



Plancha Express “Desarrugando el tejido social”

Juan Guillermo Urrea Escobar

Trabajo de grado para optar por el título de

Magister en Administración

Directora de trabajo de grado:

Ana Lucía Alzate Alvarado

Universidad ICESI

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Programa de Maestría en Administración

Cali, marzo de 2019

Tabla de Contenido

Resumen	7
1.Síntesis del Plan	9
2. Análisis del mercado	11
2.1. Análisis del sector	11
2.1.1. El servicio doméstico en Colombia	11
2.1.2. Las actividades domésticas en Cali.....	12
2.1.3. Servicio de lavandería.	13
2.2. Clientes	15
2.2.1. Caracterización	15
2.3. Definición de producto y/o servicios.....	19
2.4. Análisis de los competidores.....	20
2.5. Tamaño del mercado y fracción del mercado	23
2.6. Estrategias de mercadeo y plan de ventas.....	25
2.6.1. Estrategias de Mercadeo.....	25
2.6.2. Política de servicio	28
3. Análisis técnico	32
3.1. Servicio a domicilio:.....	32
3.2. Entrega en punto de servicio:.....	34
3.2. Requerimiento y Proveedores de equipos, muebles, materias primas, tecnología, o suministros.....	35
3.3. Sistemas de control.....	37

3.4. Distribución de planta/oficinas y de equipos	39
4. Análisis administrativo	41
4.1. El perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige	41
4.2. Estructuras y estilos de dirección	51
4.3. Las políticas de administración de personal y de participación del equipo empresarial en la gestión y en los resultados.....	52
4.4. Organizaciones de apoyo:	53
5. Análisis legal, social y ambiental	54
5.1. Reglamentaciones, leyes y obligaciones.....	54
5.2. Tipo de sociedad.....	55
5.3. Trámites para la Formalización de la Matrícula Mercantil:	56
5.4. Efectos sociales, ambientales y responsabilidades.....	58
6. Análisis de valores personales	60
6.1. Éticos y Morales.....	60
6.2. De gusto personal y de carrera empresarial	60
7. Análisis económico	63
7.1. Las necesidades de inversión en activos fijos y en capital de trabajo	63
7.2. Los ingresos, costos y gastos	64
7.3. Análisis de costos y punto de equilibrio contable	69
8. Análisis financiero	73
8.1. Balance General	73
8.2. Estado de Resultados	74
8.3. Flujo de Caja	76

9. Análisis de riesgos	80
9.1. Riesgos de mercado, técnicos, administrativos, legales, económicos y financieros .	80
9.2. Acciones propuestas para cada riesgo	80
10. Evaluación de Proyecto.	83
10.1. Flujo de caja neto y los indicadores de factibilidad de la empresa	83
11. Análisis de Sensibilidad	84
11.1. Identificación de variables críticas	84
11.2. Evaluación del proyecto vs. Cambios en las variables	84
12. Cronograma de Implementación	86
13. Conclusiones	88
14. Bibliografía	90
Anexos	92

Listado de Anexos

Anexo 1 Ficha técnica de la entrevista clientes.....	92
--	----

Listado de Figuras

Figura 1 Participación porcentual según estrato socio económico.....	24
Figura 2 Logo	26
Figura 3 Servicio a domicilio	32
Figura 4 Entrega en punto de servicio	34

Figura 5 Distribución de planta de servicio	40
Figura 6 Organigrama de la compañía.....	51

Listado de Tablas

Tabla 1 Pains, Gains y Costumer Jobs Perfil 1	17
Tabla 2 Pains, Gains y Customer Jobs Perfil 2	18
Tabla 3 Principales empresas que prestan servicios de lavandería en la ciudad de Cali	21
Tabla 4 Resumen de servicios prestados por las lavanderías más representativas en la ciudad de Cali.	21
Tabla 5 Requerimientos	36
Tabla 6 Coordinador Administrativo	42
Tabla 7 Promotora de ventas	44
Tabla 8 Coordinador de operaciones	46
Tabla 9 Operaria de recogida y entrega	48
Tabla 10 Activos fijos por local	63
Tabla 11 Gastos Preoperativos	64
Tabla 12 Proyección de ventas 2020	65
Tabla 13 Proyección de ventas 2 al 4 año	67
Tabla 14 Gastos de operación anuales	69
Tabla 15 Gastos administrativos y de ventas anuales	70
Tabla 16 Punto de equilibrio	71
Tabla 17 Balance general año 0 - 2023.....	73

Tabla 18 Estado de resultados 2020 al 2023	75
Tabla 19 Flujo de caja primer año	77
Tabla 20 Flujo de caja 2, 3 y 4 año.....	79
Tabla 21 Matriz de Riesgos.....	80
Tabla 22 Clasificación de riesgos: Administrativo.....	81
Tabla 23 Clasificación de riesgos: Financiero	81
Tabla 24 Clasificación de riesgos: Técnico	81
Tabla 25 Clasificación de Riesgos: Legal.....	82
Tabla 26 Flujo de caja neto	83
Tabla 27 Tabla evaluación por Escenarios.....	84
Tabla 28 Cronograma de Implementación	86

Resumen

Plancha Express busca impactar la calidad de vida de sus clientes, proporcionando una solución que les permita de una manera económica, lograr estar siempre bien presentados, sin sacrificar tiempo libre. Adicionalmente Plancha Express genera nuevos puestos de trabajo a personas en estado de vulnerabilidad que tienen dificultades para conseguir trabajo formal, como lo son las madres cabeza de hogar.

Con la investigación y el análisis de los resultados, se evidenció la necesidad de un servicio de planchado, para estratos medio y medio alto, que requieren estar bien presentados y tienen problemas para conseguir personal que preste el servicio o no saben planchar. La oferta de valor es mejorar la calidad de vida de los usuarios y esta soportada por un excelente servicio y este se logra con una comunicación clara y fluida con los clientes y una logística impecable, es por eso que el núcleo del negocio está en el mercadeo y la logística.

Con esta información y luego de hacer la evaluación financiera se concluye que Plancha Express es una empresa viable financieramente, logrando generar una utilidad neta de COP 66.674.581 en su segundo año de funcionamiento, pudiendo pagar sus obligaciones financieras en 2.75 años después de su apertura. La Tasa interna de retorno (TIR) del negocio para los primeros 4 años es del 53.23%.

Palabras Claves: Plancha, Tiempo, Servicio, Solución, Conveniente.

Summary

Plancha Express seeks to impact the quality of life of its customers, providing a solution that allows them in an economic way, to be always well presented, without sacrificing free time.

Additionally, Plancha Express generates new jobs for people in a vulnerable situation who have difficulties in obtaining formal work, such as mothers who are heads of households.

With the investigation and the analysis of the results, there is evidence of the need for an ironing service, for middle and upper middle strata, that require to be well presented and have problems to get personnel that provide the service or do not know how to iron. Our value proposition to improve the quality of life of our users must be supported by excellent service and this is achieved with clear and fluid communication with customers and impeccable logistics, that is why the core of the business is in marketing and the logistics.

With this information and after making the financial evaluation it is concluded that Plancha Express is a financially viable company, managing to generate profits for COP 66.674.581 in its second year of operation, managed to pay its financial obligations to 2.75 years of its opening. The internal rate of return (IRR) of the business for the first 4 years is 53.23%.

Key Words: Express, Iron.

1.Síntesis del Plan

Plancha Express Ofrece un servicio de planchado de ropa, que se ajusta a las necesidades de una sociedad cada vez más ocupada. Plancha Express busca solucionar el problema que tienen familias y ejecutivos solteros que no saben o no tienen tiempo para planchar su ropa.

La empresa estará liderada por su propietario, Ingeniero electrónico con más de 14 años de experiencia en el área comercial, liderando equipos de alto desempeño, actualmente gerente general de una compañía del sector industrial. Su función será de planeación estratégica y dirección; le reportarán el director administrativo y el director de operaciones.

El éxito de Plancha Express reside en que apunta a una necesidad latente, que no es atendida de manera especializada actualmente. Se ha concebido una estructura de costos liviana que no requiere mucho capital para operar. Y finalmente su equipo humano cuenta con el conocimiento, la determinación y la pasión para hacer de este proyecto una realidad.

El concepto de Plancha Express está fundamentado en dos pilares, el primero es el mercadeo y el segundo la logística, de esta manera se garantiza captar la atención del público objetivo con estrategias de bajo costo, pero efectivas como la presencia activa en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, etc.) y garantizar un servicio de primera, cumpliendo con la promesa de recogida y entrega acordada.

Inicialmente se requerirá una inversión de COP 120'000.000, de los cuales COP 50'000.000 serán aportados por el socio y COP 70'000.000 serán solicitados en calidad de préstamos a la banca.

Se estima que a partir del segundo año de funcionamiento la empresa empiece a generar utilidades y para inicios del 3 año de operaciones Plancha Express cuente con 5 locales físicos

repartidos en toda la ciudad, generando una tasa interna de retorno (TIR) del orden del 53.23%.

2. Análisis del mercado

2.1. Análisis del sector

2.1.1. El servicio doméstico en Colombia

Colombia se caracteriza por la informalidad en la contratación de personal doméstico. Se estima que, actualmente, entre 800.000 y 1.000.000 personas se desempeñan como empleadas domésticas, según indica noticias Caracol. (2018). Con pagos que oscilan entre \$40.000 y \$50.000 diarios, por 8 o hasta 10 horas de trabajo. Se contratan por días, todos los días o internas (que pernoctan en las casas de los patrones).

Las labores que realizan estas personas incluyen actividades como aseo del hogar, preparación de alimentos, cuidado de niños, lavado y planchado de la ropa, entre otras.

Este trabajo ha sido reglamentado por entes públicos como la OIT – Organización Internacional del Trabajo y el Ministerio del Trabajo de Colombia que, con la Ley 1525 del 2012 y el Decreto 721 de 2013 obliga a los empleadores a pagarles todo lo que estipula la ley: aportes parafiscales (salud, caja de compensación, pensiones), la liquidación anual y las primas dos veces al año.

Esta información se ha expuesto públicamente en medios de comunicación como radio y televisión nacional, páginas web y periódicos. Al conocer sus derechos, las empleadas domésticas exigen el pago por parte de sus patrones, quienes, en ocasiones, al percibir un incremento en los costos de hasta un 35% (\$54.000 o hasta \$68.000 diarios) se ven obligados a prescindir de sus servicios.

2.1.2. Las actividades domésticas en Cali.

Cali se ha convertido en una zona de alto caos vehicular, de altas temperaturas que incrementan el estrés, el ritmo de vida laboral y familiar, las actividades del hogar quitan valioso tiempo, generan desgaste físico y adicionalmente no son del agrado de todos. De acuerdo a un estudio realizado a más de 50 personas de estratos 3 al 6 y con edades que van desde los 28 hasta los 61 años, Planchar es el oficio que menos les gusta a realizar con un 57%, seguido de trapear y lavar los platos con un 20% y un 16% respectivamente. Los que menos les molesta realizar son: barrer, lavar la ropa y cocinar.

Ante la pregunta acerca de ¿quiénes contratan personal de oficios varios para realizar las actividades del hogar?, el 82% de las personas manifiesta que contrata una empleada doméstica para realizar el trabajo, sin embargo, el 28% de estas, no ofrece el servicio de planchado, y esta condición va en aumento porque las empleadas manifiestan tener enfermedades en las articulaciones o problemas por el exceso de calor de las planchas tradicionales.

Por otro lado, el 22% de los patrones de las empleadas que sí planchan, indica no estar satisfechos con el resultado. Y el 58% del total de la muestra reporta haber tenido problemas con el planchado, entre esos, los más comunes son: ropa quemada (20%) y mal planchado (20%).

El 10% de los encuestados, tiene que contratar una persona, exclusivamente, para planchar en sus hogares, mientras que el 4% envía la ropa a la lavandería.

La razón principal por la que no se envía la ropa a la lavandería es el alto costo de los servicios, mientras se paga alrededor de \$40.000 una vez por semana por un promedio de 30

prendas a una persona del servicio doméstico, en una lavandería (lavado y planchado) tendría un costo promedio de \$168.000.

2.1.3. Servicio de lavandería.

De acuerdo a esta investigación, en el país no existe una empresa dedicada exclusivamente al servicio de planchado. Las empresas que más se asemejan a esta propuesta son las lavanderías, ya que ofrecen el servicio de planchado incluido en el servicio del lavado.

Según información registrada en la base de datos de EMIS University (2019), en Colombia existen 59 empresas formales dedicadas al lavado y planchado de prendas, y en Cali se reportan 5 de ellas; las principales son: Lavatex, Premier, Punto Lavado, Prestigio, Surteñir y Esterilizamos, las dos últimas enfocadas al sector industrial.

De acuerdo a las cifras obtenidas en las bases de datos de EMIS (2019), el sector de las lavanderías ha tenido un declive, empresas como “lavandería premier” y “Lavatex” vienen presentando estados financieros con pérdidas desde el 2015, esto se evidencia también por la cantidad de locales que han dejado de prestar su servicio, durante el trabajo de campo se intentó visitar varias lavanderías de la ciudad de Cali, y al hacer el desplazamiento a las direcciones aportadas en sus páginas web y Google, se encontró que los locales se encontraban vacíos.

En entrevistas con los administradores de algunas de las lavanderías, se evidenció que las lavanderías tradicionales han tenido que reinventarse para poder sobrevivir, reduciendo la cantidad de locales, mejorando su cubrimiento en domicilios y centralizando sus puntos de lavado de ropa. Las personas consultadas explican que esto se debe a la proliferación de

lavanderías de garaje, que no pagan impuestos y no tienen la maquinaria industrial especializada que garantiza la calidad del servicio, permitiéndoles así ofrecer precios muy atractivos para los clientes finales.

En Colombia existe el Instituto técnico español de limpieza de Colombia (ITEL Colombia), entidad de origen español que se dedica a capacitar a directivos y profesionales del sector de la limpieza. Ofrece una variedad de cursos que van desde la administración de lavanderías hasta talleres de uso y operación de maquinaria industrial para la limpieza en general. (ITEL, 2019)

En conclusión, El servicio de lavado de ropa en lavanderías tradicionales va en declive por los altos costos percibidos, adicionalmente el punto más crítico en el proceso de alistamiento de ropa no es el lavado pues de acuerdo a las encuestas realizadas, esta labor es sencilla y la mayoría de los encuestados tienen lavadoras automáticas y las empleadas del servicio doméstico no tienen inconvenientes en realizar esta labor. Es ahí donde se presenta una gran oportunidad para plancha Express, ya que entra a solucionar un problema puntual que hoy no está siendo atendido por las lavanderías de ropa tradicionales. Garantizando a los clientes una presentación personal impecable sin sacrificar su tiempo libre, garantizando un servicio conveniente en tiempo de respuesta y costos.

Aprovechando el esquema de outsourcing se puede bajar el capex al no tener que invertir en costosa maquinaria de planchado y lavado, también se disminuirán los gastos fijos como el recibo de agua y luz, además de no requerir permisos de los entes de regulación ambiental correspondientes a uso de suelo, emisión de gases y disposición final de residuos líquidos y sólidos, con esto se logra alivianar los costos de operación y así poder trasladar al cliente

final estos ahorros para que puedan acceder a un servicio de primera calidad a precios razonables.

2.2. Clientes

Para el estudio se realizaron entrevistas presenciales a una muestra de 50 personas en un rango de edades entre los 28 y los 61 años, de estratos 3 al 6. Dentro de los principales hallazgos que se evidenciaron esta que el oficio doméstico que menos le gusta hacer a los encuestados es Planchar la Ropa alcanzando un 57% de des favorabilidad. Otro importante dato es que el 28% de las personas encuestadas aseguran que sus empleadas domésticas, se niegan a planchar la ropa. El 85% de las personas encuestadas son casados y de ellos el 31% no está conforme en cómo queda su ropa después de lavada y planchada.

Con los hallazgos de estas entrevistas se logró caracterizar 2 tipos de perfiles, que conformarían el mercado objetivo.

2.2.1. Caracterización

Los estratos socioeconómicos en Colombia son 6, denominados así: 1. Bajo-bajo 2. Bajo 3. Medio-bajo 4. Medio 5. Medio-alto 6. Alto De éstos, los estratos 1, 2 y 3 corresponden a estratos bajos que albergan a los usuarios con menores recursos, los cuales son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios; los estratos 5 y 6 corresponden a estratos altos que albergan a los usuarios con mayores recursos económicos, los cuales deben pagar sobrecostos (contribución) sobre el valor de los servicios públicos domiciliarios. El estrato 4

no es beneficiario de subsidios, ni debe pagar sobrecostos, paga exactamente el valor que la empresa defina como costo de prestación del servicio.

De acuerdo a esta clasificación se seleccionan como población objetivo a las personas pertenecientes a los estratos 4 (Medio) y 5 (Medio Alto), ya que son en estos estratos donde se identifica una masa crítica de profesionales en asenso que dan gran importancia a su presentación personal y tienen muy poco tiempo para llevar a cabo estas actividades domésticas, adicionalmente tienen el poder adquisitivo para acceder al servicio de Plancha Express por lo menos una vez a la semana.

Perfil 1.

Familias con hijos. Papás entre los 35 y 50 años con hijos entre los 0 y 20 años. Estrato socio económico medio y medio alto de ciudades principales de Colombia. Se caracterizan por buscar servicios que se adapten a sus necesidades y ritmo de vida, el buen trato y la agilidad en el servicio lo valoran. Hábitos de compra: La referencia de familiares y amigos influye en la toma de decisiones. Son personas de medios tecnológicos; tienen Smartphones e Investigan en internet.

Tabla 1 Pains, Gains y Costumer Jobs Perfil 1

Pains	Costumer jobs
<ul style="list-style-type: none"> • Tienen mucha ropa para lavar y planchar. • Las personas del servicio doméstico no son constantes. • Desconfían de las personas que prestan el servicio doméstico. • Pierden tiempo en entrenamiento y para generar confianza con las empleadas domésticas. • Las personas de servicio doméstico no planchan porque no saben o porque les duele las manos. • Las personas del servicio doméstico han dañado ropa al lavarla y plancharla. • Algunas personas del servicio doméstico dicen planchar, pero no queda bien. • La presentación personal se ve afectada por la mala calidad en el servicio de lavado y planchado, prestado por la persona del servicio doméstico. • No tienen tiempo para trabajar y atender los oficios de la casa. • El Servicio de lavandería es muy costoso para el volumen de ropa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen que alistar a los hijos para colegios/jardines. • Deben trabajar uno o ambos padres. • Garantizar calidad de vida para los hijos. (ropa, estudio, transporte, útiles escolares, entretenimiento). • Tienen que Pagar servicios de internet. • Deben contratar servicios de aseo y limpieza para el hogar. • Necesitan tener un espacio limpio y agradable para vivir.
<p>Gains</p> <ul style="list-style-type: none"> • La persona del servicio doméstico se encarga del aseo y de la ropa, yo no me preocupo por eso. • El pago de un día de la persona de servicio doméstico es económico para todo el trabajo. • Prefieren llegar a la casa y que todo esté organizado y limpio. • Valoran su tiempo libre para estar con su familia. • Les gusta sentirse bien atendidos. • Es importante que el domicilio llegue a tiempo. 	

Fuente: Elaboración propia

Perfil 2.

Hombres y mujeres entre los 25 y 50 años que trabajan y no tienen hijos. Estrato socio económico medio y medio alto de ciudades principales de Colombia. Se les denomina DINKYs (Double Income No Kids). Se caracterizan por buscar servicios que se ajusten a su ritmo de vida (tiempos cortos y servicios rápidos), que tengan domicilios o que puedan acceder a los servicios sin tener que trasladarse. Están dispuestos a pagar altos valores por un mejor servicio porque su ingreso lo permite. Valoran el tiempo libre para actividades de ocio como cine, salir a comer, reuniones con amigos o quedarse en casa viendo Netflix o películas. No tienen tiempo para realizar las tareas del hogar por lo que las tercerizan contratando personal de servicio doméstico una o dos veces por semana y sus funciones son aseo, lavado y planchado de la ropa.

Tabla 2 *Pains, Gains y Customer Jobs Perfil 2*

Gains	Costumers Jobs
<ul style="list-style-type: none"> • Buscan conseguir un ingreso que les de calidad de vida. • Quieren estar bien presentados. • Les gustaría poder descansar al llegar a casa. • Esperan que el dinero alcance para los gastos. • Buscan que la ropa dure mucho tiempo. • Prefieren que los atiendan a domicilio sin tener que moverme de sus casas. • Valorán su tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Deben Madrugar entre las 5 y las 6 am. • Tienen que arreglarse para salir a trabajar. • Necesitan salir a sus trabajos en carro, moto, taxi, Uber o transporte público • Trabajan mínimo 8 horas al día. • Viajan por trabajo y placer. • Les gusta vestirse bien. • Usuarios frecuentes de medios digitales como las redes sociales. • Hacen compras para el hogar. • Contratan personal de aseo o hacen el aseo. • Pagan sus deudas por internet o presencial el fin de semana. • Optimizan su tiempo. • Progresan económicamente.
Pains	

- Lavar la ropa es dispendioso.
- No saben planchar.
- La persona que plancha les ha dañado la ropa (quemada o rota).
- La ropa no está bien planchada.
- Deben tener mucha ropa para alcanzar a llamar a alguien que planche cada semana o 15 días.
- La ropa de marca es muy costosa.
- El servicio de lavandería es muy costoso para usarlo para toda la ropa.
- La persona que hace los oficios de la casa no plancha.

Fuente: Elaboración propia

2.3. Definición de producto y/o servicios

Plancha Express pretende a partir de la necesidad de los clientes en el servicio de planchado, brindar oportunidades laborales a personas en estado de vulnerabilidad como las mujeres cabeza de hogar, con el objetivo de conectar necesidades con soluciones.

La oferta de Plancha Express ofrece servicio de planchado realizado por personal capacitado y con garantía por daños y pérdidas.

El servicio al cliente será un factor diferenciador, porque Plancha Express será un aliado para recordar que es tiempo de estar bien presentados, notificándole, cada 8 o 15 días, que es tiempo de enviar a planchar sus prendas, e incluso, avisando con tiempo para que alcancen a lavar.

Los canales de comunicación se ajustan a las necesidades de los clientes objetivo para estar siempre disponibles (redes sociales, WhatsApp y teléfono). Los horarios de atención están ajustados a las necesidades de los clientes que trabajan en horario de oficina, será de 7 p.m. a 10 p.m. y la recogida de ropa se hará en los domicilios, con días específicos para optimizar tiempos y costos que se vean reflejados en el precio final al cliente.

En caso de recogida y entrega “urgente”, en alianza con empresas de logística express como Rappi, ifood, Domicilios.com y Quick, se presta el servicio a los clientes en el menor tiempo posible para llevar directamente al centro de acopio.

Los trabajadores de Plancha Express se contratarán de manera legal y directa, serán mujeres cabeza de hogar de estratos 2 y 3 de la ciudad de Cali.

Los horarios de atención tanto en los locales serán de 10 am a 7pm horario continuo. El servicio de entrega y recogida a domicilio será de 6am a 10am y de 5:00 pm a 9 pm.

2.4. Análisis de los competidores

En Cali, no existe una empresa que se dedique exclusivamente prestar el servicio de planchado, es por eso que tomaremos como referencia de competidores a las lavanderías tradicionales ya que estas entregan la ropa lavada y planchada. Actualmente en la ciudad de Cali se encuentran registradas un total de setenta y siete lavanderías (77) que suman 106 sucursales repartidas en toda la ciudad.

Las lavanderías líderes en Cali son lavandería Premier (2019) y Lavatex (2019), con diez y siete sucursales respectivamente. Lavandería Premier tiene ventas registradas en el 2017 por COP 1.634´370.000 y Lavatex reporta ventas por COP 1.479´658.000 para el mismo periodo (EMIS University, 2019)

En la Tabla 3 se enuncian las empresas más representativas del sector de lavanderías en la ciudad de Cali, también se discriminan por número de sucursales, si tienen o no flota para prestar servicio a domicilio y si cuentan con puntos físicos para el acopio y procesamiento de la ropa.

Tabla 3 Principales empresas que prestan servicios de lavandería en la ciudad de Cali

Empresa	Cantidad de sedes en Cali	Domicilio	Centro de acopio
Lavandería Premier	10	Si. Carros propios	Si.
LAVATEX	7	Si. Carros propios	Si.
Lavandería Mr. Clean	3	Si.	Si.
Prestigio Lavandería	2	Si.	Si.
Lavandería Classic	2	Si.	Si.
LavaRopas	10	Si	Si
Mr Jeff	10	Si	No.

Fuente: Elaboración propia

Nota: Ver Anexo Ficha técnica de estudio de competidores

En la Tabla 4 se presentan los servicios que ofrecen al público las lavanderías más representativas de la ciudad de Cali.

Tabla 4 Resumen de servicios prestados por las lavanderías más representativas en la ciudad de Cali.

Empresa	Desmanchado	Lavado en seco	Planchado a vapor	Sastrería	Tintorería	Servicios adicionales
Lavandería Premier	-	x	x	x	x	
LAVATEX	-	x	x	-	-	
Lavandería Mr. Clean	-	x	-	x	x	
Prestigio Lavandería	-	x	x	-	x	Lavado en agua Profesional. Temple americano.
Lavandería Classic	-	x	x	x	x	Brillado de zapatos.
Lava Ropas	x	x	x	x	x	
Mr Jeff	-	-	-	-	-	Lavado con agua/ planchado con plancha eléctrica.

Fuente: Elaboración propia.

- Personas que trabajan por sede: entre 2 y 3.
- Servicio más solicitado: lavado en seco.
- Segundo servicio más solicitado: planchado a vapor.
- 33% tercerizan algún servicio

- Promedio de clientes diario por sede: 40 personas, aproximadamente 1.000 clientes al mes.
- Valor de compra promedio por cliente en cada visita: \$72.000

De acuerdo a los datos encontrado en la investigación, se evidencia que las empresas que pertenecen a este sector, tienen una comunicación enfocada en el servicio y no en el cliente, utilizando medios convencionales para publicitar sus servicios, sin tener una oferta diferenciadora. Sus altos costos de operación, no les permiten tener precios más competitivos. Es por eso que Plancha Express se convierte en un aliado comercial para estas empresas, aprovechando la capacidad ociosa que tienen los centros de lavado tradicionales. La estrategia de mercadeo de Plancha Express se enfoca en un nicho de mercado específico, concentrándose en los dolores y necesidades expresados por los usuarios.

Es importante hacer una mención aparte para Mr Jeff, franquicia española que entra a Colombia desde el 2018. Esta empresa entra a dinamizar el mercado de las lavanderías, apalancándose en la tecnología, ofrecen su servicio con una aplicación para teléfonos inteligentes, en ella se pueden contratar servicios de lavado de ropa en agua, lavado en seco y servicio de lavado y planchado. Para el segundo trimestre de 2019 introdujeron el servicio de solo planchado de prendas, convirtiéndose en competencia directa de Plancha Express.

Mr Jeff espera llegar en 2019 a 200 franquicias en todo Colombia y su modelo de negocio no requiere de inversiones en maquinaria industrial, sus franquiciados prestan su servicio con equipos de la línea marrón convencional, en promedio la inversión por franquicia es de COP 80.000.000 y esto incluye tres lavadoras Whirlpool, tres secadoras Whirlpool y una plancha semi-industrial eléctrica.

La franquicia exige que por cada punto se contraten 3 personas tiempo completo, estas personas se encargan de la atención al cliente, la operación de las máquinas y los domicilios respectivamente. De acuerdo a la investigación realizada, los precios para el servicio de planchado es de COP 4.000 por prenda más COP 7.000 de domicilio, para 12 prendas se ofrece un valor de COP 42.000 más COP 7.000 por concepto de domicilio.

2.5. Tamaño del mercado y fracción del mercado

Considerando Cali como población objetivo y según cifras de la Alcaldía de Cali (2019), la ciudad en el 2018 tenía, aproximadamente, 2.445.405 habitantes; 14,2% de ellos en estratos medio y medio alto (347.247 personas) y el 80% de estos con una pareja, lo cual reduce a 208.000 personas.

En la figura número uno vemos la segmentación por estratos socioeconómicos que ofrece la Ciudad de Cali, se observa como el estrato medio representa un 7.9% de la población y el estrato medio -alto representa el 6.3% de la población, para un total de 14.2%. este resultado aplicado a la población estimada para el 2018 en la ciudad de Cali que es de 2.445.405 personas, nos arroja un mercado potencial de 208.000 personas.

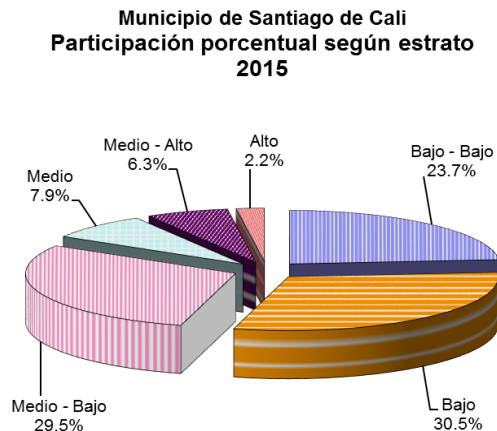


Figura 1 Participación porcentual según estrato socio económico.

Fuente: Alcaldía de Cali, (2019)

Al preguntar en la entrevista realizada a clientes potenciales ¿Si el personal que realiza las labores domésticas renunciara o se rehusara a planchar, usted estaría dispuesto a contratar un servicio especializado de planchado? El 41% de los encuestados respondieron SI, y el 43% respondieron TAL VEZ. En consecuencia, y realizando una proyección de la población, el tamaño total del mercado sería de 175.097 clientes potenciales en Cali.

De acuerdo a esto, nuestro mercado potencial es de 175.097 personas que cumplen con alguno de los dos perfiles de usuario que arrojó la investigación de mercado. El mercado objetivo es captar el 1% de ese mercado potencial equivalente a 1.750 personas.

2.6. Estrategias de mercadeo y plan de ventas

2.6.1. Estrategias de Mercadeo

- **Promoción:** los primeros clientes serán los vecinos del sector en donde se abra el local físico, también se contactarán a los familiares y amigos más cercanos del dueño de Plancha Express, para la difusión se utilizarán, como canales las redes sociales; así como planes de referidos para lograr la comunicación del servicio. Se harán campañas en Facebook, Instagram y WhatsApp, con concursos de servicios gratis a las personas que nos den like a nuestras publicaciones, nos dejen un comentario positivo y compartan con el mayor número de personas en sus redes.

Se crean alianzas con comunidades de amas de casa para ofrecerles precios y servicios especiales, se plantea un descuento de 10% en el precio del servicio para las amas de casas que se identifiquen como miembros de estas comunidades y se activaran cupones de descuentos de 5% adicional por cada referido efectivo.

- **Comunicación:** estará basada en los dolores de los clientes y como el servicio de Plancha Express entra a solucionarlos de una manera conveniente, ágil, cómoda y ajustada a sus horarios. Esto se logrará con una estrategia de marketing digital innovadora y adaptada al tono de comunicación del nicho seleccionado, con piezas graficas diseñadas para que los clientes se identifiquen estas necesidades, se publicaran en las redes sociales de la empresa. También se hará énfasis en que al usar el servicio está apoyando el trabajo de madres cabeza de hogar, que trabajan en plancha Express.

Los puntos de información serán virtuales, se abrirán perfiles en Instagram, Facebook, LinkedIn y un perfil empresarial de WhatsApp, en los cuales se atenderán las inquietudes de los usuarios, se programarán las recogidas y se publicarán los costos y términos de los servicios de Plancha Express.

- **Plan de ventas:** Inicialmente se tendrá un solo punto físico, el cual cumplirá las veces de centro de operaciones administrativas y logístico. Este punto se estima que alcance ventas por COP 303.804.800 el primer año. En el segundo semestre del 2020 se planea abrir otro punto físico que espera facturar COP 109.690.560 en ese periodo; para una proyección de ventas en el primer año de COP 413.495.360.

Se proyecta seguir abriendo puntos de ventas físicos a razón de uno cada semestre para así tener un total de 5 puntos al final del tercer año de operaciones, cubriendo el 80% de la ciudad.

- **Logo:**



Figura 2 Logo

Fuente: Elaboración propia

- **Slogan:** Desarrugando el tejido social
- **Estrategia de precios**

Plancha Express prestara 3 tipos de servicios:

Recogida semanal: Este servicio se contrata mensualmente, cada recogida tiene un costo de COP 45.000, equivalente a una máximo de 10 prendas. el valor de un mes con una recogida semanal es de COP 180.000. El cliente puede aumentar el número de recogidas a 2 o 3 veces a la semana según su necesidad, multiplicando el valor de cada recogida al total de las recogidas del mes. Es servicio se pagará por adelantado a modo de membresía el tiempo de entrega de la ropa es de máximo 48 horas después de la recogida de las prendas. el valor incluye recogida y entrega de las prendas.

Express en punto: Este servicio se presta en el punto físico, cada servicio tiene un costo de COP 46.000, equivalente a un máximo de 10 prendas. uno o más servicios de acuerdo a su necesidad, multiplicando el valor de COP 46.000 por cada bloque de 10 prendas. Este servicio se pagará en el punto de venta, al momento de retirar las prendas, el tiempo de entrega es de máximo 48 horas después de la entrega de las prendas.

Recogida a domicilio Express: Este servicio se presta como un servicio urgente, el cliente programa la recogida urgente y se le entregan las prendas en 4 horas después de recogidas, el valor del servicio es de COP 30.000 y corresponde al planchado de 2 prendas. En caso de necesitar más prendas se multiplica cada par de prendas por el valor del servicio inicial. Este servicio está diseñado para urgencias y se pagará al momento de recibir las prendas.

- **Estrategia de distribución:**

Se planea tener un vehículo de entrega y recogidas, este tendrá rutas diseñadas por el director de operaciones de acuerdo a la zona de influencia y a la ubicación de los clientes, el vehículo, se tienen dos horarios de recogida de prendas a domicilio, el

primero arranca a las 8 am hasta las 10 am, el segundo va desde las 7 pm a 9 pm. En ambos horarios se entrega y se recogen las prendas de acuerdo a la solicitud del cliente. También se tienen dos horarios de entrega y recogida de prendas en el centro de planchado, el primer horario es desde las 6am hasta las 8 am en donde se recogen las prendas ya planchadas del día anterior y se entregan las que están listas para ser procesadas. El segundo horario es de 5 pm a 7 pm, en este horario se recogen las prendas planchadas ese día y se entregan las recogidas en el transcurso de ese mismo día.

2.6.2. Política de servicio

2.6.2.1. Contratación del servicio

La contratación de los servicios será a través de la aplicación WhatsApp en la cuenta creada por Plancha Express para este proceso. Los términos y condiciones del servicio de planchado se regirán por lo consignado en el presente documento.

El usuario, al momento de solicitar los servicios de Plancha Express acepta las condiciones del servicio y es responsable de la veracidad de los datos personales facilitados Plancha Express.

2.6.2.2. Objeto de contratación

El objeto de la contratación es un intercambio de un servicio, a cambio de un precio determinado según la modalidad del servicio contratado. El momento de celebrar este

contrato, las dos partes aceptan cumplir con las condiciones comerciales citadas a continuación.

2.6.2.3. Procedimiento de contratación

Al momento de solicitar los servicios ofrecidos por Plancha Express, el usuario deberá proporcionar los datos personales que le serán requeridos. Plancha Express no se hace responsable de la demora en la entrega o recogida de las prendas en caso de que el usuario envía información herrada o incompleta de tal manera que no perta contactarlo para rectificar los datos.

Servicio de Recogida Semanal: servicio de recogida y entrega a domicilio se contrata directamente por la aplicación WhatsApp o telefónicamente, el usuario deberá especificar la dirección completa, día y hora de recogida y entrega. El personal de entrega y recogida se presentará al domicilio del cliente para la recogida y/o entrega de las prendas a la hora y fecha seleccionada.

Servicio Express en punto: servicio de recepción y entrega de prendas en el punto de servicio de Plancha Express, el usuario deberá acercarse a uno de los puntos de servicio de Plancha Express y entregar las prendas al funcionario, este a su vez llenara el formato de recepción de prendas en donde de especifica el tipo de prendas, la cantidad y las observaciones resultado de la inspección de cada prenda, se le entregara una copia al usuario para que este pueda reclamar las prendas en la fecha acordada.

En el caso de que se encuentre alguna anomalía en las prendas recogidas, el personal de Plancha Express se pondrá en contacto con el usuario para que este autorice o no el planchado de las prendas.

El cliente pagara el servicio en efectivo o con tarjeta débito o crédito una vez las prendas sean entregadas en el lugar solicitado por el usuario.

En caso de alguna reclamación por la calidad del servicio, el cliente podrá solicitar un nuevo servicio. El plazo máximo para presentar el reclamo es de 48 horas, contadas desde el momento de la entrega de la prenda en el lugar pactado.

2.6.2.4. Peticiones, Quejas y Reclamos

El plazo máximo para hacer alguna reclamación por el servicio de Plancha Express es de 48 horas contando a partir del momento en que se entregan las prendas en el lugar solicitado por el usuario.

Los reclamos que hagan referencia a una indemnización por el deterioro o pérdida de una prenda ser canalizadas a través del seguro de responsabilidad civil contratado por Plancha Express.

Plancha Express será responsable ante el usuario en caso de pérdida, daño o deterioro irreparable de la prenda, solo si se demuestra una mala manipulación de la misma. La verificación del incidente se hará a partir la trazabilidad en la logística de recogida, planchado y entrega de las prendas, logística que va acompañada de los respectivos formatos de inspección y observaciones. En caso de comprobar negligencia por parte de nuestro personal,

se procederá a abonada por Plancha Express el importe correspondiente al costo de la prenda, prorrateado así:

Plancha Express indemnizará al usuario el valor de la prenda según factura, descontando las siguientes cantidades como valores de desgaste, referidos a la fecha de la factura.

Menos de un año → 15% del valor de factura antes de IVA

De un año y un día a dos años → 35% del valor de factura antes de IVA

De dos años y un día a tres años → 65% del valor de factura antes de IVA

Más de tres años y hasta cinco → 70% del valor de factura antes de IVA

Una vez determinada la cantidad a indemnizar, se enviará al cliente un documento en donde el mismo acepta y desiste de instaurar alguna querrela ante la Super Intendencia de Industria y Comercio o cualquier otra instancia legal. El cliente dispondrá de 10 días calendario para aceptar o rechazar esta indemnización, de este modo Plancha Express procederá a realizar el pago.

3. Análisis técnico

Procesos productivos o de prestación del servicio.

3.1. Servicio a domicilio:

Figura 3 Servicio a domicilio



Fuente: Elaboración propia

1. **Solicitud del Servicio:** El cliente solicita alguno de los servicios ofrecidos ya sea por medio del domiciliario, de WhatsApp o telefónicamente.
2. **Inspección y recogida de prendas:** 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.

3. **Transporte al centro de planchado:** Se etiqueta y transporta al centro de planchado.
4. **Entrega y revisión de la Ropa en CDP:** En el centro del planchado se entregan las prendas previamente clasificadas y se hace una revisión del estado en que se dejan.
5. **Recepcion y revisión de la ropa en CDP:** El funcionario de Plancha Express recoge las prendas ya planchadas por el proveedor de servicio y revisa el estado de la prenda y las cantidades.
6. **Transporte a centro del servicio:** El funcionario de Plancha Express se desplaza desde las instalaciones del proveedor de servicios hasta el centro de servicio.
7. **Alistamiento:** Las prendas se almacenan en los percheros, debidamente etiquetadas por código de cliente y fecha de entrega pactada en el centro de servicio.
8. **Despacho al domicilio del cliente:** Las prendas son recogidas por el repartidos y se entregan en el domicilio del cliente.
9. **Entrega de las prendas y pago del servicio:** El cliente recibe sus prendas y cancela el servicio.

3.2. Entrega en punto de servicio:



Figura 4 Entrega en punto de servicio

Fuente: Elaboración propia

1. **Solicitud del servicio (Centro de Servicio):** El cliente solicita alguno de los servicios ofrecidos directamente en cualquiera de los puntos de servicio.
2. **Inspección de la prenda:** 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.
3. **Alistamiento y Transporte CDP:** Se etiqueta y transporta al centro de planchado.
4. **Entrega y revisión de la prenda en CDP:** En el centro del planchado se reciben las prendas y se revisan, para dejar constancia de estado y la cantidad de prendas entregadas.

5. **Recepcion y revisión de la ropa en CDP:** El funcionario de Plancha Express recoge las prendas ya planchadas por el proveedor de servicio y revisa el estado de la prenda y las cantidades.
6. **Transporte a centro del servicio:** El funcionario de Plancha Express se desplaza desde las instalaciones del proveedor de servicios hasta el centro de servicio.
7. **Alistamiento y almacenamiento:** Las prendas se almacenan en los percheros, debidamente etiquetadas por código de cliente y fecha de entrega pactada en el centro de servicio.
8. **Aviso al cliente:** El centro de servicio se pone en contacto con el cliente para informar que su prenda ya está lista.
9. **Pago y recogida de prendas:** El cliente recoge sus prendas y cancela el servicio.

3.2. Requerimiento y Proveedores de equipos, muebles, materias primas, tecnología, o suministros

Debió a que el proceso de planchado es subcontratado con una empresa para que haga el proceso, no se requieren maquinarias industriales ni grandes locaciones para empezar a operar.

Plancha Express funcionara como un operador logístico y un facilitador del servicio de planchado para el cliente final.

El outsourcing de planchado se contratará con la empresa Deterquin y CIA LTDA. Empresa con amplia trayectoria en la prestación de servicios de lavado y planchado de ropa. Esta empresa cuenta con todas las certificaciones ambientales y tiene dos plantas ubicadas en Cali

y Yumbo, dotadas con maquinaria industrial de última tecnología, que nos garantiza, calidad, tiempos de entrega y seriedad en la prestación del servicio. El centro de planchado estará ubicado en la carrera 37 # 10-197, bodega 8 parque industrial Arroyohondo.

El acuerdo de prestación de servicios está centrado en el volumen de prendas con el cual Plancha Express se compromete a rotar semanalmente. Los pagos se harán también semanalmente y se liquidarán todos los viernes, la factura se pagará de contado.

El costo por cada prenda planchada será de COP 1.500, Plancha Express proyecta entregar mínimo 1.000 prendas semanales, esto es un promedio semanal de COP 1.500.000.

El proveedor dentro del costo entregara las prendas planchadas, en bolsas plásticas para proteger el producto y en gancho o dobladas según el requerimiento del usuario.

En la **tabla 5 Requerimientos** encontrara el listado de los elementos mínimos que se requieren para equipar un punto de Plancha Express. También las cantidades y sus valores aproximados.

Tabla 5 Requerimientos

Ítem	Cantidad	Valor	Total
Percheros comerciales	5	\$ 200,000	\$ 1,000,000
Cámaras de seguridad	1	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000
Ventilación	3	\$ 150,000	\$ 450,000
Equipos celulares	4	\$ 500,000	\$ 2,000,000
Impresora	1	\$ 500,000	\$ 500,000
Teléfono fijo con diadema	2	\$ 200,000	\$ 400,000
Escritorio	1	\$ 500,000	\$ 500,000
Sillas	2	\$ 250,000	\$ 500,000
Luminarias	10	\$ 50,000	\$ 500,000
Archivador	1	\$ 300,000	\$ 300,000
Computadores	3	\$ 2,000,000	\$ 6,000,000
CRM	3	\$ 364.800	\$ 1.094.400
	36		\$ 15,244,400

Fuente: Elaboración propia

3.3. Sistemas de control

Se contará con CRM (Customer Relationship Manager) como herramienta de control y seguimiento de la operación. El servicio se contratará con la empresa DATA CRM, empresa con experiencia en el manejo y administración de estas bases de datos, adicionalmente cuenta con el apoyo de Innpulsa Colombia y esta abalada por la Cámara de Comercio de Cali

Este Software tiene un módulo de clientes, en donde se ingresan los datos más relevantes de los clientes como contacto, fechas especiales, dirección y preferencias. Con esto podemos lanzar campañas de mercadeo dirigidas a micro nichos dentro de nuestra base de datos.

El CRM también cuenta con un módulo de pedidos en donde se ingresa la cantidad de prendas por cada pedido, la fecha de recibo, fecha y hora solicitada de entrega y la fecha de entrega al proveedor de servicios y la fecha de recepción del pedido por parte del proveedor, así como también recomendaciones adicionales de nuestros clientes, con esto logramos hacer un seguimiento de los tiempos de entrega y garantizamos velar por nuestra oferta de valor.

También tendrá un módulo de despachos en donde se relacionarán los pedidos que son enviados a distribución, los vehículos que los transportan y las horas estimadas de cada recorrido, para así tener trazabilidad de cada pedido y asegurar que no se pierdan prendas.

Un CRM con estas capacidades y tiene un costo de COP 4.377.600 al año.

Otro de los puntos a controlar es el estado de las prendas, esto es uno de los puntos más sensibles de la operación y debe estar controlados en cuatro etapas del servicio así:

- a. Entrega de prendas del cliente hacia Plancha Express (Aplica para recogida a domicilio y entrega en punto): el funcionario de Plancha Express debe hacer una inspección de cada una de las prendas, en un formato en donde se especifique el tipo

de prenda que se recibe, la cantidad, el estado de las prendas y las observaciones del cliente o del funcionario de Plancha Express. (anexo formato de recogida y entrega de prendas).

- b. Entrega de prendas de Plancha Express hacia el proveedor de servicio de planchado: el funcionario de plancha Express entrega a su homólogo en el centro de planchado las prendas, relacionadas en el formato y hace firmar al funcionario el documento en donde acepta las prendas descritas y las observaciones, en caso de que el funcionario del centro de planchado tenga alguna observación, se diligenciará en el mismo formato.
- c. Entrega de prendas de proveedor de servicio de planchado a Plancha Express: El funcionario de Plancha Express, debe inspeccionar cada una de las prendas que el proveedor le entrega, verificando el estado de la prenda contra el estado notificado en el formato de entrega y recepción de prendas. en caso de encontrar alguna diferencia, se procede a hacer el reclamo ante el proveedor de servicios y se notifica al cliente el inconveniente. En caso de no tener novedades, se programa para distribución al centro de servicio o al domicilio del cliente dependiendo del servicio contratado.
- d. Entrega de prendas de Plancha Express al Cliente: El funcionario debe entregar las prendas revisadas, al cliente, el cliente conserva una copia del formato de recogida y entrega de prendas y se compara con el estado de las prendas entregadas y el cliente firma el recibido.
- e. Con este procedimiento se busca mitigar el riesgo a reclamaciones por parte del cliente, garantizando trazabilidad en la cadena de custodia de la prenda y caracterizando cada uno de los responsables en las etapas del servicio.

3.4. Distribución de planta/oficinas y de equipos

En la gráfica número 1 vemos la distribución estándar de cada punto de venta, el área ideal para un punto de Plancha Express es de 50 metros cuadrados, en donde se contemplan áreas de atención al cliente, recibo, revisión y entrega de ropa, zona de almacenaje de ropa sin planchar (sin procesar) y zona de ropa planchada (procesada). También se contempla un baño de uso mixto y una oficina en donde se ubicará el administrador de la zona.

El primer local físico se abrirá en la zona de valle del Lili sobre la calle 42 entre carreras 97 y 97A, se pagará un arriendo \$ 2.500.000 mensuales.

Distribucion de Planta Centro de Servicio

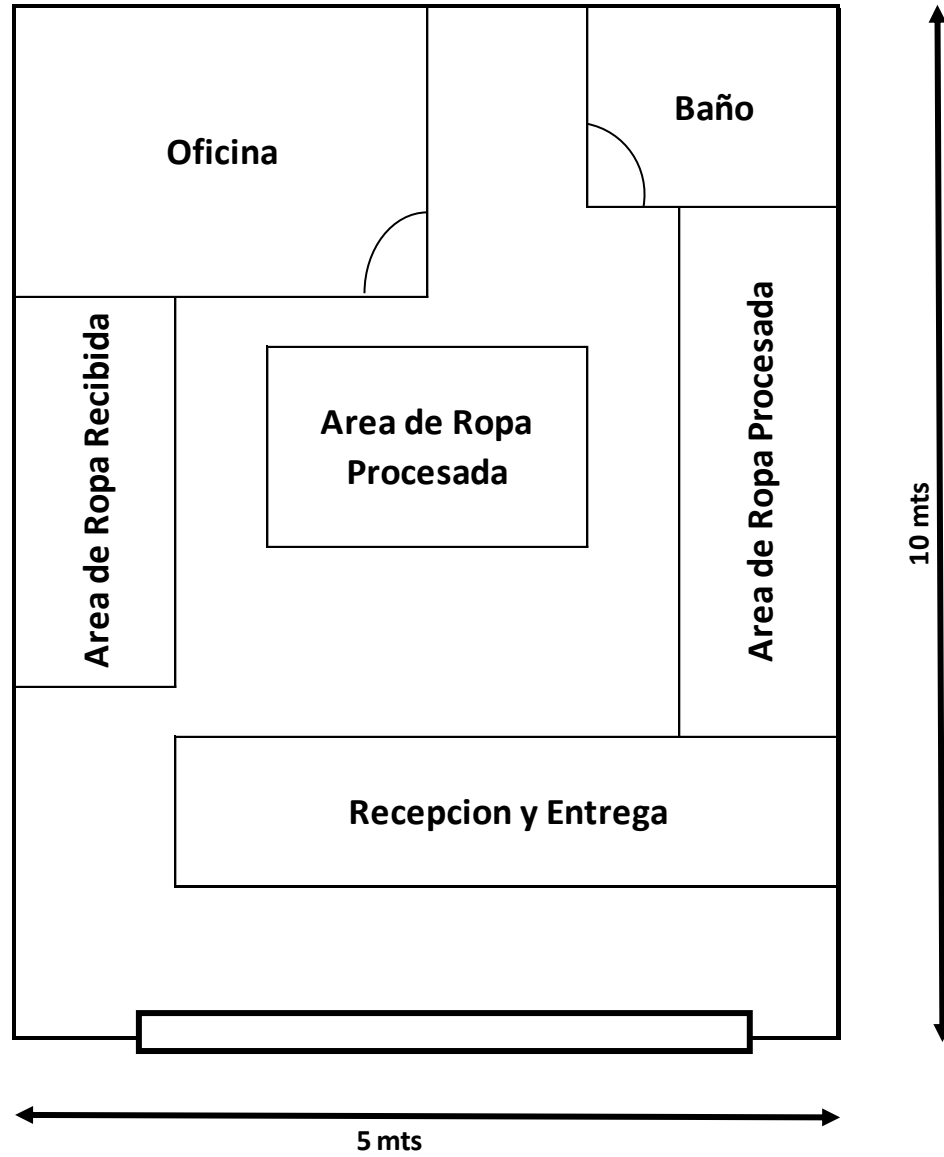


Figura 5 Distribución de planta de servicio
Fuente: Elaboración propia

4. Análisis administrativo

4.1. El perfil del equipo empresarial y del personal que la empresa exige

Equipo De Trabajo

Socios:

Será una Sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.) que inicia con cámara de comercio como régimen común

Socio accionista: Juan Guillermo Urrea Escobar, Ingeniero electrónico con más de 14 años de experiencia en el área comercial, liderando equipos de alto desempeño, actualmente gerente general de una compañía productora.

Su función será de planeación estratégica y dirección; le reportará el director administrativo.

Como único socio los deberes y derechos se generan en caso que ingrese un o unos nuevos socios a la compañía. Fungirá como representante legal y es el responsable ante las autoridades por el cumplimiento de las normas ante el municipio, los entes de control sanitario y de control policial.

Como apoyo a la actividad, se convoca a junta directiva a personas con los siguientes perfiles:

Persona con experiencia en evaluación financiera, persona con experiencia en emprendimiento y el socio accionista.

La conformación del equipo administrativo y operativo consta del personal que se describe a continuación:

Tabla 6 Coordinador Administrativo

Nombre del cargo	<u>COORDINADORA ADMINISTRATIVA</u>	Nivel	COORDINACIÓN / SUPERIOR			
Objetivo general del cargo	Gestionar los recursos y el personal para llevar a cabo la actividad comercial garantizando la rentabilidad esperada.					
Área	Administración	Departamento	Administración			
Línea de relación	Superior inmediato	Colaterales y pares		Proveedor de información		
	Junta directiva	Coordinador de operaciones Promotor de ventas		Coordinador de operaciones Promotor de ventas		
Funciones y actividades del cargo						
Objetivo específico		Funciones		Actividades		
Administrar los recursos económicos para el buen funcionamiento económico de la compañía.		Gestionar el recaudo y los pagos a proveedores / personal / estado		Manejo de cuentas Pago de nómina Pago a proveedores Pagos parafiscales		
Administrar el personal acorde a la demanda del servicio.		Gestionar el personal de recogida y planchado.		Programación de horarios laborales. Programación de recogida de ropa. Asignación de zonas de recogida.		
Garantizar la calidad del servicio		Control de calidad a producto de entrada y salida.		Recepción de ropa antes y después de planchado con registro fotográfico. Registro de información en sistema para recogida o entrega de ropa. Llamada posventa		
Manejo y generación de informes y reportes						
Informe/reporte	Entrega a	Frecuencia	Nivel de confidencialidad			
Productividad	Junta directiva	Quincenal	Alta	Media	x	Baja
			Alta	Media		Baja
			Alta	Media		Baja
Indicadores de desempeño						
Nombre	¿Cómo se calcula?	Frecuencia	Descripción	Meta		
Reporte de efectividad.	Horarios laborales Vs ropa entregada.	Semanal				
Ventas	Ventas / presupuestos	Quincenal	Conocer el nivel de ventas ejecutado y proyectado			
Rentabilidad						
Perfil del cargo						

Nivel de estudios	Universitario	Área de estudios	Ingeniería industria, Ingeniería de producción.	
Experiencia	3 años de experiencia en logística. Experiencia en manejo de personal operativo.			
Características especiales	Mamá cabeza de hogar.			
Competencias				
1. COMPETENCIAS COGNITIVAS	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Inteligencia General			x	
Razonamiento Lógico				x
Razonamiento Numérico				x
Organización y Planificación				x
Persuasión			x	
2. COMPETENCIA EN EL ÁREA DE PERSONALIDAD	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Estabilidad Emocional				x
Seguridad en sí mismo			x	
Control de impulsos			x	
Empatía			x	
Dinamismo				x
Sociabilidad		x		
Recursivo				x
3. COMPETENCIAS LABORALES	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Responsabilidad				x
Orden				x
Trabajo en equipo				x
Trabajo con base en resultados				x
Tolerancia a la presión			x	
Adaptación a las normas			x	
Atención y Servicio al Cliente				x
Resolución de problemas				x
CONDICIONES DE RELACIONAMIENTO Y AMBIENTE DE TRABAJO				
ACTIVOS A CARGO	Computador y teléfono celular.			

CONDICIONES AMBIENTALES	Ninguna que cause peligro a su salud.
RIESGOS	Flexibilidad de horario mal administrada.
HORARIOS DE TRABAJO	Flexible en un rango desde las 10Am hasta las 7pm de lunes a viernes y sábado medio día.
CONDICIONES SALARIALES	Salario de \$1,600,000 con prestaciones de ley. Auxilio de celular.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 Promotora de ventas

Nombre del cargo	<u>PROMOTORA DE VENTAS</u>	Nivel	MEDIO					
Objetivo general del cargo	Establecer estrategias para el cumplimiento de las ventas presupuestadas incluyendo estrategias B2C y en medios digitales. Tiene la responsabilidad de cumplir con las metas de ventas establecidas.							
Área	Comercial	Departamento	Comercial					
Línea de relación	Superior inmediato	Colaterales y pares		Proveedor de información				
	Coordinador administrativo	Coordinador de operaciones		Coordinador de operaciones				
Funciones y actividades del cargo								
Objetivo específico		Funciones			Actividades			
Establecer estrategias para lograr las ventas establecidas.		Desarrollar estrategias para cumplir con las ventas presupuestadas.			Manejo de clientes Implementación de estrategias de fidelización y mantenimiento e clientes. Reporte de ventas efectivas. Reporte de proyección de ventas.			
Cumplir con el presupuesto de ventas establecido.		Ejecutar las actividades para la venta efectiva.			Hablar con clientes. Hacer seguimiento. Promover la venta.			
Garantizar la continuidad del uso del servicio.		Atención posventa y promover la recurrencia del servicio.			Llamada posventa. Llamada anticipando a la necesidad. Alimentación y Manejo de CRM.			
Manejo y generación de informes y reportes								
Informe/reporte	Entrega a	Frecuencia	Nivel de confidencialidad					
Ventas efectivas	Coordinador administrativo	Diario	Alta		Media	x	Baja	
Consolidad de ventas mes	Coordinador administrativo	Mensual	Alta	x	Media		Baja	
Indicadores de desempeño								
Nombre	¿Cómo se calcula?	Frecuencia	Descripción	Meta				

Reporte de efectividad.	Clientes contactados Vrs Ventas efectivas	Semanal		
Ventas	Ventas / ingresos	Diario	Conocer el nivel de ventas ejecutado	
Perfil del cargo				
Nivel de estudios	Técnica/tecnóloga	Área de estudios	Servicio al cliente, comercial, mercadeo.	
Experiencia	3 años de experiencia en ventas en frío y servicio al cliente.			
Características especiales	<u>MADRE CABEZA DE HOGAR.</u>			
Competencias				
1. COMPETENCIAS COGNITIVAS	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Inteligencia General		x		
Razonamiento Lógico				x
Razonamiento Numérico				x
Organización y Planificación			x	
Persuasión				x
2. COMPETENCIA EN EL ÁREA DE PERSONALIDAD	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Estabilidad Emocional				x
Seguridad en sí mismo			x	
Control de impulsos			x	
Empatía				x
Dinamismo				x
Sociabilidad				x
Recursivo				x
3. COMPETENCIAS LABORALES	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Responsabilidad				x
Orden				x
Trabajo en equipo			x	
Trabajo con base en resultados				x
Tolerancia a la presión			x	
Adaptación a las normas			x	

Atención y Servicio al Cliente				x
Resolución de problemas				x
CONDICIONES DE RELACIONAMIENTO Y AMBIENTE DE TRABAJO				
ACTIVOS A CARGO	Equipo celular tipo smartphone			
CONDICIONES AMBIENTALES	Ninguna que cause peligro a su salud.			
RIESGOS	Flexibilidad de horario mal administrada.			
HORARIOS DE TRABAJO	Horario flexible, modalidad de Teletrabajo móvil			
CONDICIONES SALARIALES	Salario mínimo con prestaciones de ley más comisión del 1% por cumplimiento superior al 80%. Auxilio de celular.			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 *Coordinador de operaciones*

Nombre del cargo	<u>COORDINADORA DE OPERACIONES</u>	Nivel	COORDINACIÓN / SUPERIOR	
Objetivo general del cargo	Gestionar los recursos y el personal para llevar a cabo la actividad productiva garantizando los tiempos y en últimas la rentabilidad esperada.			
Área	Logística	Departamento	Operaciones	
Línea de relación	Superior inmediato	Colaterales y pares		Proveedor de información
	Coordinador administrativo	Promotor de ventas		Coordinador administrativo. Promotor de ventas.
Funciones y actividades del cargo				
Objetivo específico		Funciones		Actividades
Gestionar los recursos para garantizar eficiencia.		Administrar los recursos de personal y equipo.		Programar producción. Gestionar el personal de turno. Seleccionar personal.
Dirigir la operación.		Programar desde la recogida hasta la entrega a satisfacción de las prendas.		Programación de horarios laborales. Programación de recogida de ropa. Asignación de zonas de recogida.
Garantizar la calidad del servicio		Control de calidad a producto de entrada y salida.		Recepción de ropa antes y después de planchado con registro fotográfico. Registro de información en sistema para recogida o entrega de ropa. Llamada posventa

Manejo y generación de informes y reportes							
Informe/reporte	Entrega a	Frecuencia	Nivel de confidencialidad				
Productividad	Junta directiva	Quincenal	Alta		Media	x	Baja
			Alta		Media		Baja
			Alta		Media		Baja
Indicadores de desempeño							
Nombre	¿Cómo se calcula?	Frecuencia	Descripción			Meta	
Reporte de efectividad.	Horarios laborales Vrs ropa entregada.	Semanal					
Perfil del cargo							
Nivel de estudios	Técnico/tecnólogo	Área de estudios	Ingeniería industria, Ingeniería de producción.				
Experiencia	3 años de experiencia en empresas de producción. Experiencia en manejo de personal operativo.						
Características especiales	<u>MADRE CABEZA DE HOGAR</u>						
Competencias							
1. COMPETENCIAS COGNITIVAS	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR			MUY SUPERIOR	
Inteligencia General			x				
Razonamiento Lógico						x	
Razonamiento Numérico						x	
Organización y Planificación						x	
Persuasión			x				
2. COMPETENCIA EN EL ÁREA DE PERSONALIDAD	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR			MUY SUPERIOR	
Estabilidad Emocional						x	
Seguridad en sí mismo			x				
Control de impulsos			x				
Empatía			x				
Dinamismo						x	
Sociabilidad		x					
Recursivo						x	

3. COMPETENCIAS LABORALES	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Responsabilidad				x
Orden				x
Trabajo en equipo				x
Trabajo con base en resultados				x
Tolerancia a la presión			x	
Adaptación a las normas			x	
Atención y Servicio al Cliente				x
Resolución de problemas				x
CONDICIONES DE RELACIONAMIENTO Y AMBIENTE DE TRABAJO				
ACTIVOS A CARGO	computador y teléfono celular			
CONDICIONES AMBIENTALES	Ninguna que cause peligro a su salud.			
RIESGOS	Flexibilidad de horario mal administrada.			
HORARIOS DE TRABAJO	Presencial 8 horas L- V, sábado 4 horas.			
CONDICIONES SALARIALES	\$2.000.000 con prestaciones de ley.			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 Operaria de recogida y entrega

Nombre del cargo	<u>OPERARIA DE RECOGIDA Y ENTREGA</u>			Nivel	OPERATIVO
Objetivo general del cargo	Ejecutar las labores de recogida y entrega de la ropa a los clientes, garantizando cumplimiento y calidad en el servicio.				
Área	Producción	Departamento	Operaciones		
Línea de relación	Superior inmediato	Colaterales y pares		Proveedor de información	
	Coordinador operativo	Transportadores.		Coordinador operativo.	
Funciones y actividades del cargo					
Objetivo específico		Funciones		Actividades	

Garantizar la calidad del servicio	Recoger y entregar la ropa en el tiempo establecido. Atención a los clientes. Transmitir los PQRs a la empresa.	Hacer recorrido de transporte por las zonas programadas en los tiempos establecidos. Contactar a los clientes anunciando su llegada. Recibir las prendas del cliente con reporte fotográfico y aprobación de planchado. Entregar publicidad en unidades para apoyar a la fuerza comercial. Entregar las prendas a los clientes en los tiempos estipulados con reporte fotográfico. Reportar inconformidades en cuanto sean recibidas.				
Manejo y generación de informes y reportes						
Informe/reporte	Entrega a	Frecuencia	Nivel de confidencialidad			
Eficiencia en la operación.	Coordinador de operaciones	Diario	Alta	x	Media	Baja
			Alta		Media	Baja
			Alta		Media	Baja
Indicadores de desempeño						
Nombre	¿Cómo se calcula?	Frecuencia	Descripción		Meta	
Reporte de efectividad.	Clientes visitados/tiempo requerido.	Diario	Presentar el reporte de entrega y recogida de mercancía.			
Perfil del cargo						
Nivel de estudios	Bachiller	Área de estudios	Bachiller comercial o técnico.			
Experiencia	1 año de experiencia como conductora de vehículo.					
Características especiales	<u>MADRE CABEZA DE HOGAR</u> . Licencia de conducción categoría B1 vigente.					
Competencias						
1. COMPETENCIAS COGNITIVAS	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR		MUY SUPERIOR	
Inteligencia General			x			
Razonamiento Lógico			x			
Razonamiento Numérico		x				
Organización y Planificación					x	
Persuasión		x				

2. COMPETENCIA EN EL ÁREA DE PERSONALIDAD	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Estabilidad Emocional				x
Seguridad en sí mismo			x	
Control de impulsos				x
Empatía				x
Dinamismo				x
Sociabilidad				x
Recursivo				x
3. COMPETENCIAS LABORALES	PROMEDIO	PROMEDIO SUPERIOR	SUPERIOR	MUY SUPERIOR
Responsabilidad				x
Orden				x
Trabajo en equipo		x		
Trabajo con base en resultados			x	
Tolerancia a la presión				x
Adaptación a las normas				x
Atención y Servicio al Cliente				x
Resolución de problemas				x
CONDICIONES DE RELACIONAMIENTO Y AMBIENTE DE TRABAJO				
ACTIVOS A CARGO	Vehículo y teléfono celular.			
CONDICIONES AMBIENTALES	Ninguna.			
RIESGOS	Ninguna.			
HORARIOS DE TRABAJO	8 horas diarias en dos jornadas mañana: 6 - 10 am y 5 - 9 pm. Presencial.			
CONDICIONES SALARIALES	Salario mínimo con prestaciones de ley.			

Fuente: Elaboración propia

4.2. Estructuras y estilos de dirección

Se contratan en modalidad de prestación de servicios al personal externo para las asesorías legales, financieras, contables como se puede ver en la estructura organizacional presentada a continuación.

Con esta estructura liviana se proyecta un bajo nivel de costos fijos de personal con el objetivo de ser rentables y ofrecer servicios a precios asequibles.

A continuación, se presenta el organigrama de la compañía:

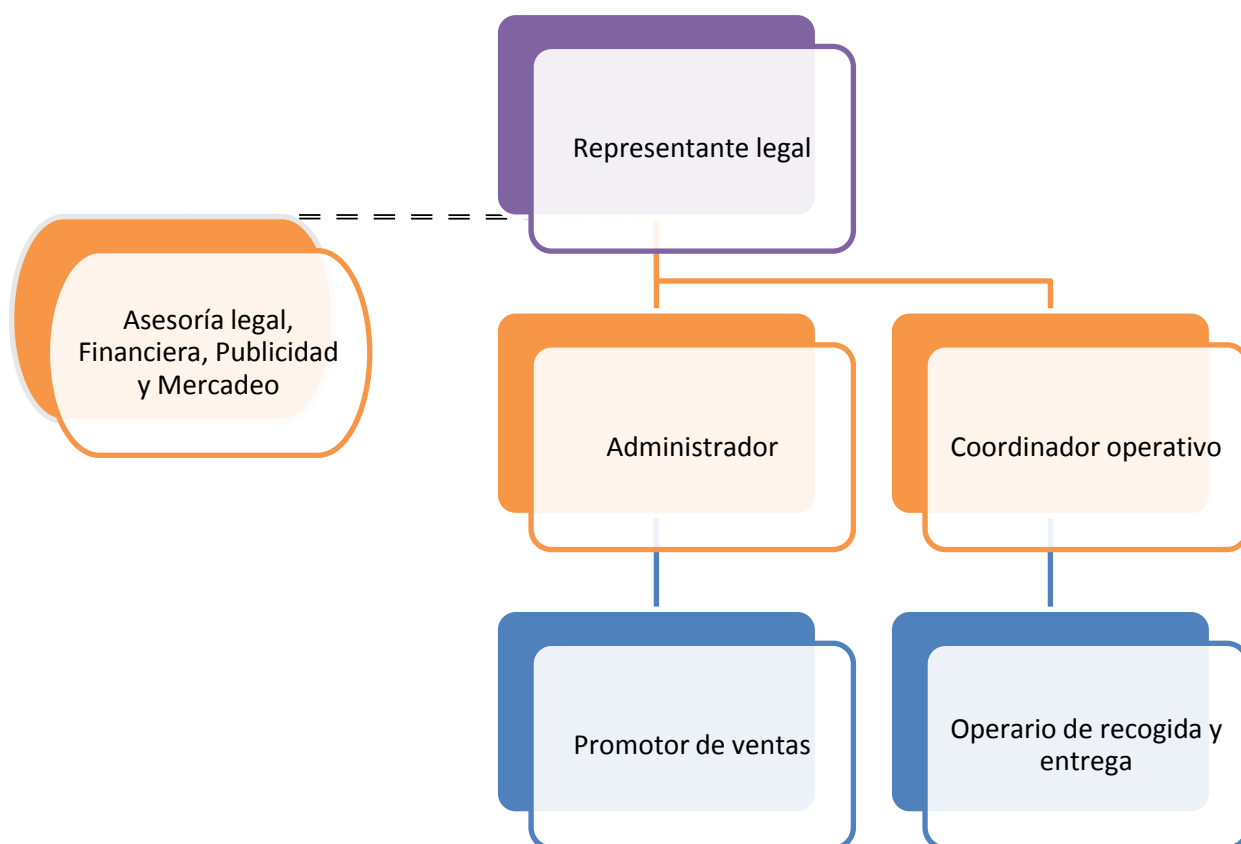


Figura 6 Organigrama de la compañía

Fuente: Elaboración propia

El estilo de dirección es Institucional, dado que el tipo de negocio puede variar por factores como los clientes, estilos de vida, recursos entre otros, se opta por un estilo que sea flexible y en un ambiente de confianza dejando claros los objetivos esperados a los subordinados.

4.3. Las políticas de administración de personal y de participación del equipo empresarial en la gestión y en los resultados.

Políticas de administración de personal:

Los contratos son a un año con 3 meses de periodo de prueba. El cargo de promotora de ventas será en modalidad de teletrabajo, esta característica se establece en cada contrato que se realice con el empleado.

La contratación incluye el pago de parafiscales, prestaciones de ley y dotación de ley cada 6 meses para personal operativo con ingreso mínimo (1 SMLV).

Finalizando el año, si todo el equipo llega al 100% de cumplimiento de ventas se pagará un bono equivalente a un salario a cada uno de los empleados que se encuentren contratados a la fecha y con antigüedad mínima de 1 año.

El aumento salarial estará regido por el incremento del IPC.

Los horarios varían de acuerdo al cargo, éstos pueden ser observados en la tabla de perfil de cada cargo.

Políticas de formación/capacitación. Estarán regidos por la ley de seguridad y salud en el trabajo, calidad y se dará formación cada 3 meses en servicio al cliente.

4.4. Organizaciones de apoyo:

Financiera: Banco Avvillas para apertura de cuenta inicial.

Seguros: se contratarán a través del corredor de seguros LLANO DOMINGUEZ LTDA, firma que nos prestara asesoría en la selección de la compañía de seguros de accidentes para personal operativo, seguro de maquinaria, planta y equipo.

Asesores externos: Dentro del organigrama se establece la contratación de asesores externos que dan soporte a la operación, en el área de publicidad y mercadeo se contratara con la empresa Anzuelo Diseño y publicidad la cual se encargara de las piezas gráficas y la publicación de las mismas en Facebook, LinkedIn e Instagram esta empresa cobrara la suma de COP 1.5000.000 mensuales. La asesoría financiera (contadora, revisor fiscal cuando sea necesario, asesor financiero) cobrara un canon mensual de \$ 700,000. El área legal será tercerizada con abogadas contratadas por servicios en cuanto la compañía lo requiera (ej.: contratos laborales, contratos con terceros) el valor estimado a pagar por este rubro para el primer año es de \$1.800.000.

Las implicaciones positivas de la tercerización es que los costos se reducen considerablemente al tener movimientos financieros y legales pequeños, sin embargo, la información debe mantenerse dentro de la compañía en caso que se requiera cambio de asesor por motivos que determinará la junta directiva.

5. Análisis legal, social y ambiental

5.1. Reglamentaciones, leyes y obligaciones

Plancha Express subcontratará los servicios de planchado con empresas que ya tienen equipo industrial y tienen capacidad ociosa. Por esta razón Plancha Express está exenta de cumplir la legislación ambiental que hace referencia a:

- Emisiones atmosféricas
- Vertimientos
- Residuos sólidos
- Ruido

Plancha Express se acoge a la legislación vigente en temas de publicidad

- Publicidad exterior:
 - Ley 140 de 1994 Congreso Nacional: Por el cual se reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional.
 - Artículo 55 del Acuerdo 0436 de 2017. DAGMA
 - Leyes 97 de 1913, 84 de 1915 y 14 de 1983 sobre Avisos y tableros, industria y comercio.

El impuesto de avisos y tableros equivale al 15% del valor pagado por concepto de impuesto de industria y comercio y se debe pagar anualmente.

De acuerdo a nuestras proyecciones de ventas el primer año se pagarían \$ 173.000 por este concepto para el primer año.

Permisos para AVISOS

Los avisos comerciales individuales adosados en la fachada de un inmueble no requerirán el registro de Publicidad Exterior Visual, pero deberá contar con un concepto previo a su instalación por parte de la Subdirección de Espacio Público y Ordenamiento Urbanístico, y podrán ser sancionados por el incumplimiento de lo dispuesto en este Acuerdo, de conformidad con el procedimiento sancionatorio establecido en el Título IX de este Acuerdo. (Alcaldía de Santiago de Cali, 2018)

5.2. Tipo de sociedad

Sociedad por acciones simplificadas

“La Sociedad por Acciones Simplificada, creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa”.

5.3. Trámites para la Formalización de la Matrícula Mercantil:

- **1.** Diligencie y firme el Formulario de Registro Único Empresarial y Social RUES para la sociedad y establecimiento de comercio, lo puede adquirir en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Cali.

A través de nuestro sitio web www.ccc.org.co podrá diligenciar los formularios de matrícula mercantil de la empresa unipersonal y sus establecimientos de comercio. Imprima y firme los formularios.

- **2.** Diligencie el Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades CAE. Con la información registrada en este documento la Cámara de Comercio de Cali notifica la matrícula de sus establecimientos a las Secretarías de Planeación Municipal, Hacienda Municipal, Gobierno Municipal para ser visitado por un grupo interdisciplinario formado por las entidades de Inspección Vigilancia y Control.
- **3.** Diligencie el Formulario de Registro Único Tributario de la DIAN a través de la página internet www.dian.gov.co, seleccionando la opción “Inscripción RUT”, y en Tipo de Inscripción elija “Cámara de Comercio”, pulse el botón continuar. Imprima y firme el formulario.

- **4.** Elaborar documento de constitución: La constitución de la empresa unipersonal deberá realizarse por documento escrito o escritura pública en el caso de que se aporten inmuebles, reuniendo los requisitos establecidos en el Artículo 72 de la ley 222 de 1995: (Cámara de Comercio de Cali, 2019)

Documentos a presentar para la Matrícula Mercantil:

1. Documento de constitución: Escritura pública o documento privado.
2. Cartas de aceptación de cargo y copias de documentos de identidad de los nombrados.
3. Formulario de Registro Único Empresarial y Social Rues.
4. Formulario Adicional de Registro con Otras Entidades CAE.
5. Para la inscripción provisional en el RUT presentar:
6. presentar original del Formulario de Registro Único Tributario de la DIAN con la marca de agua “Para Tramite en Cámara”, diligenciado, con presentación personal del representante legal o quien haga sus veces, ante el funcionario autorizado de la Cámara de Comercio o con reconocimiento de firma y contenido ante notario. Cuando el trámite del RUT lo realice un tercero a través de poder, el formulario Pre-Rut debe ser firmado por el apoderado y se debe adjuntar el poder con reconocimiento del otorgante.
7. Fotocopia del documento de identidad del representante legal o su apoderado con exhibición del documento de identidad original. (Cámara de Comercio de Cali, 2019)

Costos de la Inscripción y la Matrícula:

- Para proceder a realizar la inscripción de la simplificadas , se deberá cancelar los derechos que la inscripción origina (Artículo 45 del C. Co) por el documento de

constitución y por concepto de la matrícula mercantil de la sociedad (artículo 23 del Decreto 393 de 2002).

- De manera adicional por el documento de constitución se causa un impuesto de registro a favor de la Gobernación del Valle del Cauca, el cual corresponde a una tarifa de COP 452.000 calculado sobre el valor del capital social (COP 50.000.000) y capital suscrito para las Sociedades por acciones simplificadas (Decreto 650 de 1996).
- En caso que se aporten bienes inmuebles dentro del capital social, el impuesto de registro deberá ser cancelado directamente en la gobernación que corresponda según la ubicación del inmueble, y se deberá adjuntar constancia del pago de dicho impuesto.

5.4. Efectos sociales, ambientales y responsabilidades

Como efectos sociales se tienen en primer lugar el impacto en la creación de nuevas fuentes de empleo, el enfoque a madres cabeza de familia también impacta directamente a una población vulnerable que encuentra muy pocas oportunidades de emplearse ya que en su mayoría no son profesionales.

Adicionalmente, el servicio de que presta Plancha Express, se sintoniza con las necesidades de la clase media emergente, brindando un servicio conveniente, que libera tiempo de los usuarios para que lo empleen en actividades más placenteras. También nuestro servicio disminuye el nivel de estrés de nuestros usuarios ya que pueden acceder a él desde la

comodidad de su casa sin tener que hacer desplazamientos en una ciudad cada vez más congestionada.

Nuestro servicio también re afirma la autoestima de nuestros clientes, ya que estos podrán confluír a sus actividades diarias vestidas de manera impecable, proyectando así una imagen elegante y sofisticada.

6. Análisis de valores personales

6.1. Éticos y Morales

Los valores que siempre se cultivaran en Plancha Express son: responsabilidad, respeto, audacia, alegría, calma, compromiso, compasión, consistencia, competitividad, cortesía, creatividad, confianza, disciplina, justicia, fe, bondad, lealtad, éxito, apoyo, gratitud, entre muchísimos otros.

Los valores que formaran los pilares para el funcionamiento y servicio de Plancha Express son:

Respeto: Con nuestros grupos de interés (socios, empleados, proveedores, clientes, estado) y el medio ambiente.

Responsabilidad: de nuestro buen servicio dependerá la sostenibilidad de la empresa es por eso que somos responsables en nuestro trabajo para garantizar que los compromisos adquiridos con nuestros grupos de interés se cumplan.

Alegría: En plancha Express amamos lo que hacemos, por eso ponemos todo nuestro corazón para prestar un servicio de primera calidad, siempre acompañado de una sonrisa.

Competitividad: indispensable para lograr nuestros objetivos, pero siempre enmarcada en el cumplimiento de las leyes y normas que nos exige el mercado y el estado.

6.2. De gusto personal y de carrera empresarial

Para Juan Guillermo Urrea, Plancha Express es más que un proyecto, es la oportunidad de poner en práctica toda su experiencia y conocimiento en una empresa que le permita dar el

salto a consolidar su proyecto de vida como empresario. Desde muy joven Juan Guillermo mostro interés en temas de emprendimiento, fundando junto con dos socios una empresa de base tecnológica, en esta empresa se desempeñó como gerente general y fue así durante los 5 años que duro la sociedad. Luego de esta experiencia Juan Guillermo se da cuenta que debe adquirir más experiencia y conocimiento para en un futuro poder volver a retomar las banderas del emprendimiento, es hay cuando decide entrar en el mercado laboral y emplearse, durante más de 10 años ha trabajado en diferentes empresas del sector tecnológico, telecomunicaciones y eléctrico, ocupando cargos comerciales, de mercadeo, en direcciones comerciales, de operaciones y en su último roll como gerente general. Con este bagaje Juan Guillermo inicia la búsqueda de una idea de negocio que se conecte con sus intereses y que combine su experiencia en los diferentes sectores donde se ha desempeñado. En las múltiples reuniones a las que asistía, tanto personales como laborales, encontró que el tema de la presentación personal cada vez toma más relevancia entre los ejecutivos hombres y mujeres, que buscan estar siempre bien presentados, para proyectar una imagen exitosa y de estar siempre impecables y era recurrente la queja de que no se consigue personal que sepa planchar bien y las lavanderías eran muy costosas para enviar semanalmente la ropa, esta queja hizo eco en Juan Guillermo y le permitió empezar a gestar el proyecto que hoy se presenta en este proyecto de grado. Para Juan Guillermo el emprendimiento es su pasión y Plancha Express aparece como una idea fresca e innovadora con muy buenas posibilidades de éxito, y que aunado a la orientación al cliente, la vocación de servicio y la determinación de su fundador puede cambiar el mundo haciendo la vida de los usuarios del servicio felices, al solucionar uno de los inconvenientes más frecuentes de su día a día, también saber que estamos, mejorando la calidad de vida de las familias de nuestros colaboradores, al dar la

oportunidad de trabajo a un grupo catalogado de alto riesgo como lo son las madres cabeza de hogar.

7. Análisis económico

7.1. Las necesidades de inversión en activos fijos y en capital de trabajo

La inversión inicial que requiere Plancha Express para iniciar operaciones es de COP 36.900.000, distribuidos en COP 13.950.000 que constituyen los activos para dotación del primer local o centro de servicios que se pueden ver en detalle en la tabla 10 y COP 15.950.000 en gastos preoperativos en donde se encuentran los gastos de constitución, el registro de la marca Plancha Express, las adecuaciones del centro de servicio y el arrendamiento, el detalle de los valores se encuentran en la **tabla 10 Activos fijos por local**.

Tabla 10 Activos fijos por local

Inversión depreciable	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VALOR TOTAL
Percheros comerciales	5	200,000	1,000,000
Cámaras de seguridad	1	2,000,000	2,000,000
Total, activos depreciables a 1 año			3,000,000
Ventilación	3	150,000	450,000
Equipos celulares	4	500,000	2,000,000
Impresora	1	500,000	500,000
Teléfono fijo con diadema	1	200,000	200,000
Escritorio	1	500,000	500,000
Sillas	2	250,000	500,000
Luminarias	10	50,000	500,000
Archivador	1	300,000	300,000
Computadores	3	2,000,000	6,000,000
Total, activos depreciables a 3 años			10,950,000
Total, inversión en activos	COP 13,950,000		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 Gastos Preoperativos

Gastos preoperativos	
Gastos de Constitución	450,000
Investigación de mercado y lanzamiento	10,000,000
Registro de Marca	1,500,000
Adecuación oficina/local	8,000,000
Arrendamiento	3,000,000
Total, gastos preoperativos	22,950,000

Fuente: Elaboración propia

7.2. Los ingresos, costos y gastos

Para el primer año de operación, se esperan ventas por COP 413.495.360 representados en una mezcla de los tres servicios ofrecidos, siendo el servicio de recogida semanal el que tiene mayor participación, con un 61.4% de la facturación, seguido del servicio Express en punto con una participación del 35.5%, por último, se encuentra el servicio de Planchado Recogida Express que tiene un 3.1% de la participación. Se espera vender en primer trimestre del 2020 un total de 1470 servicios, el segundo trimestre se espera un incremento del 2% en las ventas y para el segundo semestre del año esperamos cerrar con un total de 6.121 servicios mensuales esto significaría un crecimiento de más del 95% en las ventas con respecto al primer semestre para el cierre del 2020. Este efecto lo podemos ver en las tablas 12 proyección de ventas 2020.

Tabla 12 Proyección de ventas 2020

ITEM	2,020						2020						Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2,020
Volumen Estimado de Ventas	490	490	490	490	588	588	943	943	1,002	1,002	1,115	1,115	9,257
Recogida Semanal	300	300	300	300	360	360	576	576	612	612	673	673	5,642
Planchado Recogida a domicilio Express	20	20	20	20	24	24	41	41	43	43	60	60	417
Express en Punto	170	170	170	170	204	204	326	326	347	347	381	381	3,197

ITEM	2020						2020						Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	2020
Volumen estimado de ventas													
Recogida Semanal	13,500,000	13,500,000	13,500,000	13,500,000	16,200,000	16,200,000	25,920,000	25,920,000	27,540,000	27,540,000	30,294,000	30,294,000	253,908,000
Recogida a domicilio Express	600,000	600,000	600,000	600,000	720,000	720,000	1,224,000	1,224,000	1,296,000	1,296,000	1,814,400	1,814,400	12,508,800
Express en Punto	7,820,000	7,820,000	7,820,000	7,820,000	9,384,000	9,384,000	15,014,400	15,014,400	15,952,800	15,952,800	17,548,080	17,548,080	147,078,560
Valor total de ventas (\$)	21,920,000	21,920,000	21,920,000	21,920,000	26,304,000	26,304,000	42,158,400	42,158,400	44,788,800	44,788,800	49,656,480	49,656,480	413,495,360
IVA al Consumo	4,164,800	4,164,800	4,164,800	4,164,800	4,997,760	4,997,760	8,010,096	8,010,096	8,509,872	8,509,872	9,434,731	9,434,731	78,564,118
Anticipo Rete fuente	1,315,200	1,315,200	1,315,200	1,315,200	1,578,240	1,578,240	2,529,504	2,529,504	2,687,328	2,687,328	2,979,389	2,979,389	24,809,722
Total, ventas con IVA	26,084,800	26,084,800	26,084,800	26,084,800	31,301,760	31,301,760	50,168,496	50,168,496	53,298,672	53,298,672	59,091,211	59,091,211	492,059,478
Ventas contado sin	21,920,000	21,920,000	21,920,000	21,920,000	26,304,000	26,304,000	42,158,400	42,158,400	44,788,800	44,788,800	49,656,480	49,656,480	413,495,360

IVA ni Rete fuente													
Ingresos por ventas	24,769,600	24,769,600	24,769,600	24,769,600	29,723,520	29,723,520	47,638,992	47,638,992	50,611,344	50,611,344	56,111,822	56,111,822	467,249,757
Ingresos Efectivos	24,769,600	24,769,600	24,769,600	24,769,600	29,723,520	29,723,520	47,638,992	47,638,992	50,611,344	50,611,344	56,111,822	56,111,822	467,249,757

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 13 proyección ventas 2 al 4 año, se puede observar que para el segundo año se espera un crecimiento considerable en las ventas, el cierre del 2021 se espera tener una facturación de COP 863.753.306 equivalente a un crecimiento del 108%, estas expectativas de crecimiento se fundamentan en la maduración del servicio, su posicionamiento en las redes sociales y la apertura de dos nuevas sedes en la ciudad, para aumentar el cubrimiento en la zona norte y sur II. La mezcla de servicios se espera que se mantenga teniendo una participación en las ventas del 61.4% del servicio de recogida semanal, un 35.5% en el servicio de Express en punto y u 3.1% en el servicio Planchado recogida Express. Para los siguientes dos años 2022 se esperan abrir 1 centros de servicio más, completando 5 centros de servicio cubriendo el 80% de la ciudad, y mantener un crecimiento sostenido de 55% y 29% respectivamente.

Tabla 13 Proyección de ventas 2 al 4 año

ITEM	2021	2022	2023
Volumen Estimado de Ventas en Unidades	18,770	28,155	35,194
Recogida Semanal	11,447	17,170	21,463
Planchado Recogida a domicilio Express	837	1,255	1,569
Express en Punto	6,487	9,730	12,162

ITEM	2021	2022	2023
Volumen estimado de ventas en COP			
Recogida Semanal	530,561,405	819,717,370	1,055,386,114
Planchado Recogida a domicilio Express	25,859,295	39,952,611	51,438,987
Express en Punto	307,332,606	474,828,877	611,342,179
Valor total de ventas (\$)	863,753,306	1,334,498,859	1,718,167,280

IVA o Impuesto al Consumo	164,113,128	253,554,783	326,451,783
Anticipo Rete fuente	51,825,198	80,069,932	103,090,037
Total, ventas con IVA	1,027,866,435	1,588,053,642	2,044,619,064
Ventas contado sin IVA ni Rete fuente	863,753,306	1,334,498,859	1,718,167,280
Ingresos por ventas de Contado	976,041,236	1,507,983,710	1,941,529,027
Ingresos Efectivos	976,041,236	1,507,983,710	1,941,529,027

Fuente: Elaboración propia

7.3. Análisis de costos y punto de equilibrio contable

A continuación, se presenta el detalle de los gastos de operación de Plancha Express para los primeros 4 años de funcionamiento. En la tabla 14 *Gastos de operación anuales*, se observa que el primer año estos gastos suman COP 84.605.768 en los siguientes dos años se ve un incremento importante en los gastos de operación, que se centran puntualmente en la apertura de 3 nuevos puntos de servicio a razón de 2 en el segundo año y 1 en el tercer año. Para el cuarto año de operaciones los gastos se estabilizan, esto debido a que no se proyecta apertura de nuevos puntos para ese periodo.

Tabla 14 Gastos de operación anuales

GASTOS DE OPERACION	MES	2020	2021	2022	2023
Arriendo	2,500,000	45,000,000	109,200,000	141,960,000	147,638,400
Servicios Públicos	300,000	3,600,000	3,744,000	3,893,760	4,049,510
Telefonía celular	150,000	1,800,000	1,872,000	1,946,880	2,024,755
Gasolina	500,000	6,000,000	6,240,000	6,489,600	6,749,184
Vigilancia	150,000	1,800,000	1,872,000	1,946,880	2,024,755
DATA CRM	364,800	4,377,600	4,552,704	4,734,812	4,924,205
Asesoría Legal	150,000	1,800,000	1,872,000	1,946,880	2,024,755
Seguro Responsabilidad Civil	82,122	985,458	1,024,876	1,065,871	1,108,506
Renting de Vehículo	1,320,000	15,840,000	33,890,400	35,246,016	55,655,857
Bomberos	0	20,000	20,600	21,218	21,855
Impuestos Locales	0	1,569,215	3,277,944	5,064,423	6,520,445
Gastos de Mantenimiento	0	413,495	863,753	1,334,499	1,718,167
Registro Mercantil	0	200,000	220,000	242,000	266,200
Depreciación Equipos	0	1,200,000	1,400,000	1,800,000	2,000,000
Total, gastos de operación		84,605,768	170,250,277	208,292,840	237,126,594
Gastos de operación fijos		82,423,058	165,888,580	201,651,918	228,621,782
Gastos de operación variables		2,182,710	4,361,697	6,640,922	8,504,812

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 15 Gastos de administración y de ventas anuales, se muestra el detalle de los gastos proyectados en los que se incurrirá durante los primeros 4 años de operaciones de Plancha Express, se puede ver que durante el primer año se gasta un total de COP 88.935.833, en el segundo y tercer año se incrementan en 13% y 21% respectivamente. Para el año 4 se espera un incremento del 10% frente al año inmediatamente anterior, esto se debe a la influencia en el rubro de depreciación de muebles y enseres ya que este año no se abrirán nuevos centros de servicio, también se debe a que en el año 4 se espera un crecimiento en las ventas moderado por temas de estabilización del mercado como se evidencio en Tabla 10 Proyección de ventas 2 al 4 año.

Tabla 15 Gastos administrativos y de ventas anuales

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	MES	2,020	2,021	2,022	2,023
Gastos de Publicidad		20,337,384	21,593,833	33,362,471	42,954,182
Gastos de Comisiones		4,134,954	8,637,533	13,344,989	17,181,673
Gastos de Capacitación		413,495	863,753	1,334,499	1,718,167
Asesoría Contable	700,000	8,400,000	8,736,000	9,085,440	9,448,858
Gastos de Representación	500,000	6,000,000	6,240,000	6,489,600	6,749,184
Gastos Transporte	1,000,000	12,000,000	12,480,000	12,979,200	13,498,368
Gastos Papelería	300,000	3,600,000	3,744,000	3,893,760	4,049,510
Gastos Legales	600,000	7,200,000	7,488,000	7,787,520	8,099,021
Gastos de dotación	350,000	4,200,000	4,368,000	4,542,720	4,724,429
Agencia Marketing digital	1,500,000	18,000,000	18,720,000	19,468,800	20,247,552
Depreciación Muebles y Enseres		4,650,000	7,733,333	9,766,667	5,433,333
Total, gastos de admón. y ventas		88,935,833	100,604,452	122,055,666	134,104,277
Gastos de administrativos fijos		74,050,000	69,509,333	74,013,707	72,250,255

Gastos administrativos variables		14,885,833	31,095,119	48,041,959	61,854,022
---	--	------------	------------	------------	------------

Fuente: Elaboración propia

Para el análisis del punto de equilibrio, se tomó el total de los costos/gastos fijos proyectados de cada año y se dividió entre el margen unitario promedio de cada uno de los servicios de Plancha Express, con esto se encuentra que para llegar al punto de equilibrio en el primer año debemos vender un total de 10.345 servicios equivalentes a COP 457.507.570, de acuerdo a las proyecciones de ventas en el primer año se proyectan vender 9.257 servicios equivalentes a COP 413.495.360, que no nos permite alcanzar el punto en este periodo, esta situación cambia a en los siguientes 3 años superando el punto de equilibrio en un 24%, 55% y 81% respectivamente. Esto nos muestra que Plancha Express comienza a generar utilidades a partir del segundo año.

Adicionalmente se toma como política de colchón de efectivo 30 días, para garantizar el flujo de caja y la continuidad de la operación.

Tabla 16 Punto de equilibrio

ANALISIS DE COSTOS				
Costos/Gastos Fijos	2,020	2,021	2,022	2,023
Nómina	120,748,859	200,602,718	257,225,344	285,206,577
Gastos de operación	82,423,058	165,888,580	201,651,918	228,621,782
Gastos de Administración y ventas	64,050,000	69,509,333	74,013,707	72,250,255
Gastos preoperativos (Diferidos)	22,950,000	0	0	0
Total, Costos/Gastos fijos	290,171,917	436,000,632	532,890,969	586,078,614
Costos variables (sin impuestos)	136,766,000	288,464,417	450,004,491	585,005,838
Gastos de Operación	2,182,710	4,361,697	6,640,922	8,504,812

Gastos de Administración	14,885,833	31,095,119	48,041,959	61,854,022
Total, costos variables	153,834,543	323,921,233	504,687,372	655,364,672
Costo total	444,006,460	759,921,865	1,037,578,341	1,241,443,287
Numero productos o servicios	9,257	18,770	28,155	35,194
Costo Promedio producto o servicio promedio	47,966	40,485	36,852	35,274
Costo variable unitario promedio	16,619	17,257	17,925	18,621
Precio Promedio Unitario (Sin Iva)	44,670	46,017	47,398	48,820
Margen Unitario Promedio	28,051	28,760	29,473	30,198
Punto de Equilibrio	10,345	15,160	18,081	19,408
Costo total desembolsable	415,206,460	750,588,532	1,025,411,674	1,233,609,953
Costo promedio desembolsable	44,855	39,988	36,420	35,051
Cumplimiento del punto de equilibrio	89%	124%	156%	181%
Colchón de Efectivo (30 días)	24,180,993	36,333,386	44,407,581	48,839,885

Fuente: Elaboración propia

8. Análisis financiero

8.1. Balance General

Plancha Express inicia sus operaciones con unos activos totales de COP 120.000.000 aportado por el único socio, COP 50.000.000 aportados por el capital privado del socio y COP 70.000.000 financiados por un préstamo bancario. El índice de liquidez de la compañía para el primer año de operaciones es de 0.96 esto significa que Plancha Express no cuenta con los recursos suficientes para cubrir con sus activos sus deudas a corto plazo, a pesar de que este índice se acerca a 1. Para el segundo año el índice de liquidez cae a 1.43, en el tercer y cuarto año se alcanza un 2.39 y 3.48 respectivamente, logrando a partir del segundo año cubrir las deudas de corto plazo. En la tabla 17 Balance general año 0-2023, se presentan las partidas que conforman los activos, pasivos y patrimonio de Plancha Express.

Tabla 17 Balance general año 0 - 2023

ACTIVO	Año 0	2020	2021	2022
ACTIVO CORRIENTE				
Caja y Bancos	83,100,000	56,690,636	102,905,987	326,061,152
Anticipo Impuesto de Renta (Rete fuente)	-	24,809,722	76,634,920	125,328,578
TOTAL, ACTIVOS CORRIENTES	83,100,000	81,500,358	179,540,907	451,389,730
ACTIVO FIJO				
Activos depreciables	13,950,000	24,200,000	40,500,000	44,850,000
Depreciación acumulada	-	5,850,000	15,183,333	27,350,000
Gastos diferibles	22,950,000	-	-	-
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	36,900,000	18,350,000	25,316,667	17,500,000
TOTAL, ACTIVOS	120,000,000	99,850,358	204,857,574	468,889,730

PASIVO + PATRIMONIO				
PASIVO				
Carga Prestacional por Pagar	-	6,894,279	11,919,875	15,304,010
Impuesto de Renta	-	-	31,376,273	90,895,792
Impuestos locales por pagar	-	1,569,215	3,277,944	5,064,423
Iva por pagar	-	24,018,386	40,580,258	56,017,977
Obligaciones financieras	70,000,000	55,499,226	39,159,390	20,747,255
TOTAL, PASIVO	70,000,000	87,981,106	126,313,741	188,029,457
PATRIMONIO				
Capital	50,000,000	50,000,000	50,000,000	50,000,000
Resultados de Ejercicios Anteriores	-	-	(38,130,748)	28,543,833
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	-	(38,130,748)	66,674,581	202,316,440
TOTAL, PATRIMONIO	50,000,000	11,869,252	78,543,833	280,860,273
TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO	120,000,000	99,850,358	204,857,574	468,889,730

Fuente: Elaboración propia

8.2. Estado de Resultados

La proyección de los estados de resultados de los 4 primeros años de operación de Plancha Express se presenta en la **Tabla 18 Estado de resultados 2020 al 2023**, en el primer año se proyecta una pérdida por COP 38,130,748, a partir del segundo año se revierte este resultado y se proyecta tener un crecimiento en ventas del 109% generando una utilidad de COP 66,674,581 para el tercer año se espera un crecimiento de 55% esto debido a la apertura de un solo centro de operaciones, generando una utilidad de COP 202,316,440, para el 4 año se estima un crecimiento del 29%, esto como consecuencia de que en este año no se prevé abrir nuevos centros de operaciones.

En la *Tabla 18 Estado de resultados 2020 al 2023* se pueden ver los gastos proyectados promedio de la compañía durante los primeros 4 años. Estos gastos para el primer año tienen un peso en los ingresos así: Gasto de operaciones representa un 20% de los ingresos, los gastos de administración y ventas 19%, los gastos preoperativos 6% y los gastos financieros 2%, estos gastos representan el 47% de los ingresos de la compañía para el primer año, para el segundo, tercero y cuarto año representan el 32%, 25% y 22% respectivamente.

Tabla 18 Estado de resultados 2020 al 2023

ESTADO DE RESULTADOS

ITEM	2020	2021	2022	2023
Ventas netas	413,495,360	863,753,306	1,334,498,859	1,718,167,280
Costos variables	136,766,000	288,464,417	450,004,491	585,005,838
Costo nomina	120,748,859	200,602,718	257,225,344	285,206,577
Gastos de Operación	84,605,768	170,250,277	208,292,840	237,126,594
Gastos de Administración y Ventas	78,935,833	100,604,452	122,055,666	134,104,277
Gastos preoperativos	22,950,000	0	0	0
Gastos financieros	7,619,648	5,780,586	3,708,286	1,373,167
Total, Gastos/ Costos	451,626,108	765,702,450	1,041,286,627	1,242,816,453
Utilidad gravable	-38,130,748	98,050,855	293,212,232	475,350,827
Impuesto de Renta	0	31,376,273	90,895,792	142,605,248
Utilidad neta	-38,130,748	66,674,581	202,316,440	332,745,579
Utilidad del periodo	-38,130,748	66,674,581	202,316,440	332,745,579

Fuente: Elaboración propia

8.3. Flujo de Caja

Para el año cero o preoperativo se inyectan recursos por COP 120.000.000, COP 50.000.000 son aportados por el capital privado del socio y los otros COP 70.000.000 se aportan también por el socio a partir de un préstamo bancario. Con este capital inicial se adquieren activos fijos por valor de COP 13.950.000 y los gastos preoperativos ascienden a COP 22.950.000. dejando una caja final de COP 36.900.000.

Para el primer año de operaciones se proyecta cerrar con unas ventas de COP 413.495.360, estas más el valor que se traía en caja de COP 83.100.000, representan un total de efectivo disponible de COP 496.595.360. luego de responder con todas las obligaciones financieras del primer año, para el cierre del año 2020 se espera quedar con una caja final de COP 56.690.636 como se muestra en la Tabla 19 *Flujo de caja primer año*.

Tabla 19 Flujo de caja primer año x 1000

ITEM	Año 0	2020												Total
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago.	Sept	Oct	Nov	Dic	2020
Caja Inicial	-	83,100	75,670	68,240	60,810	53,380	38,030	30,750	36,516	42,281	32,572	40,275	51,561	83,100
Ingresos Netos	-	24,770	24,770	24,770	24,770	29,724	29,724	47,639	47,639	50,611	50,611	56,112	56,112	467,250
TOTAL, DISPONIBLE	-	107,870	100,440	93,010	85,580	83,104	67,753	78,389	84,155	92,892	83,184	96,387	107,672	550,350
Inversiones en activos	13,950	-	-	-	-	-	-	1,708	1,708	1,708	1,708	1,708	1,708	10,250
Egresos por compra de materia prima o insumos	-	8,628	8,628	8,628	8,628	10,353	10,353	16,593	16,593	17,629	17,629	19,546	19,546	162,752
Egresos por nómina	-	8,718	8,718	8,718	8,718	8,718	11,796	8,718	8,718	8,718	8,718	8,718	14,874	113,855
Egresos por gastos de operación	-	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	6,820	81,837
Egresos por gastos de administración y ventas	-	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	6,190	74,286
Egresos por gastos preoperativos diferidos	22,950	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Egresos IVA	-	-	-	-	-	11,149	-	-	-	17,411	-	-	-	28,560
Egresos por gastos financieros	-	700	689	677	665	654	642	630	618	605	593	580	568	7,620

Egresos por pagos de Capital	-	1,143	1,155	1,166	1,178	1,190	1,202	1,214	1,226	1,238	1,250	1,263	1,276	14,501
TOTAL, EGRESOS	36,900	32,199	32,199	32,199	32,199	45,074	37,003	41,874	41,874	60,320	42,909	44,826	50,982	493,659
NETO DISPONIBLE	(36,900)	75,670	68,240	60,810	53,380	38,030	30,750	36,516	42,281	32,572	40,275	51,561	56,691	56,691
Aporte de Socios	50,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Préstamo	70,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CAJA FINAL	83,100	75,670	68,240	60,810	53,380	38,030	30,750	36,516	42,281	32,572	40,275	51,561	56,691	56,691

Fuente: Elaboración propia

Para el segundo, tercero y cuarto año se proyecta que la Plancha Express cierre con excedentes de efectivo de COP 102.905,987, COP 326.061.152 y COP 699981.016 respectivamente, como se puede ver en la **Tabla 20 Flujo de caja 2, 3 y 4 año.**

Tabla 20 Flujo de caja 2, 3 y 4 año.

ITEM	Total		
	2021	2022	2023
Caja Inicial	56,690.636	102,905.987	326,061.152
Ingresos Netos	976,041.236	1,507,983.710	1,941,529.027
TOTAL, DISPONIBLE	1,032,731.873	1,610,889.697	2,267,590.179
Inversiones en activos	16,300.000	4,350.000	4,350.000
Egresos por compra de materia prima o insumos	343,272.657	535,505.344	696,156.948
Egresos por nómina	195,577.122	253,841.209	283,488.519
Egresos por gastos de operación	165,372.334	200,828.416	228,206.149
Egresos por gastos de administración y ventas	92,871.119	112,288.999	128,670.944
Egresos IVA	92,743.017	152,616.211	199,551.759
Egresos por gastos financieros	5,780.586	3,708.286	1,373.167
Egresos por pagos de Capital	16,339.835	18,412.135	20,747.255
Egresos impuestos locales	1,569.215	3,277.944	5,064.423
TOTAL, EGRESOS	29,825.885	1,284,828.545	1,567,609.164
NETO DISPONIBLE	102,905.987	326,061.152	699,981.016
CAJA FINAL	102,905.987	326,061.152	699,981.016

Fuente: Elaboración propia

9. Análisis de riesgos

9.1. Riesgos de mercado, técnicos, administrativos, legales, económicos y financieros

En la tabla 21 se mostrará la matriz de riesgos identificados para Plancha Express, se clasifican según su impacto en Importante, Moderado, Tolerable, también se clasifican según la probabilidad de que estos ocurran y se clasifican en Alto, Medio y Bajo.

Tabla 21 Matriz de Riesgos

Tipo	Actividad	Impacto	Probabilidad
Técnico	Riesgo de que el proveedor del servicio de planchado incumpla los tiempos de entrega.	Importante	Medio
Administrativo	Riesgo de avería del vehículo de recogida y despacho (pinchazo, falla mecánica, etc.)	Moderado	Medio
Administrativo	Riesgo accidente de tránsito del operario de recogida y entrega de prendas	Importante	Medio
Técnico	Riesgo de que el software CRM falle y afecte la logística.	Moderado	Bajo
Económico	Riesgo de robo en los locales físicos	Moderado	Bajo
Económico	Riesgo de incendio en los locales físicos	Moderado	Bajo
Administrativo	Riesgo de avería de prendas en el proceso de planchado	Importante	Medio
Legal	Riesgo de que el proveedor pierda o incumpla con las normativas ambientales.	Importante	Bajo
Financiero	Riesgo de negación de los préstamos por parte de las entidades bancarias.	Importante	Medio

Fuente: Elaboración propia

9.2. Acciones propuestas para cada riesgo

Se cuentan 6 riesgos tipificados con un impacto importante, de estos 6, 5 se clasifican de probabilidad de ocurrencia media y 1 con probabilidad baja así:

Tabla 22 Clasificación de riesgos: Administrativo

Tipo	Actividad	Impacto	Probabilidad
Administrativo	Riesgo accidente de tránsito del operario de recogida y entrega de prendas.	Importante	Medio
Administrativo	Riesgo de avería de prendas en el proceso de planchado	Importante	Medio

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 22 se muestran los 2 riesgos más críticos para el área administrativa, el plan para mitigarlos es programar revisiones periódicas de los aspectos técnico-mecánicos del vehículo, también el director administrativo monitoreará que los documentos como seguro de vehículo, seguro obligatorio y licencia de conducción del operario del vehículo se encuentren en regla y en vigencia.

Tabla 23 Clasificación de riesgos: Financiero

Tipo	Actividad	Impacto	Probabilidad
Financiero	Riesgo de negación de los préstamos por parte de las entidades bancarias.	Importante	Medio

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 23 se muestra el riesgo financiero más crítico, el plan para atacar este riesgo es desarrollar un sólido plan de negocio, que respalde el proyecto, se presentaran proyecciones financieras que demuestren la viabilidad del proyecto mostrando tres escenarios para evaluar los resultados financieros en cada uno. Adicionalmente la solicitud del crédito se hará en 4 entidades bancarias, para tener más de una oportunidad de acceder a los préstamos.

Tabla 24 Clasificación de riesgos: Técnico

Tipo	Actividad	Impacto	Probabilidad
Técnico	Riesgo de que el proveedor del servicio de planchado incumpla los tiempos de entrega.	Importante	Medio

Fuente: Elaboración propia

Para minimizar el riesgo técnico mostrado en la tabla 24 se firmará un contrato de prestación de servicios con la empresa proveedora, en donde se vean obligados a dar cumplimiento con los acuerdos comerciales tanto de cumplimiento en los tiempos de entrega, como en la calidad del servicio. Adicionalmente se tiene una base de datos con los contactos de otros prestadores del mismo servicio, en caso de que la demora sea superior a 48 horas.

Tabla 25 Clasificación de Riesgos: Legal

Tipo	Actividad	Impacto	Probabilidad
Legal	Riesgo de que el proveedor pierda o incumpla con las normativas ambientales.	Importante	Bajo

Fuente: Elaboración propia

El plan para mitigar el riesgo legal presentado en la tabla 25, consiste en un programa de visitas de inspección cada trimestre a las instalaciones del proveedor, para hacer auditorias y garantizar que los procesos se estén llevando de acuerdo a las normas ambientales vigentes, también se llevara un folder con los permisos y certificaciones que el proveedor acredita, para confirmar las fechas de expedición, el alcance y las fechas de renovación.

10. Evaluación de Proyecto.

10.1. Flujo de caja neto y los indicadores de factibilidad de la empresa

Después de analizar las proyecciones de venta de la compañía y el flujo de caja neto para los primeros 4 años de operación de Plancha Express, se concluye que la empresa es viable, esta afirmación viene soportada por los indicadores de factibilidad como la tasa interna de retorno, que para Plancha Express es de 53.23% muy superior al 16% que es la tasa mínima de retorno solicitada por el accionista, también se obtiene un valor presente neto positivo de COP 210.368.995.

Tabla 26 Flujo de caja neto

	Año 0	2,020	2,021	2,022	2,023
Utilidad Neta (Utilidad operativa)	0	-38,130,748	66,674,581	202,316,440	332,745,579
Total, Depreciación	0	11,700,000	18,666,667	24,333,333	15,666,667
Pagos de capital		14,500,774	16,339,835	18,412,135	20,747,255
Total, Amortización	0	0	0	0	0
EBITDA		-26,430,748	85,341,248	226,649,773	348,412,246
1. Flujo de fondos neto del periodo		-40,931,522	69,001,412	208,237,638	327,664,990
Inversiones de socios	50,000,000	0	0	0	0
Préstamo	70,000,000	0	0	0	0
2. Inversiones netas del periodo	120,000,000	0	0	0	0
3. Liquidación de la empresa					3
4. (=1-2+3) Flujos de caja totalmente netos	-120,000,000	-40,931,522	69,001,412	208,237,638	327,664,994
Balance de proyecto	-120,000,000	-180,131,522	-139,951,153	45,894,300	380,902,382
Periodo de pago descontado	2.75				
Tasa interna de retorno	53.23%				
Valor presente neto	210,368,995				
Tasa mínima de retorno	16.00%				

Fuente: Elaboración propia

11. Análisis de Sensibilidad

11.1. Identificación de variables críticas

Las variables críticas para este negocio son:

- Variación del volumen de ventas
- Variación del precio de venta
- Variación del precio de compra

11.2. Evaluación del proyecto vs. Cambios en las variables

En la siguiente tabla 27 se evaluarán 3 posibles escenarios en donde se simula un resultado moderado, el resultado esperado y un escenario optimista con respecto a la variación del volumen de ventas identificada como la más crítica para el proyecto Plancha Express.

Tabla 27 Tabla evaluación por Escenarios

		Escenarios		
		Pesimista	Esperado	Optimista
Factores	Variación volúmenes de venta	84%	100%	105%
	Variación precios de venta	100%	100%	100%
	Variación precios de compra	100%	100%	100%
	Periodo de pago descontado	3.94	2.75	2.48
	Tasa interna de retorno	17.21%	53.23%	63.84%
	Valor presente neto	6,393,254	210,368,995	274,111,414
	Tasa mínima de retorno	16.00%	16.00%	16.00%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a esto se observa que en el escenario pesimista con un cumplimiento en ventas del 84% la empresa aún sigue siendo viable pues mantiene su valor presente neto positivo y

la tasa interna de retorno sigue por encima de la tasa mínima esperada por el accionista. Es importante tener presente que, si las variaciones del volumen de ventas disminuyen por debajo del 83%, la empresa estaría en serios problemas pues ya no sería viable.

Con los escenarios “esperado” y “optimista”, se proyecta que la empresa logre alcanzar el 100% de su proyección de ventas y el 105% respectivamente, obteniendo en los dos escenarios valores presentes positivos y una tasa interna de retorno muy superior a la tasa mínima de retorno 53.23% para el escenario esperado y 63.84% para el escenario optimista.

13. Conclusiones

- Durante el desarrollo de este proyecto de grado (Plan Empresa), se han aplicado la mayoría de los conocimientos adquiridos en la Maestría en Administración de la Universidad ICESI, logrando abarcar aspectos cruciales para la evaluación y el análisis de viabilidad de un emprendimiento. Pasando por aspectos técnicos, legales, financieros y de mercado, que, a pesar de no garantizarnos el éxito, nos permite tener una carta de navegación más clara y aumentar la probabilidad de volver el proyecto una empresa real y rentable.
- Después de hacer el análisis y la investigación de mercado, se concluye que la oferta de valor de Plancha Express, es diferencial y tiene un mercado real, el estudio posiciona a él planchado como el servicio doméstico que más dolores de cabeza trae a la muestra seleccionada (57%), por encima de otras actividades como cocinar, lavar los platos, lavar la ropa, barrer o trapear.
- El análisis financiero nos arroja que Plancha Express es una empresa viable financieramente, logrando generar utilidades por COP 66.674.581 en su segundo año de funcionamiento, logrando pagar sus obligaciones financieras en 2.75 años después de su apertura. La Tasa interna de retorno (TIR) del negocio para los primeros 4 años es del 53.23%.
- Gracias a la investigación realizada sobre legislación, normas y leyes que regulan el sector del lavado y planchado de ropa, el proyecto Plancha Express, toma un giro importante, al encontrar innumerables barreras de entrada, entre otras las normas ambientales que cada vez son más exigentes y obligan a garantizar un buen manejo

de los residuos tanto líquidos como sólidos, emisiones atmosféricas, usos de suelo etc., para el caso en que se decidiera montar centros de planchado, es por eso que se decide sub contratar estos servicios con un tercero.

- La viabilidad de la empresa no solo se mide en términos de mercadeo y financieros, también se busca que el proyecto tenga un enfoque social, logrando generar puestos de trabajo estables a un grupo en estado de vulnerabilidad como lo son las madres cabaza de hogar, de esta manera se busca retribuir a la sociedad brindando trabajos justos y bien remunerados.

14. Bibliografía

- Alcaldía de Santiago de Cali. (2018). *Avisos y Publicidad Exterior Visual En Predios o en Vehículos*. Obtenido de www.cali.gov.co: <http://www.cali.gov.co/seguridad/publicaciones/143772/avisos-y-publicidad-exterior-visual-en-predios-o-en-vehiculos/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (2019). *Cali en Cifras*. Obtenido de www.cali.gov.co: www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones/107141/cali_en_cifras_planeacion
- Cámara de Comercio de Cali. (2019). *EMPRESAS UNIPERSONALES (EU)*. Obtenido de www.ccc.org.co: <https://www.ccc.org.co/tramites-de-registros-publicos/registros-publicos/registro-mercantil/tramites/empresas-unipersonales-eu/>
- Congreso de la República. (2012). *Ley 1595 del 21 de diciembre de 2012*. Obtenido de wsp.presidencia.gov.co: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/LEY%201595%20DEL%2021%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202012.pdf>
- EMIS University. (2019). *base de datos*. Universidad ICESI.
- ITEL. (2019). *ITEL Instituto Técnico Español de Limpieza*. Obtenido de www.itelspain.com: <https://www.itelspain.com>
- Lavanderia Premier. (2019). *Lavanderia Premier*. Obtenido de www.lavanderiapremier.com: <http://www.lavanderiapremier.com/>
- Lavatex. (2019). *Lavatex*. Obtenido de lavatex.com.co: <http://lavatex.com.co>
- López, A. (2012). *La SAS unipersonal y la empresa unipersonal de responsabilidad limitada- similitudes, diferencias, ventajas y proyección de ambas figuras dentro del*

ordenamiento mercantil Colombiano. Obtenido de revistas.uexternado.edu.co:

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/3204/3330>

Ministerio del Trabajo de Colombia. (2013). *Decreto 721 de 2013*. Obtenido de

www.mintrabajo.gov.co:

[http://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/36487/decreto_0721_de_2013.pdf/](http://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/36487/decreto_0721_de_2013.pdf/e8e8622b-4b04-95a2-f6d8-66182f916839)

[e8e8622b-4b04-95a2-f6d8-66182f916839](http://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/36487/decreto_0721_de_2013.pdf/e8e8622b-4b04-95a2-f6d8-66182f916839)

Noticias Caracol. (2018). *¡Empleados domésticos tienen derechos! Vea cuáles son y no*

permita abusos de los ‘patrones’ . Obtenido de noticias.caracol.com:

[https://noticias.caracol.com/economia/empleados-domesticos-tienen-derechos-](https://noticias.caracol.com/economia/empleados-domesticos-tienen-derechos-vea-cuales-son-y-no-permita-abusos-de-los-patrones-ie26636)

[vea-cuales-son-y-no-permita-abusos-de-los-patrones-ie26636](https://noticias.caracol.com/economia/empleados-domesticos-tienen-derechos-vea-cuales-son-y-no-permita-abusos-de-los-patrones-ie26636)


Anexos

Anexo 1 Ficha técnica de la entrevista clientes

Entidad Contratante:	Plancha Express S.A.S.
Proveedor de investigación:	Plancha Express S.A.S.
Nombre o referencia del proyecto:	Estudio sobre hábitos de planchado y lavado de ropa.
Población Objetivo:	Hombres y mujeres mayores de edad de estratos 3, 4, 5 y 6, en la ciudad de Cali.
Tamaño de la muestra:	50 entrevistas
Método y procedimiento de muestreo:	Aleatorio a través de entrevista
Personas entrevistadas	Hombres y mujeres mayores de edad de estratos 3, 4, 5 y 6, en la ciudad de Cali.
Método de recolección:	Entrevista presencial (con una duración promedio de 20 minutos)
Periodo de recolección:	20 de enero de 2019 al 30 de enero de 2019

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2 Formato de recogida y entrega de prendas

		<div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; background-color: #cccccc;"> No.: A-00000 </div>			
Formato de recogida y entrega de prendas					
Fecha Recogida:		Fecha estimada de Entrega:			
Nombre del Cliente:		Cedula:			
Teléfono:		E-mail:			
Tipo de servicio:	<input type="checkbox"/> Semanal	<input type="checkbox"/> Punto de servicio			
		<input type="checkbox"/> Domicilio Express			
Tipo de prenda	Cantidad	Estado de las prendas			Observaciones
		Bueno	Regular	Malo	
Pantalón					
Camisa					
Blusa					
Vestido					
Traje dos piezas					
Saco/ Blazer					
Otro/ Cual?					
Espacio exclusivo Pancha Express		Espacio exclusivo cliente			
Nombre funcionario Pancha Express:		Nombre de quien entrega:			
Nombre funcionario Centro de planchado:		Firma de quien recibe:			

Fuente: Elaboración propia