utilizar en dos meses.

⁵La cuenta de materiales y suministros comprende los materiales de limpieza, se ha estimado una cantidad para un periodo de dos meses.

⁶Propaganda y publicidad se estima un monto para el primer mes de operación

⁷En alquiler se estima por un periodo de dos meses.

⁸En lo representativo a la inversión fija (ver anexo....) en el cual se describe detalladamente el tipo de mobiliario, maquinaria y equipo, así como la cantidad y el precio a cada uno.

⁹En los gastos pre operativo se contempla lo que es la investigación técnica acerca del negocio (estudio de mercado y financiero), se incluye también los gastos necesarios para la formalización legal del negocio, y debido a que se ha decidido alquilar un local, de igual manera se ha destinado un monto para el debido acondicionamiento del mismo.

Como estrategia de financiamiento se ha acordado dividir las fuentes de financiamientos de proyecto en dos partes: fuentes propias (Aportaciones de los Socios) y fuentes externas (Préstamo Bancario) y de esta manera tener una cuota de riesgo moderada con 42.54% en aportaciones de los socios y un 57.46% a través de préstamo bancario.

Costo del capital promedio ponderado.

Esta sección la desarrollamos con el fin de expresar los diferentes costos de las distintas fuentes de financiamiento y determinar una sola tasa representativa, la cual se utilizará como tasa de corte o tasa de descuento para evaluar el proyecto de inversión de la empresa.

La importancia de utilizar el Costo Promedio de Capital como una única tasa, se justifica porque en ocasiones, al emplear tasas diferenciadas para evaluar inversiones, las decisiones de aceptación o rechazo resultantes pudieran no ser coherentes con la meta de maximización de valor, por los cual pusimos en práctica esta técnica la cual la representamos de la siguiente manera:



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Para determinar el costo de la fuente de financiamiento, indagamos sobre el costo de adquirir un préstamo bancario es decir la tasa de interés. Al visitar el banco BANPRO obtuvimos la tasa correspondiente con respecto a la realización de un préstamo equivalente a los \$ 53 000 la cual fue de un 16% anual, a esta tasa le aplicamos la fórmula del costo después de impuesto con el objetivo de determinar el costo real de nuestra fuente de financiamiento:

$$K_i = K_d (1-T)$$

$$K_i = 16\% (1 - 30\%)$$

$$K_i = 11.20\%$$

Al aplicar la formula determinamos que nuestra tasa real después de impuestos será de un 11.20 % anual representando la adquisición de financiamiento por parte de fuentes externas.

Master Clean
Tabla 005
Tasa de Rentabilidad Mínima Requerida del Proyecto
(Cifras expresadas en dolar)

FUENTES	APORTE MONETARIO	PESO (%)	COSTO	COSTO PONDERADO
Aportaciones de los socios (f. propios)	39,236.67	42.54%	31.00%	13.19%
Préstamo bancario (fondos externos)	53,000.00	57.46%	11.20%	6.44%
	-	0.00%	0.00%	0.00%
TOTAL	92,236.67	100.00%	CCPP:	19.62%



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Para el costo de las fuentes propias se tomó en cuenta el porcentaje de rentabilidad que tiene este tipo de negocio (25%) y el tamaño de riesgo en el mercado.

Proyecciones financieras

Proyección de ingresos

Los ingresos se calculan utilizando la proyección de venta de los servicios ofrecidos por la empresa estipulados en el estudio de mercado y cada servicio multiplicado por su precio de venta, para el primer año y luego para los próximos años utilizamos la tasa de crecimiento que se le aplico para calcular la demanda proyectada más la tasa de inflación (6%) obtenida en la página del Banco Central de Nicaragua con el fin de determinar un valor más exacto. Ya aplicados estas tasas se proyectaron los ingresos como aparecen en la tabla # 002.

Se ha propuesto un margen de ganancia del 35% sobre los costos totales de producción.

Tipo de Servicios	Precio de Venta
Ropa Fina	\$ 3.09
Ropa de cama	\$ 0.29
Ropa comun	\$ 0.21
Ropa cubre muebles	\$ 0.29



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

MASTER CLEAN

Tabla 00 2

Proyección de ingresos por ventas

(Cifras expresadas en dolares).

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Ingresos por venta lavado/seco	3,349.14	3,571.39	3,808.38	4,061.11	4,330.60
Ingresos por venta ropa comun	106,870.24	113,962.15	121,524.67	129,589.05	138,188.58
ingresos por venta cama y muebles	27,326.23	29,139.59	31,073.30	33,135.32	35,334.18
Ingresos Totales	137,545.60	146,673.13	156,406.36	166,785.48	177,853.37



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Proyección de costos variables

En los costos variables se incluye insumos: para el lavado en seco se utiliza el percloroetileno y para el lavado al agua lo que es detergente, suavizantes, jabón líquido, agua y de manera general energía y diversos gastos de mantenimiento.

Al igual que las ventas, a los costos variables se le aplica el porcentaje de inflación y el porcentaje de crecimiento de la demanda anual.

Master clean
Tabla 002A
Proyección de costos variables
(Cifras expresadas en dolares)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
Costos variables del lavado/seco	137.56	146.69	156.42	166.80	177.87
C.vdel lavado/agua(ropa comun)	47,457.88	50,607.18	53,965.47	57,546.62	61,365.42
C.Vdel lavado/agua(cama/muebles)	14,362.95	15,316.07	16,332.45	17,416.27	18,572.01
Costos variables totales	61,958.38	66,069.94	70,454.34	75,129.69	80,115.30



Proyección de Costos fijo

Los costos fijos son todos aquellos en los cuales se tienen que incurrir sin importar la naturaleza del negocio. Dentro de estos costos tenemos dos secciones donde se incluyen los gastos personales y no personales, refiriéndonos al primero tenemos que está conformado por los salarios mensuales del administrador/contador, vigilante, chofer y los cinco operarios ya calculándoles las prestaciones de ley. Como monto correspondiente al primer año asumimos la cantidad de \$ 48,062.48 dólares , cabe mencionar que para las proyecciones del segundo año en adelante hasta concluir con los cinco años que tendrá de duración dicha lavandería se incrementó un 4.5 % por los ajustes salarial de acuerdo al sector en que se encuentra el negocio, dentro de las prestaciones de ley en el segundo, tercer año se pagara el 25 % y tenemos que del cuarto en adelante se pagara el 22.22% debido a que así está estipulado en la ley, cabe destacar que dentro de estas prestaciones tenemos: vacaciones, 13vo mes y antigüedad por cada uno se paga anualmente un mes de salario.

Dentro de las obligaciones patronales se incluyó INATEC E INSS estos incrementaron anualmente un 19 % por los cambios que se incurre en la ley.

Gastos no personales dentro de ellos tenemos cargos básicos estos están clasificados en energía, agua potable, cable, internet y telefonía convencional para un total de \$ 1528.24 dólares anual por ende estos se incrementan en un 6.42 % anual debido a la inflación contamos con gastos de papelería y útiles de oficina lo cual nos generan un costo de \$ 996.72 dólares anuales, así mismo la lavandería cuenta con gastos en materiales y suministro siendo su costo anual de \$ 435.96 dólares , y por ultimo tenemos los gastos de publicidad dentro de los cuales aremos una mención rápida el cual será por medio de la radio, mantas y perifoneo teniendo un costo anual de \$ 412.55dolares . Sumando los gastos personales y los no personales nos da un total de costo fijo anual de \$ 48062.48 dólares aclarando que cada año varía de acuerdo a la inflación y así sucesivamente hasta concluir con la vida útil del proyecto el cual será de 5 años.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Master Clean
Tabla 003
Proyección de Costos Fijos
(Cifras expresadas dolares)

CONCEPTOS	AÑOS DE OPERACIÓN DEL PROYECTO				
	1	2	3	4	5
<u>Gastos personales:</u>¹					
Salarios	29,002.45	30,307.56	31,671.40	33,096.61	34,585.96
Prestaciones de ley	7,250.61	7,576.89	7,917.85	7,354.80	7,685.77
Gastos patronales	5,945.50	6,364.59	6,650.99	6,950.29	7,263.05
Sub total gastos personales	42,198.56	44,249.04	46,240.24	47,401.71	49,534.78
<u>Gastos no personales:</u>²					
Cargos básicos	1,528.24	1,619.94	1,717.13	1,820.16	1,929.37
Gasto en papelería y útiles	996.72	1,056.52	1,119.91	1,187.11	1,258.34
Gastos en materiales y suministros	435.96	462.12	489.84	519.24	550.39
Gastos en mantenimiento	570.70	604.94	641.24	679.71	720.50
Gastos en publicidad	412.55	412.55	412.55	412.55	412.55
Otros gastos	1,919.74	1,919.74	1,919.74	1,919.74	1,919.74
Sub total gastos no personales	5,863.91	6,075.81	6,300.42	6,538.51	6,790.88
Gastos fijos totales	48,062.48	50,324.85	52,540.67	53,940.22	56,325.67



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

Depreciación

Esta fue aplicada de acuerdo a la clasificación de los activos fijos ya que se dividen en tres tipos de acuerdo a su vida útil.

Master Clean
 Tabla 004
 Programa de depreciación de activos
 (Cifras expresadas dolares)

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO INSTALADO	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL					DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
					1	2	3	4	5		
Lavadora en seco	1.00	25,300.00	2,500.00	10 Años	2,280.00	2,280.00	2,280.00	2,280.00	2,280.00	11,400.00	13,900.00
Lavadora Comercial (agua)	6.00	580.00	50.00	5 Años	636.00	636.00	636.00	636.00	636.00	3,180.00	300.00
Secadoras	4.00	515.69	50.00	5 Años	372.55	372.55	372.55	372.55	372.55	1,862.76	200.00
Plancha a vapor	1.00	1,620.00	150.00	10 Años	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	735.00	885.00
Plancha a temperatura	1.00	1,620.00	150.00	10 Años	147.00	147.00	147.00	147.00	147.00	735.00	885.00
Plancha Manual	2.00	30.00	2.00	3 Años	18.67	18.67	18.67	-	-	56.00	4.00
Desmanchador	1.00	6,110.00	600.00	10 Años	551.00	551.00	551.00	551.00	551.00	2,755.00	3,355.00
Compresor de Aire	1.00	4,400.00	400.00	10 Años	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	2,000.00	2,400.00
Caldera de Vapor	1.00	14,500.00	1,400.00	10 Años	1,310.00	1,310.00	1,310.00	1,310.00	1,310.00	6,550.00	7,950.00
Carriola	3.00	13.75	2.00	5 Años	7.05	7.05	7.05	7.05	7.05	35.25	6.00
Lavaderos	1.00	70.00	10.00	10 Años	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	30.00	40.00
Tanque de Agua	1.00	620.00	50.00	10 Años	57.00	57.00	57.00	57.00	57.00	285.00	335.00
Mesa para seleccionar ropa	1.00	103.14	10.00	10 Años	9.31	9.31	9.31	9.31	9.31	46.57	56.57
Estanteria	2.00	159.00	15.00	10 Años	28.80	28.80	28.80	28.80	28.80	144.00	174.00
Maquina de cocer	1.00	105.00	10.00	5 Años	19.00	19.00	19.00	19.00	19.00	95.00	10.00
Microbus	1.00	12,000.00	1,500.00	15 Años	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	3,500.00	8,500.00
Escritorio	2.00	215.00	20.00	5 Años	78.00	78.00	78.00	78.00	78.00	390.00	40.00
Computadoras	2.00	345.00	35.00	5 Años	124.00	124.00	124.00	124.00	124.00	620.00	70.00
Sillas para escritorio	2.00	76.00	-	3 Años	50.67	50.67	50.67	-	-	152.00	-
Sillas de esperas para clientes	6.00	14.00	-	4 Años	21.00	21.00	21.00	21.00	-	84.00	-
Impresoras	1.00	200.00	20.00	5 Años	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00	180.00	20.00
Archivador	1.00	145.00	10.00	5 Años	27.00	27.00	27.00	27.00	27.00	135.00	10.00
Abanicos	6.00	45.00	2.00	5 Años	51.60	51.60	51.60	51.60	51.60	258.00	12.00
Telefonos	1.00	41.00	-	5 Años	8.20	8.20	8.20	8.20	8.20	41.00	-
Canastas para ropa	4.00	4.00	-	1 Años	16.00	-	-	-	-	16.00	-
Perchas	1,000.00	0.17	-	3 Años	56.67	56.67	56.67	-	-	170.00	-
TOTALES					7,158.52	7,142.52	7,142.52	7,016.52	6,995.52		39,152.57



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

8.2. ESTADO DE RESULTADO

MASTER CLEAN Estado de Resultados Anuales Cifras expresadas en dolares						
Renglon	Concepto	Años				
		1	2	3	4	5
	1 Ventas Proyectadas	137,545.60	146,673.13	156,406.36	166,785.48	177,853.37
	2 Costos Variables	(61,958.38)	(66,069.94)	(70,454.34)	(75,129.69)	(80,115.30)
	3 Utilidad Bruta	75,587.22	80,603.19	85,952.01	91,655.79	97,738.07
	4 Gastos Operativos					
	5 Gastos Admon	11985.08	12551.02	13103.64	13452.69	14047.62
	6 Gastos de Venta	36077.39	37773.83	39437.02	40487.53	42278.04
	7 Depreciaciones	7158.516	7142.516	7142.516	7016.516	6995.516
	8 Amortizaciones	509.05	509.05	509.05	509.05	509.05
	9 Gastos Operativos Totales	55,730.04	57,976.41	60,192.23	61,465.78	63,830.23
	10 Utilidad antes de Intereses e Impuestos	19,857.18	22,626.77	25,759.78	30,190.01	33,907.83
	11 Gastos Financieros	5513.68	4525.64	3421.09	2193.94	796.18
	12 Utilidad antes de impuestos	14,343.50	18,101.13	22,338.69	27,996.07	33,111.65
	13 Impuestos	4,303.05	5,430.34	6,701.61	8,398.82	9,933.50
	14 Utilidad Neta	10,040.45	12,670.79	15,637.08	19,597.25	23,178.16



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

8.3. BALANCE GENERAL

MASTER CLEAN Balance de Apertura Al 01/01/2017 Cifras expresadas en dolares			
Activos			Pasivos Corrientes
caja ¹	\$ 300.00		
Banco ²	\$ 7,849.00		
inventario ³	\$ 5,946.77		
papelera y utiles de ofic ⁴	\$ 166.12		
materiales y suministro ⁵	\$ 72.66		
propaganda y publicidad ⁶	\$ 154.71		
Total Activos Corrientes	\$ 14,489.26		
Activos no corrientes			Pasivos No Corrientes
Alquiler	\$ 600.00		Presstamo Bancario L/P \$ 53,000.00
Maquinaria y equipo	\$ 60,410.16		
Mobiliario y equipo	\$ 2,192.00		
Equipo de reparto	\$ 12,000.00		
Activo no corriente neto	\$ 75,202.16		
Activos Intangibles			Total Pasivos No Corrientes \$ 53,000.00
Gastos legales	\$ 343.79		
Gastos legales	\$ 1,857.67		
Remodelacion del local	\$ 343.79		
Total Activos Intangibles	\$ 2,545.25		
ACTIVOS TOTALES	\$ 92,236.67		
			CAPITAL
			Capital Inicial \$ 39,236.67
			Total Capital \$ 39,236.67
			TOTAL PASIVO+CAPITAL \$ 92,236.67



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

8.4. ESTADO DE FLUJO DE CAJA

Master Clean Tabla 006 Flujo de caja del proyecto (Cifras en dólares)						
Conceptos	Años de operación del proyecto					
	0	1	2	3	4	5
<i>Inversiones realizadas en el año cero</i>						
Inversión en Capital de Trabajo	(15,089.26)					
Inversión en Capital Fijo	(74,602.16)					
Inversión en Gastos Preoperativos	(2,545.25)					
<i>Flujos operativos del proyecto</i>						
Ingresos por venta de bienes y servicios	137,545.60	146,673.13	156,406.36	166,785.48	177,853.37	
Costos variables de bienes y servicios	(61,958.38)	(66,069.94)	(70,454.34)	(75,129.69)	(80,115.30)	
Costos fijos	(48,062.48)	(50,324.85)	(52,540.67)	(53,940.22)	(56,325.67)	
Depreciaciones	(7,158.52)	(7,142.52)	(7,142.52)	(7,016.52)	(6,995.52)	
Amortización de intangibles	<u>(509.05)</u>	<u>(509.05)</u>	<u>(509.05)</u>	<u>(509.05)</u>	<u>(509.05)</u>	
Utilidades antes de impuestos	19,857.17	22,626.77	25,759.78	30,190.01	33,907.83	
Impuestos sobre la renta (30%)	<u>(5,957.15)</u>	<u>(6,788.03)</u>	<u>(7,727.93)</u>	<u>(9,057.00)</u>	<u>(10,172.35)</u>	
Utilidades después de impuestos						



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

		13,900.02	15,838.74	18,031.85	21,133.00	23,735.48
(+) Depreciaciones y amortizaciones		<u>7,667.57</u>	<u>7,651.57</u>	<u>7,651.57</u>	<u>7,525.57</u>	<u>7,504.57</u>
(=) Flujos de caja anuales del proyecto		21,567.59	23,490.31	25,683.41	28,658.57	31,240.05
<u>Flujo de caja del último año</u>						
Retorno del Capital de trabajo						15,089.26
Valores de salvamento neto						<u>39,152.57</u>
Sub total flujo de caja del último año						<u>54,241.83</u>
Flujos de caja neto sin financiamiento	(92,236.67)	21,567.59	23,490.31	25,683.41	28,658.57	85,481.88
Financiamiento						
Préstamos	53,000.00					
Amortización del principal		(8,378.00)	(9,366.04)	(10,470.59)	(11,697.74)	(11,937.86)
Escudo fiscal de los intereses		1,654.10	1,357.69	1,026.33	658.18	238.85
Flujos de caja neto con financiamiento	(39,236.67)	14,843.69	15,481.96	16,239.15	17,619.01	73,782.87



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

8.5. PROGRAMA DE DEVOLUCIÓN DEL PRESTAMO

Master Clean Plan de Amortización de la Deuda												
Valor Préstamo:		53,000.00	Frec. Pagos:		Mensual	Tipo Amortiz:		Cuota nivelada	Moneda		c\$ <input type="checkbox"/>	u\$ <input checked="" type="checkbox"/>
Plazo en años:		5 Años	Tasa anual:		11.20%	Fecha entrega:		16-Dic-16	<input type="button" value="Procesar"/>			
CUOTA N°	FECHA	DIAS	PAGO	MANTEN. VALOR	INTERESES	AMORTIZACIÓN	SALDO					
0	42720						53000					
1	16/1/2017	31/1/1900	1157.64	0	504.15	653.49	52346.51					
2	16/2/2017	31	1157.64	0	497.94	659.7	51686.81					
3	16/3/2017	28	1157.64	0	444.08	713.56	50973.25					
4	16/4/2017	31	1157.64	0	484.87	672.77	50300.48					
5	16/5/2017	30	1157.64	0	463.04	694.6	49605.88					
6	16/6/2017	31	1157.64	0	471.87	685.77	48920.11					
7	16/7/2017	30	1157.64	0	450.33	707.31	48212.8					
8	16/8/2017	31	1157.64	0	458.62	699.02	47513.78					
9	16/9/2017	31	1157.64	0	451.97	705.67	46808.11					
10	16/10/2017	30	1157.64	0	430.89	726.75	46081.36					
11	16/11/2017	31	1157.64	0	438.34	719.3	45362.06					
12	16/12/2017	30	1157.64	0	417.58	740.06	44622					
13	16/1/2018	31	1157.64	0	424.46	733.18	43888.82					
14	16/2/2018	31	1157.64	0	417.48	740.16	43148.66					
15	16/3/2018	28	1157.64	0	370.72	786.92	42361.74					



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

16	16/4/2018	31	1157.64	0	402.96	754.68	41607.06
17	16/5/2018	30	1157.64	0	383.01	774.63	40832.43
18	16/6/2018	31	1157.64	0	388.41	769.23	40063.2
19	16/7/2018	30	1157.64	0	368.8	788.84	39274.36
20	16/8/2018	31	1157.64	0	373.59	784.05	38490.31
21	16/9/2018	31	1157.64	0	366.13	791.51	37698.8
22	16/10/2018	30	1157.64	0	347.04	810.6	36888.2
23	16/11/2018	31	1157.64	0	350.89	806.75	36081.45
24	16/12/2018	30	1157.64	0	332.15	825.49	35255.96
25	16/1/2019	31	1157.64	0	335.37	822.27	34433.69
26	16/2/2019	31	1157.64	0	327.54	830.1	33603.59
27	16/3/2019	28	1157.64	0	288.71	868.93	32734.66
28	16/4/2019	31	1157.64	0	311.38	846.26	31888.4
29	16/5/2019	30	1157.64	0	293.55	864.09	31024.31
30	16/6/2019	31	1157.64	0	295.11	862.53	30161.78
31	16/7/2019	30	1157.64	0	277.65	879.99	29281.79
32	16/8/2019	31	1157.64	0	278.54	879.1	28402.69
33	16/9/2019	31	1157.64	0	270.18	887.46	27515.23
34	16/10/2019	30	1157.64	0	253.29	904.35	26610.88
35	16/11/2019	31	1157.64	0	253.13	904.51	25706.37
36	16/12/2019	30	1157.64	0	236.64	921	24785.37
37	16/1/2020	31	1157.64	0	235.77	921.87	23863.5
38	16/2/2020	31	1157.64	0	227	930.64	22932.86
39	16/3/2020	29	1157.64	0	204.07	953.57	21979.29
40	16/4/2020	31	1157.64	0	209.07	948.57	21030.72
41	16/5/2020	30	1157.64	0	193.6	964.04	20066.68
42	16/6/2020	31	1157.64	0	190.88	966.76	19099.92
43	16/7/2020	30	1157.64	0	175.82	981.82	18118.1
44	16/8/2020	31	1157.64	0	172.35	985.29	17132.81



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

45	16/9/2020	31	1157.64	0	162.97	994.67	16138.14
46	16/10/2020	30	1157.64	0	148.56	1009.08	15129.06
47	16/11/2020	31	1157.64	0	143.91	1013.73	14115.33
48	16/12/2020	30	1157.64	0	129.94	1027.7	13087.63
49	16/1/2021	31	1157.64	0	124.49	1033.15	12054.48
50	16/2/2021	31	1157.64	0	114.67	1042.97	11011.51
51	16/3/2021	28	1157.64	0	94.61	1063.03	9948.48
52	16/4/2021	31	1157.64	0	94.63	1063.01	8885.47
53	16/5/2021	30	1157.64	0	81.8	1075.84	7809.63
54	16/6/2021	31	1157.64	0	74.29	1083.35	6726.28
55	16/7/2021	30	1157.64	0	61.92	1095.72	5630.56
56	16/8/2021	31	1157.64	0	53.56	1104.08	4526.48
57	16/9/2021	31	1157.64	0	43.06	1114.58	3411.9
58	16/10/2021	30	1157.64	0	31.41	1126.23	2285.67
59	16/11/2021	31	1157.64	0	21.74	1135.9	1149.77
60							

8.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se encuentra definido por el cruce en el cual los ingresos provenientes de las ventas se igualan a los costos totales de producción la comparación se encuentra determinada por (Dólares).

De acuerdo a la información determinada en la proyección de ingresos, las prendas definidas superan en aproximadamente el 59.82 % al punto de equilibrio por lo que se puede afirmar que las ventas superaran significativamente a los costos.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

PUNTO DE EQUILIBRIO FINANCIERO

$$PE = \frac{CF}{PRECIO VENTAS - COST. VAR. UNITARIO}$$

$$PE = \frac{48062.48}{0.23 - 0.10}$$

$$PE = \frac{48062.48}{0.13}$$

$$PE = 369,711$$



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

8.7. RAZONES FINANCIERAS

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PRI)	2.55 Años
VALOR PRESENTE NETO AL 19.62%	32,204.93
TASA INTERNA DE RETORNO	43.99%
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	1.82

Indicadores de evaluación financiera.

Habiendo completado el flujo de nuestro proyecto logramos determinar los flujos anuales y el flujo al finalizar el negocio. Con estos datos podemos determinar el presupuesto de nuestro capital haciendo uso de las principales herramientas financieras como son el PRI, VPN, TIR Y R B/C.

8.8. VALOR ACTUAL NETO (VAN)



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

El valor presente neto es la herramienta que nos ayuda a determinar las riquezas que genera el proyecto de la lavandería a lo largo de su vida útil, tomando en cuenta aspectos importantes como el valor cronológico del dinero, o especificar en qué cantidad exacta pueden ser las ganancias o las pérdidas.

Para determinar el valor presente neto de la inversión se toma en cuenta el valor de cada flujo y lo actualizamos a la fecha del año cero para determinar cuál será la ganancia de cada año de acuerdo a nuestras proyecciones. Según la aplicación del PRI, tardaremos 2 años, 6 meses y 18 días en recuperar nuestra inversión.

Según este indicador las ganancias que se obtienen a lo largo de la vida económica del proyecto asciende a: \$ 32204.93

8.9. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Al igual que el valor presente neto este indicador reconoce el valor del dinero en el tiempo y además presenta las ganancias o pérdidas en términos porcentuales con base a los montos que se presentan en cada año en el flujo de efectivo

Para este proyecto, de acuerdo a los datos recopilados en el flujo, se determinó que la TIR es de 43.99%, esto representa el porcentaje de rendimiento que producirá el negocio.

8.10. RELACIÓN BENEFICIO COSTO (R/C)

Este es un complemento del VPN y es el que nos indica la ganancia que se obtiene en relación al monto invertido. Con la aplicación de este índice de deseabilidad se logra determinar el monto ganado por cada córdoba/dólar invertido, de acuerdo a esto la relación beneficio costo para el proyecto es de \$ 1.82, es decir que ya pagando todo los gastos y costos nos estaremos ganando 0. 82 centavos de dólar por cada dólar invertido.



PROYECTO LAVANDERIA "MASTER CLEAN"

8.11. PERIODO DE RECUPERACIÓN (PRI)

Según la aplicación del PRI, tardaremos aproximadamente 2 años, 6 meses y 18 días en recuperar la inversión.



Conclusión

De acuerdo al análisis realizado de los indicadores económicos, se puede notar que cada una de las cifras y porcentajes de ellas son relativamente buenas, por lo cual se considera que la realización y establecimiento de este negocio es viable, además a esto le podemos agregar la incorporación cada vez más de la mujer al campo laboral en diversas actividades, el desarrollo económico que está teniendo nuestro país en estos últimos años, lo cual vendría a ser una oportunidad de gran peso para el negocio. El proyecto es rentable y cubre con los costos de financiamientos, además de dejar utilidades.



9. BIBLIOPGRAFIA

MARTINIZING- DRY CLEAN. Managua, Nicaragua

<https://www.entrepreneur.com>

www.1000ideasdenegocio.com

es.slideshare.net

www.masterbusiness.com

<https://es.scribd.com>



10. ANEXOS



10.1. Anexo 1



ENCUESTA

Muchas gracias de antemano por completar esta breve encuesta. Sus respuestas son muy importantes y servirán para analizar la factibilidad de un negocio de tintorería. Por favor conteste las preguntas de la manera más consciente posible, y provee cualquier información adicional relevante que desee.

Debido a que se tiene en mente iniciar un negocio dirigido por jóvenes estudiantes de Rivas, por favor conteste esta encuesta:

DATOS GENERALES

Sexo: M F

Edad:

- 15 a 20
- 21 a 25
- 25 a 30
- 30+

Estado civil:

- Soltero(a)
- Casado(a)
- Acompañado(a)
- Divorciado(a)
- Viudo(a)

Nivel de Educación:

- Estudiante Universitario
- Estudiante Escuela Técnica



- Egresado
- Licenciado
- Completé Secundaria
- No estudio actualmente
- Otro (especifique) _____

Situación Laboral Actual

- Trabajo tiempo completo y estudio medio tiempo
- Trabajo medio tiempo, estudio tiempo completo
- Trabajo tiempo completo
- Trabajo medio tiempo
- Estoy desempleado/a y buscando trabajo
- No trabajo actualmente
- Otro (especifique) _____

Ingresos: En promedio, con cuánto dinero cuentas para gasto personal al mes (después de pagar renta, o casa, servicios básicos y cualquier pago mensual fijo)?

- Menos de C\$1,500
- C\$1,500 a C\$2,000
- C\$2,000 a C\$3,000
- C\$3,000 a C\$4,000
- C\$4,000 a C\$7,000
- C\$7,000 a C\$9,000
- C\$9,000 a C\$12,000
- Más de C\$12,000

Situación de vivienda:

- Alquilo un cuarto
- Alquilo una casa
- Vivo con mis padres y/o familiares
- Soy dueño/a de casa



COMPORTAMIENTO DE CONSUMO

V1. ¿De qué forma usted acostumbra realizar la limpieza de su ropa?

- En lavadora propia, en mi lugar de residencia
- En lavadora prestada, de algún familiar o amigo/a
- En lavandero propio, yo lavo mi ropa
- En lavandero prestado
- Pago a alguien para que me lave
- Lavo en casa de mis padres o familiares cuándo llego de visita (En Rivas)
- Lavo en casa de mis padres o familiares cuando llego de visita (departamentos, municipios)
- Otro (especifique) _____

V2. ¿Con que frecuencia lava su ropa?

- Diariamente
- 2 veces por semana
- 1 vez por semana
- Cada 15 días
- 1 vez al mes

V3. ¿Cómo plancha su ropa?

- Yo la plancho
- Pago a alguien para la planche

V4. Normalmente acostumbra a planchar la ropa:

- Diariamente
- 2 veces por semana
- 1 vez por semana
- Cada 15 días
- 1 vez al mes

V5. Como califica la idea de aperturar un negocio que preste los servicios de lavado y planchado de ropa (tintorería) en el municipio de Rivas.

- Excelente



- Muy buena
- Buena
- Mala

V6. ¿Dónde le gustaría que se instalara el negocio?

- En el centro de Rivas
- Al costado norte del mercado de Rivas
- Al sur de Rivas

V7. ¿De aceptar la idea de este negocio, como le gustaría que fuese el servicio?

- A domicilio
- En una empresa

V8. ¿En qué días de la semana le gustaría recibir el servicio?

- De lunes a viernes
- De lunes a sábado
- Solo fines de semana

V9. ¿Cuál sería el horario de mayor conveniencia para hacer uso del servicio?

- De 7:00 AM – 12:00 PM
- De 12:00 PM- 5:00 PM
- De 7:00 AM – 5:00 pm

COMUNICACIÓN

¿A través de qué medios usted se informa?

- Radio
- Revistas locales
- Internet
- TV
- Periódico
- Otro (especifique) _____

¿A través de qué medios le gustaría obtener información sobre nuestro servicio de tintorería?

- Radio
- Revistas locales
- TV
- Periódico

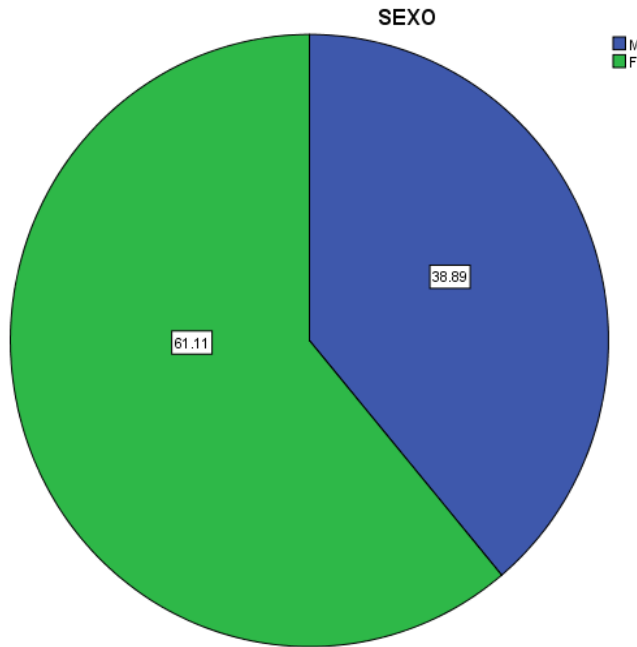


Internet

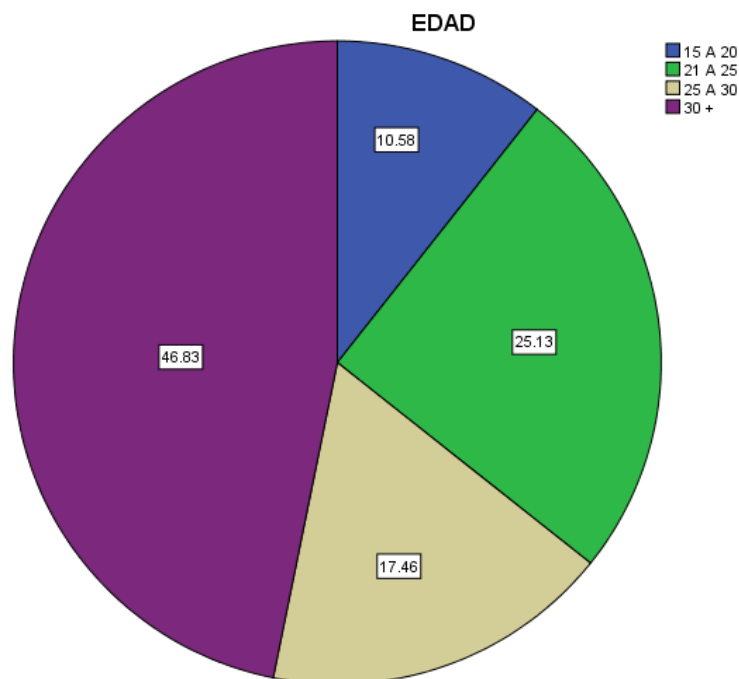
Otro (especifique) _____

"Gracias por su colaboración"

10.2. ANEXO 2



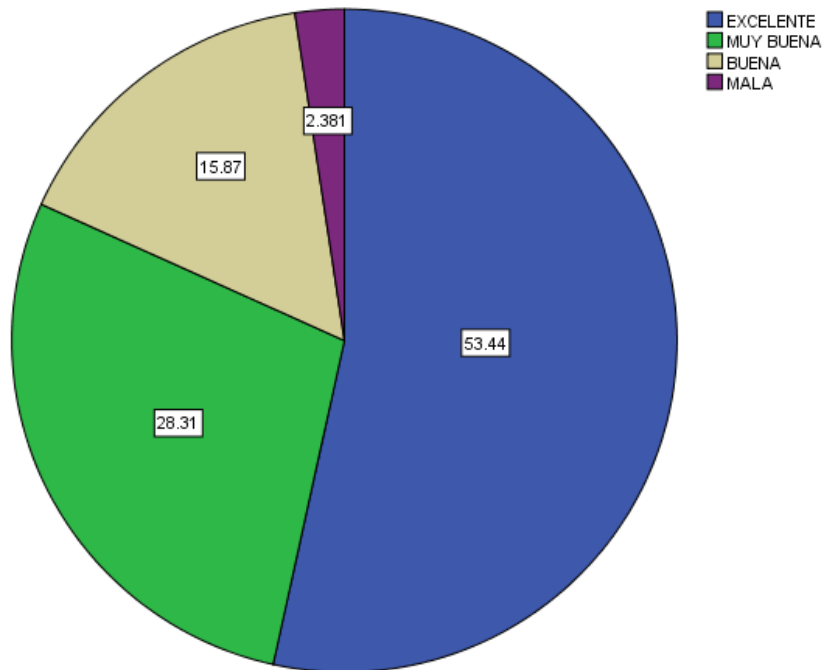
10.3. ANEXO 3





10.4. ANEXO 4

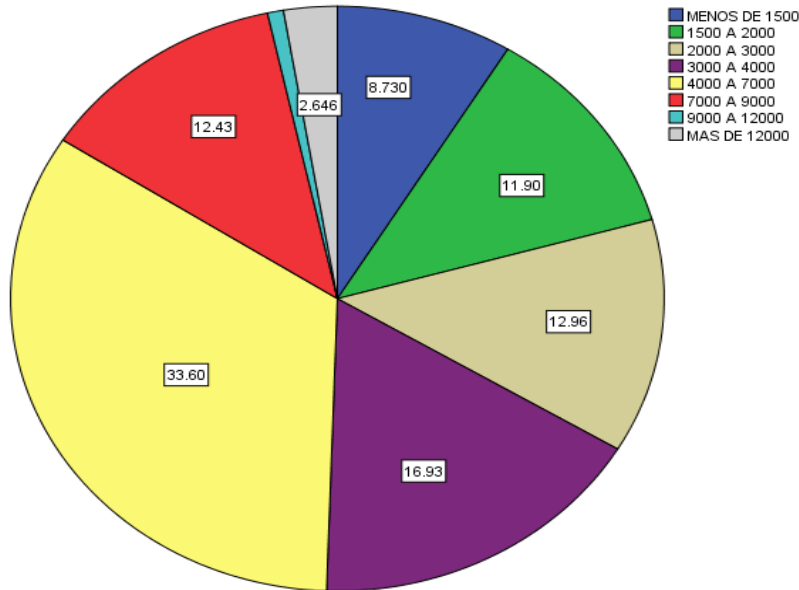
COMO CALIFICA LA IDEA DE APERTURAR UN NEGOCIO QUE PRESTE LOS SERVICIOS DE LAVADO Y PLANCHADO (TINTORERIA) EN EL MUNICIPIO DE RIVAS





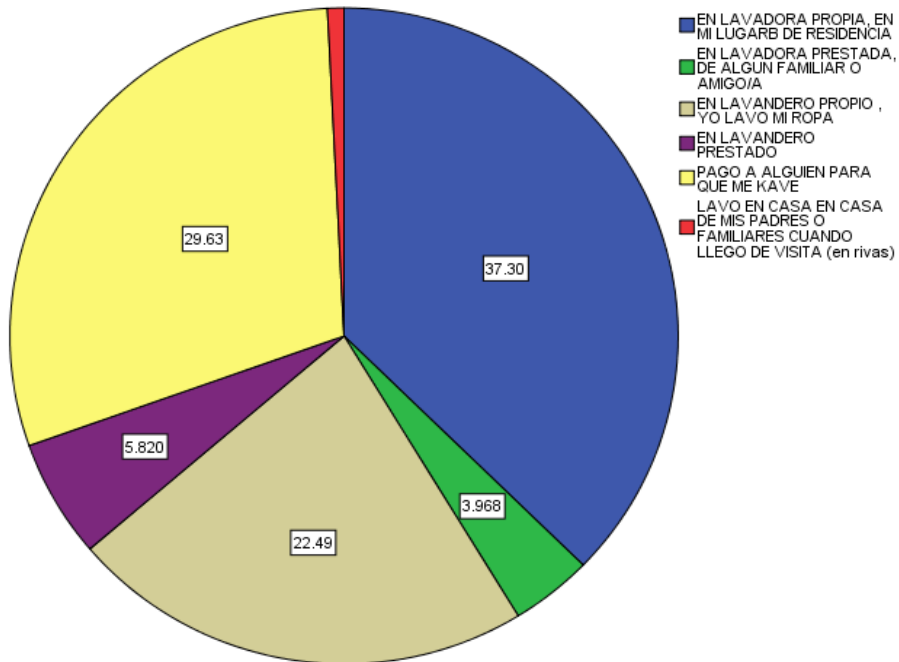
10.5. ANEXO 5

EN PROMEDIO CON CUANTO DINERO CUENTAS PARA EL GASTO DEL MES

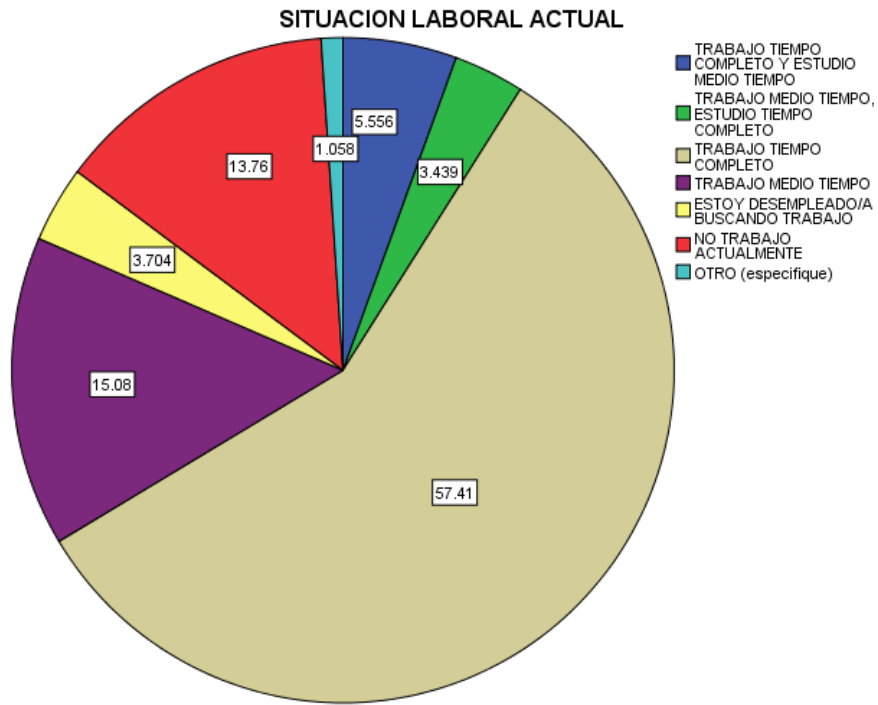


10.6. ANEXO 6

DE QUE FORMA USTED ACOSTUMBRA REALIZAR LA LIMPIEZA DE SU ROPA

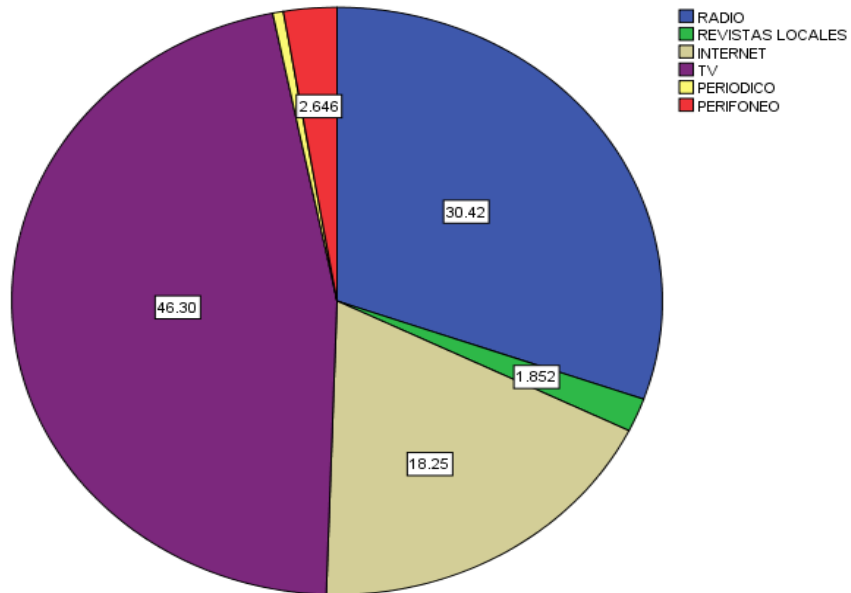


10.7. ANEXO 7



10.8. ANEXO 8

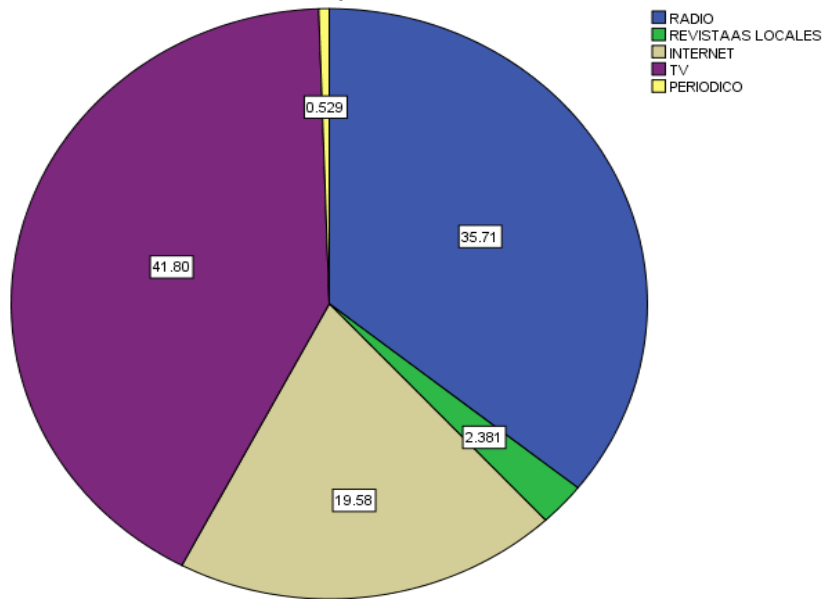
A TRAVES DE QUE MEDIOS LE GUSTARIA OBTENER INFORMACION SOBRE NUESTRO SEVICIO DE TINTORERIA





10.9. ANEXO 9

A TRAVES DE QUE MEDIOS USTED SE INFORMA



10.10. ANEXO 10

DE ACEPTAR LA IDEA DE ESTE NEGOCIO, COMO LE GUSTARIA QUE FUESE EL SERVICIO

