



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

SMART CLOTHES

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración
de Negocios**

JUAN RAFAEL ESCOBEDO AVILA PL44165665

TIFFANY BRISSET ROMERO ARANDA PL72436995

BERNA VILCHEZ CHAVEZ PL74977348

Lima – Perú

2020

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación, “Smart Clothes” sustenta el proyecto de negocio de un servicio de renting de uniformes que se dirige al sector salud, específicamente teniendo como cliente final a las clínicas y centros de salud de Lima Metropolitana. La idea de negocio surge debido al crecimiento de la población y a las enfermedades emergentes, cuya incidencia tiende a incrementarse, lo cual lleva a la creación de nuevas técnicas y cuidados en el control de la salubridad en los uniformes que son usados por el personal de salud, a través de chips dentro del uniforme, estos chips son ingresados a una base de datos y nos brindarán información de la prenda, como por ejemplo: antigüedad de la prenda, persona asignada a la prenda, análisis realizados a la prenda y otros datos relevantes que sean necesarios para el control de las mismas. Inicialmente trataremos el tema de cómo llegamos a la idea de negocio, qué tipo de diagnósticos utilizamos, cuáles fueron las técnicas que se emplearon para definir la idea de negocio. Como segundo tema a tratar, haremos un análisis a nivel macro de cuán factible es la idea de negocio en el Perú a través de un análisis PESTEL, de esta manera veremos la situación del país en donde vamos a desarrollar la idea de negocio, luego haremos un análisis Porter, en donde profundizaremos la idea de negocio estudiando a nuestros competidores, clientes, proveedores. En el siguiente paso, se encuentra el planeamiento estratégico, en donde explicaremos la misión, visión y objetivos del proyecto “Smart Clothes”, profundizando el análisis del proyecto a través de un FODA, estableciendo las estrategias que se van a seguir al iniciar las operaciones. Este estudio de mercado nos ayudará a realizar el plan de comercialización en donde estaremos presentando como será nuestra proyección de ventas y como será nuestro producto y servicio. Dentro del plan técnico estaremos detallando la capacidad instalada de nuestro servicio, en donde se encontrará ubicado, las maquinarias y equipos que se van a emplear y los costos que estos implicarán. Luego veremos el plano legal de la empresa, qué tipo de empresa seremos y a qué régimen tributario nos estaremos acogiendo. Uno de los últimos puntos a tratar será el plan económico, en donde se realiza el estudio de la inversión para comprobar la viabilidad económica, en donde se demuestra que el proyecto es económicamente viable, así como también las tasas de interés ofrecidas por los bancos con mayor rentabilidad del mercado.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	2
--------------------------------	----------

CAPÍTULO I. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Idea del Negocio	10
1.2 Diagnóstico de la Idea del negocio	13
1.3 Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad)	14

CAPÍTULO II. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis Micro Entorno	21
2.2 Análisis Macro Entorno	30

CAPÍTULO III. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1 Misión	40
3.2 Visión	40
3.3 Valores	40
3.4 Objetivos estratégicos generales	41
3.5 Matriz FODA	42
3.6 Estrategia genérica de Porter	43
3.7 Cronograma de actividades	45

CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)	47
4.2 Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda)	50

CAPÍTULO V. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1 Mercado (características y segmentación)	100
5.2 Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)	101
5.3 Formulación estratégica ANSOFF	109
5.4 Proyección de Ventas	111

CAPÍTULO VI. PLAN TÉCNICO

6.1 Localización de la empresa. (Matriz de localización)	112
6.2 Tamaño del negocio (capacidad instalada) (LAYOUT)	114
6.3 Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima).....	115
6.4 Costos (directos e indirectos).....	133
6.5 Proceso de producción u operación (diagrama de flujo).	135
6.6 Certificaciones necesarias	138
6.7 Impacto en el medio ambiente	139

CAPÍTULO VII. PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1 Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos).....	141
7.2 Obligaciones (tributarias y laborales)	144
7.3 Estructura organizacional.....	147
7.4 Descripción de funciones	153

CAPÍTULO VIII. PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

8.1 Inversiones (estructura).....	157
8.2 Ingresos y egresos	162
8.4 Flujo de caja (económico y financiero)	170
8.5 Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)	171

CONCLUSIONES.....	174
--------------------------	------------

RECOMENDACIONES	175
------------------------------	------------

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	176
--	------------

ANEXOS.....	178
--------------------	------------

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla N° 1. Macro filtro.....	13
Tabla N° 2. Diagnóstico de decisión.....	14
Tabla N° 3. Ropa médica descartable	25
Tabla N° 4. Matriz FODA	42
Tabla N° 5. Diagrama de Gantt.....	45
Tabla N° 6. Estudio de la Competencia	47
Tabla N° 7. Matriz Perfil Competitivo	48
Tabla N° 8. Matriz del Cliente	48
Tabla N° 9. Descripción de Productos	49
Tabla N° 10. Recurso Humano del Sector Salud por año según departamento e Instituciones, Perú 2013-2018	51
Tabla N° 11. Profesionales de la Salud del Sector Salud según Departamento y Cargo, Perú 2013-2018.....	51
Tabla N° 12. Relación de Clínicas en Perú	56
Tabla N° 13. Relación de Centros Médicos Departamento de Lima	58
Tabla N° 14. Resultados Cliente	66
Tabla N° 15. 1. ¿Ustedes como empresa realizan la entrega de uniformes a sus colaboradores?.....	67
Tabla N° 16. 2. ¿Cuántos colaboradores médicos, enfermeros y técnicos son en su empresa?	68
Tabla N° 17. 3. ¿Cuántos uniformes son entregados a cada colaborador?	69
Tabla N° 18. 4. ¿Cada cuenta tiempo se realiza esta dicha entrega?	70
Tabla N° 19. 5. ¿Cuenta con algún sistema de inventario para controlar el stock de uniformes?.....	71
Tabla N° 20. 6. Si la respuesta es sí ¿Qué tipo de sistema utiliza?.....	72
Tabla N° 21. 7. ¿Cómo realizan el lavado de uniformes?.....	72
Tabla N° 22. 8. ¿Cómo realizan el lavado de uniformes?.....	72
Tabla N° 23. 9. Cuando se realiza la compra de uniformes ¿Cuánto aproximadamente es el gasto?.....	73
Tabla N° 24. 10. ¿Ha tenido alguna queja de sus clientes con respecto a la presentación de sus colaboradores?.....	74

Tabla N° 25. 11. En su opinión, ¿Está conforme con la presentación de cada uno de sus colaboradores técnicos médicos y enfermeros?	75
Tabla N° 26. 12. ¿Estarías de acuerdo en mejorar la presentación de tus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros con un servicio de renta de uniformes?.....	76
Tabla N° 27. 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sistema de renta de uniformes que incluyen el recojo, lavado, secado, esterilización, planchado y entrega de uniformes personales?	77
Tabla N° 28. Respuesta de Usuario.....	78
Tabla N° 29. 1. En el lugar donde laboras, se entrega el uniforme o es propio	78
Tabla N° 30. 2. ¿Con qué frecuencia se le hacen entrega los uniformes?	79
Tabla N° 31. 3. ¿Qué cantidad de uniformes son entregados?.....	80
Tabla N° 32. 4. ¿Está de acuerdo con la cantidad de uniformes?, ¿Cuántos uniformes usted cree conveniente tener?	81
Tabla N° 33. 5. ¿Quién se encarga del lavado del uniforme?	82
Tabla N° 34. 7. Si es personal ¿Cuánto tiempo demora en realizar el proceso de lavado y secado del uniforme?	82
Tabla N° 35. 8. Si es personal ¿Realiza el lavado junto con la ropa de casa o por separado?	83
Tabla N° 36. 9. ¿Qué tipo de material usa para su uniforme?.....	84
Tabla N° 37. 10. ¿Padece de algún tipo de alergia en relación a las telas usadas?	85
Tabla N° 38. 11. ¿Cada cuánto tiempo renueva su uniforme?.....	86
Tabla N° 39. 12. ¿Utiliza el uniforme fuera del centro de salud?.....	87
Tabla N° 40. 13. ¿Realiza el proceso de lavado en casa junto con la ropa o por separado?... ..	88
Tabla N° 41. 14. ¿En alguna ocasión ha optado por enviar su uniforme a una lavandería? ..	89
Tabla N° 42. 15. Si la respuesta fue si ¿Cuánto gasta semanal aproximadamente?	90
Tabla N° 43. 16. ¿Cuántos uniformes utiliza a la semana?.....	91
Tabla N° 44. Proyección de demanda Año 1	99
Tabla N° 45. Cálculo de habitantes en sector salud	100
Tabla N° 46. Mercado Potencial - Disponible - Efectivo	101
Tabla N° 47. Tabla de Productos	102
Tabla N° 48. Servicios	103
Tabla N° 49. Plan de Marketing.....	108
Tabla N° 50. Matriz ANSOFF	109
Tabla N° 51. Proyección de Ventas Año 1.....	111
Tabla N° 52. Matriz de Localización	112

Tabla N° 53. Lista de Precios.....	129
Tabla N° 54. Inversión Fija Tangible.....	129
Tabla N° 55. Costo de producción por conjunto.....	132
Tabla N° 56. Acondicionamiento del Local.....	133
Tabla N° 57. Inversión en maquinaria y equipos	134
Tabla N° 58. Muebles y Enseres	134
Tabla N° 59. Computadoras e Impresoras	134
Tabla N° 60. Constitución de la Empresa	143
Tabla N° 61. Impuesto a la renta mensual	145
Tabla N° 62. Impuesto a la renta neta	145
Tabla N° 63. Identificación del Cargo - Administrador(a)	148
Tabla N° 64. Identificación del Cargo - Responsable de operaciones	150
Tabla N° 65. Identificación de Cargo - Representante de ventas.....	151
Tabla N° 66. Identificación del Cargo - Operario de lavandería	152
Tabla N° 67. Presupuesto de Planilla año 1	155
Tabla N° 68. Información Financiera y Económica para Evaluar Proyectos de Inversión... 157	157
Tabla N° 69. Capital de Trabajo.....	158
Tabla N° 70. Punto de Equilibrio Mensual	160
Tabla N° 71. Estructura de Financiamiento y en Porcentaje del Proyecto	161
Tabla N° 72. Proyección de Venta Año 1	162
Tabla N° 73. Proyección de Costos Indirectos de Fabricación Año	163
Tabla N° 74. Presupuesto de Gastos Administrativos y de Ventas Año 1	164
Tabla N° 75. Flujo de Caja.....	166
Tabla N° 76. Flujo de Caja Proyectado.....	167
Tabla N° 77. Estructura de costos y gastos	168
Tabla N° 78. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado	169
Tabla N° 79. Flujo de Caja Proyectado.....	170
Tabla N° 80. VAN y TIR	171
Tabla N° 81. Costo de Oportunidad.....	172
Tabla N° 82. Beneficio - Costo	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Árbol del Problema	18
Gráfico N° 2. Análisis Micro Entorno	21
Gráfico N° 3. Lavandería Industrial WASH.....	23
Gráfico N° 4. Clínica Internacional	27
Gráfico N° 5. Grupo San Pablo.....	28
Gráfico N° 6. Stella Maris	29
Gráfico N° 7. Objetivos Estratégicos Generales.....	41
Gráfico N° 8. Extracto Entrevista Enfermero Marco Arana.....	53
Gráfico N° 9. 1. ¿Ustedes como empresa realizan la entrega de uniformes a sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?	67
Gráfico N° 10. 2. ¿Cuántos colaboradores son en su empresa?.....	68
Gráfico N° 11. 3. ¿Cuántos uniformes son entregados a cada colaborador?	69
Gráfico N° 12. 4. ¿Cada cuánto tiempo se realiza esta dicha entrega?	70
Gráfico N° 13. 5. ¿Cuenta con algún sistema de inventario para controlar el stock de uniformes?	71
Gráfico N° 14. 9. Cuando se realiza la compra de uniformes ¿Cuánto aproximadamente es el gasto mensual?	73
Gráfico N° 15. 10. ¿Ha tenido alguna queja de sus clientes con respecto a la presentación de sus colaboradores?.....	74
Gráfico N° 16. 11. En su opinión ¿Está conforme con la presentación de cada uno de sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?	75
Gráfico N° 17. 12. ¿Estarías de acuerdo en mejorar la presentación de tus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros con un servicio de renta de uniformes?	76
Gráfico N° 18. 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sistema de renta de uniformes que incluyen el recojo, lavado, secado, esterilización, planchado y entrega de uniformes personales?	77
Gráfico N° 19. 1. En el lugar donde laboras, se entrega el uniforme o es propio.....	79
Gráfico N° 20. 3. ¿Qué cantidad de uniformes son entregados?.....	80
Gráfico N° 21. 4. ¿Está de acuerdo con la cantidad de uniformes?, ¿Cuántos uniformes usted cree conveniente tener?.....	81

Gráfico N° 22. 7. Si es personal ¿Cuánto tiempo demora en realizar el proceso de lavado y secado del uniforme?.....	82
Gráfico N° 23. 8. Si es personal ¿Realiza el lavado junto con la ropa de casa o por separado?	83
Gráfico N° 24. 9. ¿Qué tipo de material usa para su uniforme?	84
Gráfico N° 25. 10. ¿Padece de algún tipo de alergia en relación a las telas usadas?	85
Gráfico N° 26. 11. ¿Cada cuánto tiempo renueva su uniforme?.....	86
Gráfico N° 27. 12. ¿Utiliza el uniforme fuera del centro de salud?.....	87
Gráfico N° 28. 13. ¿Realiza el proceso de lavado en casa junto con la ropa o por separado?..	88
Gráfico N° 29. 14. ¿En alguna ocasión ha optado por enviar su uniforme a una lavandería? ..	89
Gráfico N° 30. 15. Si la respuesta fue si ¿Cuánto gasta semanal aproximadamente?	90
Gráfico N° 31. 16. ¿Cuántos uniformes utiliza a la semana?.....	91
Gráfico N° 32. Mercado Potencial	93
Gráfico N° 33. Mercado Disponible	94
Gráfico N° 34. Mercado Efectivo	95
Gráfico N° 35. Localización del Local.....	106
Gráfico N° 36. Localización del Local.....	113
Gráfico N° 37. Layout.....	114
Gráfico N° 38. Lavadora Extractora con Barrera Sanitaria – Modelo LEB-240	116
Gráfico N° 39. Secador Industrial Unimac	117
Gráfico N° 40. Plancha Industrial Vapor Silver Star Es-300.....	118
Gráfico N° 41. Laptop Intel Core 13.....	118
Gráfico N° 42. Impresora Multifuncional Color	119
Gráfico N° 43. Antena Rfid.....	120
Gráfico N° 44. Chips de Reconocimiento	121
Gráfico N° 45. Flujograma proceso ropa sucia	135
Gráfico N° 46. Flujograma Entrega Ropa Limpia	136
Gráfico N° 47. Flujograma Proceso de Ropa Limpia	137
Gráfico N° 48. Organigrama	147

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Idea del Negocio

Hemos nombrado al proyecto “Smart Clothes”, con este proyecto estaremos brindando un servicio de alquiler, recojo, lavado y entrega de uniformes para médicos, licenciados y enfermeros que formen parte de una organización en el rubro de la salud.

Hemos definido como consumidor final de nuestro modelo de negocio a las clínicas y centros de salud privado de Lima Metropolitana como, por ejemplo: Grupo San pablo, Clínica Internacional, entre otras. A quienes les ofrecemos básicamente el servicio de renting de uniformes para el personal de salud (enfermeros, doctores y técnicos), dentro del precio de renting se encuentran incluidos los procesos de recojo lavado y entrega de los uniformes para cada personal de salud.

Esta idea nace a partir del incremento de clínicas y medicentros en el departamento de Lima, hoy en día empresas tales como INTERCORP están apostando por un modelo de negocio abocado a la salud, se puede observar un nicho en crecimiento, esto se debe al aumento de facilidad de acceso de estos servicios gracias a los seguros EPS como Rímac y Pacífico que cada vez abarcan mayor número de usuarios, hoy en día podemos llamar negocio está siendo altamente rentable, ya que los usuarios y empresas derivan cantidades de sus ingresos para poder acceder a estos servicios, como bien es cierto los usuarios no llegan a usar el total del dinero depositado en estas entidades, esto beneficia a las aseguradas quienes pueden aumentar su rentabilidad.

Asimismo, hemos observado algunos aspectos realmente preocupantes en donde podemos brindar una solución a un problema latente e invisible “Las Bacterias”, una ropa de uso clínico, al estar en un ambiente donde la contaminación con bacterias es inminente, no pueden salir del establecimiento sin un adecuado control, así como tampoco pueden ser lavada con ropa de uso cotidiano, en la fase de observación pudimos notar que hay personal de salud sean enfermeros, técnicos e inclusive doctores que salen de estos complejos con ropa de clínica, según el último informe emitido en el mes de mayo 2019 por el New York

Times el 56% de estos uniformes contienen bacterias nocivas para la salud, pudiendo causar enfermedades tanto respiratorias como también de tipo cutáneo.

En tal motivo nuestro proyecto busca el bienestar no solo del personal médico sino también de la población en general, adicional al servicio de lavandería en la cual se busca eliminar el 99.9% de bacterias impregnadas en estos uniformes, se busca un control de estas prendas para que no salgan del recinto sin la adecuada manipulación, lo mencionado lo lograremos a través de un chip rastreador colocado estratégicamente dentro de las costuras de los uniformes, estos chips no se dañan en el proceso de lavado, tampoco son dañinos al ser humano, estos chips nos brindan un código el mismo que es leído por sensores colocados en puntos estratégicos del lugar este código se alinea a una base datos en donde tenemos por ejemplo: quien tiene asignada la prenda, cuantas lavadas tiene esa prenda, localización de la prenda, , cuando se debería realizar una renovación, adicionalmente el cliente contará con un reporte trimestral de “Control Bacteriológico” de uniformes, si bien es cierto existen batas desechables, estas son usadas con fines de intervención quirúrgica o también en lugares que no tienen acceso a una lavandería, como campañas de salud. Finalmente, al ser unos chips de tecnología de punta, nos permite realizar mejoras continuas con respecto a software y control del producto brindando a nuestro cliente un servicio detallado superando sus expectativas.

<p>Red de Aliados Clave</p> <p>- Proveedores de insumos.</p> <p>Cloro Expres.</p> <p>Quimindval Perú E.I.R.L.</p> <p>- Clientes como socios estratégicos.</p> <p>Clínica Internacional</p> <p>Grupo San Pablo</p> <p>- Colaboradores comprometidos con el modelo de negocio.</p>	<p>Actividades Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicio renting de uniformes de alta calidad. - Control, saneamiento, trazabilidad y análisis de uniformes de forma aleatoria por laboratorios certificados - Venta y Postventa, Búsqueda de nuevos clientes y soluciones de problemas efectivas a nuestros clientes. 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> - Salud y bienestar ocupacional, minimizar la posibilidad de contagio de alguna enfermedad entre los colaboradores que provoque ausentismo laboral. - Percepción de seguridad del consumidor, uniformes impecables transmiten limpieza, pulcritud y orden a los pacientes de las clínicas. - Mejora en las inspecciones de seguridad y salud ocupacional, la implementación del servicio mejoraría la calificación en las inspecciones del ministerio de Salud y Ministerio de trabajo. - Beneficio Económico - Reducción costo descanso médico, ahorro de costo de ausentismo por enfermedad. - Eliminación de compra de uniformes y gasto de lavado. 	<p>Relaciones con los Clientes</p> <p>Asistencia Personal dedicada: operario en clínica para entrega y recojo de prendas</p> <p>Asistencia personal: Representante de ventas especializado, en comunicación constante con el cliente vía telefónica, chat en línea o e-mail asegurando una relación a largo plazo.</p>	<p>Segmento de Cliente</p> <p>Empresa Clínica Privada</p> <p>Rubro salud</p> <p>Geográfico País Perú Departamento Lima. Ciudad Lima</p> <p>Tamaño 56 clínicas y centros médicos en Lima</p> <p>Consumidores de servicios Asegurados Privados y EPS</p>
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Costos fijos (Planilla, Alquiler de local, Servicios) - Costos Variables (Insumos, Transporte) 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Renting de uniformes. 		

1.2 Diagnóstico de la Idea del negocio

Previo a la toma de decisión por cual proyecto sería el más viable se realizó un macro filtro, de los proyectos que tuvimos en mente, tuvimos 5 días en la lluvia de ideas, de las cuales a través de la técnica del sí o no, pudimos separar 3 ideas de negocio principales si bien es cierto dos obtuvieron un puntaje similar de “sí”, lo sometimos a deliberación, tanto por una terna de proyectos los mismos que posteriormente se sometieron a un diagnóstico de decisión.

Tabla N° 1. Macro filtro

N°	Pregunta	Reloj Pulsera		Alimentos		Ropa Inteligente		App de huella de carbono		Clínica Mental	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿Existe la necesidad de satisfacer una necesidad?	X			X	X			X	X	
2	¿Hay mercado para el producto?	X			X	X			X		X
3	¿Hay demanda de un producto con similares características?	X		X		X			X		X
4	¿Hay el capital financiero para el proyecto?		X		X		X	X			X
5	¿Se tiene conocimiento de los productos?		X		X	X			X	X	
6	¿Es posible producir el producto?		X	X		X		X		X	
7	¿Es rentable el producto?		X		X	X			X		X
8	¿Tendremos mano de obra disponible?		X	X		X		X		X	
9	¿La tecnología la tenemos al alcance en nuestro país?		X	X		X		X		X	
10	¿Se puede cubrir el costo tecnológico?		X	X		X		X			X
11	¿Se cuenta con la actitud para el proyecto?	X			X	X			X		X
12	¿Existe competencia Directa?	X		X			X	X			X
13	¿Existe competencia indirecta?	X		X		X			X		X
Total		6		8		11		6		5	

Fuente: Elaboración propia

Luego del Macro filtro realizamos un diagnóstico de decisión, en cual usamos la terna de proyectos obtenidos de la técnica del sí o del no, a través de colocar un peso a cada variable usada para la toma de decisión, pudimos tener una mayor claridad para la toma de decisión del negocio, le dimos mucho más peso al conocimiento ya que tenemos la seguridad que para que un proyecto tenga éxito se debe tener el conocimiento del producto que se va a producir y vender, quien más que nosotros que debemos saber que estamos produciendo porque lo estamos haciendo y cuáles son los objetivos que estamos persiguiendo.

Finalmente obtuvimos que la ropa de inteligente era el proyecto con mayor viabilidad, y que por la forma cómo vamos a ofrecerlo a los clientes tendrá la mayor aceptación en el actual mercado peruano.

Tabla N° 2. Diagnóstico de decisión

Diagnóstico de Decisión							
Variable	Peso	Reloj pulsera Localizador		Ropa Inteligente		Alimentours	
Conocimiento	30%	0	0	4	1.2	2	0.6
capacidad Financiera	20%	3	0.6	4	0.8	2	0.4
Costo / Precio	20%	1	0.2	4	0.8	1	0.2
durabilidad	10%	2	0.2	3	0.3	3	0.3
Seguridad	10%	2	0.2	4	0.4	3	0.3
Innovador	10%	2	0.2	3	0.3	2	0.2
Total	100%	1.4		3.8		2	

Fuente: Elaboración propia

1.3 Justificación del plan de negocio (análisis de la oportunidad)

Demanda Potencial:

Actualmente las empresas en el rubro de la salud específicamente las clínicas y centros de salud, viene en crecimiento, en Lima contamos con 56 clínicas y centros salud, en donde pueden llegar a laborar alrededor de 300 colaboradores por cada centro, dependiendo del tamaño de la misma, entre médicos, técnicos y enfermeros.

Oferta:

Las empresas que prestan un servicio similar al propuesto en la idea de negocio son lavanderías de tipo industrial, realizan el recojo y entrega de prendas, no cuentan con el renting de uniformes personalizados y el cobro que realizan es según el peso que genera las prendas a lavar, no garantizan la inocuidad de las prendas entregadas en cuanto a microbios o bacterias.

En la idea de negocio proponemos un servicio personalizado, en donde cada colaborador tiene su propia prenda, el servicio de recojo y entrega cuenta con los procesos adecuados, garantizando al cliente la entrega de uniformes libres de microbios y bacterias, a través de reportes de análisis aleatorios a los uniformes en laboratorios certificados.

Recursos y Habilidades:

Para llevar a cabo la idea de negocio vamos a necesitar capital económico para la inversión inicial, el cual será proporcionado por los integrantes del proyecto, para la compra de maquinarias y equipos, así como el alquiler el bien inmueble.

Los integrantes del proyecto contamos con conocimientos que contribuyen al proyecto escogido, para garantizar el éxito de la operación.

Tiffany Romero:

Experiencia laboral en lavandería industrial bajo el cargo de Asistente administrativo por 2 años y actualmente desempeñándose como jefa de Recursos humanos en el mismo rubro.

Juan Escobedo:

Desempeño en el sector retail por 8 años, en gerencias de abastecimiento, actualmente en el cargo de Gestor de Abastecimiento de la cadena retail Cencosud S.A.

Berna Vilchez:

Experiencia laboral en colegio Trilce bajo cargo de asistente de marketing por 2 años, actualmente desempeñándose como analista Jr. en la Gerencia de Marketing en una importante cadena retail en el rubro de educación.

Tenemos un proyecto con una propuesta interesante e innovadora, después de las reuniones con expertos en el tema, nos indican que es un proyecto importante para salvaguardar la salud tanto de los pacientes como del personal médico.

Los últimos acontecimientos mundiales nos refuerzan la conciencia de responsabilidad con el cuidado de la salud, asimismo como una enfermedad viral se vuelve pandemia por una mala manipulación de los objetos como son los uniformes o una mala higiene de manos y rostro.

Este último punto nos lleva al reporte emitido por el “New York Times” en cual nos informa un gran porcentaje de batas médicas análisis arrojaron bacterias resistentes inclusive a los antibióticos hoy en día existentes, estas bacterias podrían ocasionar en algunos casos la tuberculosis e infecciones de tipo aérea.

Desde ese entonces ya estábamos advertidos que alguna pandemia podría ocurrir en alguna parte del mundo en este caso se originó en Wuhan, esparciendo la gripe coronavirus por el resto del mundo.

Hemos realizado dos entrevistas para poder analizar la oportunidad que tenemos con respecto a nuestra idea negocio.

Samuel Espinoza (jefe de Logística- empresa de fabricación y distribución de perfumes y artículos químicos de limpieza):

El señor Samuel por razones de protocolos empresariales nos brindó la entrevista y poder grabarla, pero nos indicó que, por favor, no indicaran el nombre de su empresa, es relativamente mediana distribuye artículos de tocador a Supermercados Peruanos y Cencosud.

Se concretó una entrevista con el señor Samuel, ya que, por averiguación en diferentes canales, obtuvimos la información que esta empresa usaba un sistema de geolocalización de personas, este sistema lo realizaba a través del celular, si bien es cierto el producto no es el mismo el cual tenemos en proyecto, pero si se acerca bastante a lo que vamos a llevar a cabo. El señor nos indica los principales problemas que afronta con este sistema, y se trata de algunos casos reportados en los que los colaboradores al tener amigos con la misma ruta solían prestarse los celulares para que ellos puedan realizar asuntos personales ajenos a la

empresa, este tipo de casos se presenta debido a que son mercaderías y tienen una hoja de ruta la que misma que se establece de manera semanal.

Le comentamos de una manera escueta, del proyecto, le gustó la idea ya que de esa forma tendrían mayor seguridad y confiabilidad de que la información brindada por el GPS tiene una mayor veracidad, ya que no es posible que se puedan intercambiar la ropa entre mercaderías, lamentablemente aún no tenemos los costos exactos, pero nos propuso que se lo presentemos cuando lo tengamos terminado.

Asimismo, se le consultó con respecto a las libertas y derechos laborales de los colaboradores, nos indicó lo que previamente habíamos investigado, y es que la empresa tiene todo el derecho de controlar a sus colaboradores, siempre y cuando estos sean notificados e informados de dicho proceso, solo en horario laboral.

Jaime Eloy (Profesor IPAE – Experto en Tecnología):

Se mantuvo una conversación con el profesor de IPAE Jaime Eloy, ya que se necesitaba saber qué tan viable sería la idea de colocar chips dentro de la ropa, nos indicó un punto muy importante el mismo que no había sido tomado en cuenta, ya que al colocar un chip rastreador se tendría que contar con una línea telefónica, esta acción subiría radicalmente los costos de adquisición.

En un momento de una pequeña lluvia de ideas salió el tema de los chips con radio frecuencia, ya teníamos conocimiento que estos chips son de bajo costo, son más maleables que los anteriores y pueden cargar una pequeña cantidad de información, el profesor Jaime nos indicó que podíamos trabajar con RFID de esta manera podríamos abaratar costos y contar con el control deseado en las prendas de vestir, asimismo podemos contar con una base datos que nos brinde información de la prenda usada.

En conclusión, tuvimos un pequeño cambio en la idea inicial del proyecto, manteniendo la idea inicial de la ropa inteligente, pero bajo un sistema más económico y más maleable que el anterior.

Para finalizar una vez teniendo la idea más clara se realizó en grupo un árbol de problemas que nos ayude a definir aún más la idea de negocio.

Gráfico N° 1. Árbol del Problema



Fuente: Elaboración propia

¿QUE SABEMOS SOBRE EL TEMA?:

Se ha investigado acerca del tema, revisando investigaciones sobre bacterias que puedan tener los uniformes, según el informe del new york times del 2 de mayo del 2019 El 16 por ciento de las batas blancas dieron positivo para el SARM el 42 por ciento para las bacterias de la clase gramnegativos, este informe nos brinda la oportunidad de poder ofrecer uniformes libres de bacterias a un 99.9%, esta información la obtendremos gracias al estudio de "Control Bacteriológico" brindado por la universidad San Marcos.

SARM significa Staphylococcus, Aureus Resistente a la Meticilina, un tipo de bacteria potencialmente peligrosa que es resistente a ciertos antibióticos y puede causar infecciones de la piel y de otro tipo. Al igual que con todas las infecciones regulares por estafilococo, reconocer los signos y recibir tratamiento para las infecciones de la piel por SARM en las primeras etapas reduce las posibilidades de convertirse en una infección grave.

El SARM se propaga mediante:

- El contacto directo con la infección de otra persona
- El intercambio de objetos personales, tales como toallas o máquinas de afeitar, que hayan tocado la piel infectada
- El contacto con superficies o elementos, uniformes, contaminadas con el SARM.

¿Cuál es el entorno del reto?:

El entorno en donde planeamos entrar para poder empezar en el sector salud, se ha visto una oportunidad en la cual se puede aprovechar, dándole una propuesta de valor en donde la calidad será un factor determinante.

¿Qué tecnología podría ayudarnos a este reto?:

El primer proceso de lavado se trata de un caldero el cual elimina las bacterias luego de dicho proceso inicia el lavado junto con todos los químicos los cuales son amables con el medio ambiente esto nos dará como resultado prendas con una eliminación de un 99.9% de bacterias.

¿Qué propuestas anteriores se han implementado con el mismo objetivo?:

Las propuestas anteriores tienen como objetivo ser implementadas en la propuesta de negocio, estas actividades ayudarán para evitar la propagación de enfermedades.

¿Qué conocemos mejor como equipo: las necesidades, las posibilidades tecnológicas o el modo de implementar ideas?:

Como equipo conocemos la necesidad de mejorar la calidad de vida de las personas, tenemos la tecnología al alcance de nosotros hemos realizado entrevistas a expertos y aun no tenemos una respuesta negativa es más nos indican que el índice de error es de 1 vez cada 2 meses, el modo de implementar las ideas depende del Gantt que realizaremos para poder sacar adelante la idea de negocio.

¿Qué No Sabemos Sobre El Tema?:

Al ser un modelo de negocio nuevo no tenemos experiencia en comparación a nuestros competidores con respecto a distribución y procesos, estos conocimientos los iremos fortaleciendo a lo largo del tiempo.

¿Qué Hacen, ¿Dicen, Piensan O Sienten Los Usuarios?:

- Por el momento solo contamos con una entrevista de un gerente de sistemas de una empresa comercializadora de perfumes, la cual emplea un GPS en sus trabajadores a través del teléfono esto nos indica que los trabajadores de campo pueden salir del control ya que es un accesorio el cual pueden dejar de lado.
- Asimismo, cuentan con operarios lo cual nos indica que al trabajar con químicos es necesario que tengan uniformes limpios y libres de bacterias nos dio una buena pro que el proyecto sería bastante factible en su empresa.

¿Cómo valoran lo que se les ofrece y los problemas?:

Nos ofrece bastante asequibilidad con el proyecto ya que son temas que son exigidos por las entidades que realizan las fiscalizaciones en cuanto a calidad y salubridad.

¿Cuáles pueden ser las futuras necesidades?:

Las futuras necesidades será el control de las prendas para que nos aseguren las cantidades mínimas de contaminación, este control se realiza a través de análisis realizados por institutos especializados

¿Cuáles son los retos para la implementación de las ideas?:

El reto principal es el tema económico, el segundo reto es la presentación a las clínicas ya que actualmente un porcentaje alto que cuentan con lavanderías propias, así como también la competencia de lavanderías con servicios delivery.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE NEGOCIO

2.1 Análisis Microentorno

Gráfico N° 2. Análisis Microentorno

<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #fce4d6;">Nuevos Competidores (Alta)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0f2f1;">Los permisos son accesibles y la inversión en el negocio es media.</td> </tr> </table>			Nuevos Competidores (Alta)	Los permisos son accesibles y la inversión en el negocio es media.				
Nuevos Competidores (Alta)								
Los permisos son accesibles y la inversión en el negocio es media.								
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #fce4d6;">Proveedores (Baja)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0f2f1;">El poder de los proveedores es bajo porque la oferta de insumos es amplia.</td> </tr> </table>	Proveedores (Baja)	El poder de los proveedores es bajo porque la oferta de insumos es amplia.	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #fce4d6;">Competidores (Alta)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0f2f1;">La rivalidad se basa en precios y propuestas innovadoras de lavanderías industriales.</td> </tr> </table>	Competidores (Alta)	La rivalidad se basa en precios y propuestas innovadoras de lavanderías industriales.	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #fce4d6;">Clientes (Alta)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0f2f1;">El poder es alto ya que es sensible a los precios de los competidores del mercado</td> </tr> </table>	Clientes (Alta)	El poder es alto ya que es sensible a los precios de los competidores del mercado
Proveedores (Baja)								
El poder de los proveedores es bajo porque la oferta de insumos es amplia.								
Competidores (Alta)								
La rivalidad se basa en precios y propuestas innovadoras de lavanderías industriales.								
Clientes (Alta)								
El poder es alto ya que es sensible a los precios de los competidores del mercado								
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #fce4d6;">Productos Sustitutos (Medio)</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0f2f1;">Consideramos un poder medio por los accesorios descartables que se vienen incrementando en el mercado.</td> </tr> </table>			Productos Sustitutos (Medio)	Consideramos un poder medio por los accesorios descartables que se vienen incrementando en el mercado.				
Productos Sustitutos (Medio)								
Consideramos un poder medio por los accesorios descartables que se vienen incrementando en el mercado.								

Fuente: Elaboración propia

Competidores (Alto):

➤ **COMPETIDORES DIRECTOS:**

Consideramos un nivel alto con los competidores ya que en el mercado peruano existe una guerra de precios, así como también una cercanía al cliente.

En relación al precio tenemos lavanderías industriales que manejan bajos costos y por consiguiente pueden ofrecer precios y ofertas atractivas para el cliente, son empresas constituidas con años en el mercado que incluso cuentan con contratos con entidades del estado.

Por otro lado tenemos la cercanía al cliente, aquellas lavanderías que se cuentan con locales muy cerca a sus clientes y ofrecen un valor agregado de recojo y entrega al punto que el cliente lo solicite.

Finalmente, podemos concluir que prevalece una diferenciación en costos, existe una gran variedad de empresas que tratan de sobresalir ofreciendo precios bajos, hemos identificamos uno de nuestros potenciales competidores directos junto con los servicios que ofrecen.

LAVANDERÍA INDUSTRIAL WASH:

Es una empresa que se dedica al lavado especializado de prendas hospitalarias, clínicas, comerciales e industriales. Vienen operando desde el año 1992, el mismo en el que se fundó la empresa. Ocupa una posición de liderazgo en la industria peruana de lavanderías industriales, debido a que día a día se ha ido perfeccionando cada uno de sus procesos operativos y capacitando a su personal para así poder ofrecerle un óptimo servicio a sus clientes.

PERSONAL OPERATIVO:

Cuenta con 150 colaboradores, cada uno capacitado y preparado constantemente para desempeñarse de la mejor manera en el área en que labore y estar al tanto de las últimas innovaciones. Además, están dotados con todos los implementos y equipamiento necesarios para garantizar la salubridad e higiene de sus prendas, así como también la seguridad de estos.

INSUMOS:

Utilizan tanto insumos nacionales como internacionales de alto prestigio, que a lo largo de nuestra experiencia en esta industria, han demostrado ser eficaces y a la vez suaves con sus prendas, por lo que tenemos la capacidad de darle una mayor vida útil a estas, manteniéndolas siempre como nuevas.

PRUEBA DE SERVICIO:

Consta de un día de servicio totalmente gratuito, implementando toda nuestra logística desde el momento en el que recogemos sus prendas, hasta que estas se entregan dentro de las instalaciones de sus clientes. De modo que puedan demostrar a sus clientes la calidad de sus servicios.

SERVICIOS DE DELIVERY:

Cuentan con 15 vehículos totalmente acondicionados para el transporte de sus prendas, con una capacidad de carga de 2 toneladas c/u. Se respeta siempre las fechas y horarios pactados con nuestros clientes para la entrega y el recojo de su ropa. El servicio de delivery es totalmente gratuito.

Ubicación : Calle Jorge Salazar 125 - Urb. Santa Catalina - Lima 13

Teléfonos : 01 - 225 - 1125

Correo : <http://www.industrialwash.com.pe/>

Horario de atención : Lunes - Viernes de 9:00 a.m. a 6:00 p.m.

Gráfico N° 3. Lavandería Industrial WASH



Fuente: Google

PRODUCTOS SUSTITUTOS (Medio)

Consideramos a los productos sustitutos como medio ya que en los últimos años los materiales y accesorios tales como: batas médicas, gorros, cubre calzado, mascarillas, etc. Se viene incrementando para mejorar la higiene en las clínicas.

Los proveedores en este rubro se preocupan cada vez más en innovar con estas indumentarias, si contamos que podemos tener cada vez más proveedores de estas indumentarias la oferta puede ser mayor a la demanda y los precios podrían bajar, por consiguiente, el cliente podría optar por usar esta indumentaria antes que una reutilizable.

Identificamos un proveedor de estas indumentarias para analizar los productos que ofrece.

UTILITARIOS MÉDICOS S.A.C.:

Es una empresa peruana que inició su actividad el 14 diciembre 1998, desde que importa y comercializa dispositivos médicos en apoyo a la mejora de la calidad de vida de las personas. Están dedicados al equipamiento y abastecimiento de material médico a instituciones y centros de salud públicos y privados.

Nuestros almacenes cuentan con toda la seguridad necesaria para el buen cuidado de nuestros productos. Asimismo, cumplen con los requisitos de las Buenas Prácticas de Almacenamiento (BPA), lo que nos permite garantizar el mantenimiento de las características y propiedades de los productos.

PROCESOS:

UTILITARIOS MÉDICOS S.A.C está sustentada en el enfoque de procesos. Todos sus colaboradores realizan en conjunto actividades mutuamente relacionadas para obtener un resultado eficiente en la Comercialización y Administración, dando origen a un sistema basado en la eficacia y eficiencia empresarial, siendo su fin primordial el Servicio al Cliente, convirtiéndonos en los mejores asociados a la Salud.

Sus marcas son categóricamente reconocidas por cumplir los estándares de calidad y buenas prácticas de manufactura.

Tabla N° 3. Ropa médica descartable

ROPA MÉDICA DESCARTABLE			
<i>PRODUCTOS DE DISTRIBUCIÓN</i>			
PRODUCTO	CARACTERÍSTICA	MEDIDA	MARCA
Chaqueta Descartable	Aséptica	Talla L, M y S	INMED
Bata Descartable	Aséptico / Estéril	talla L y M	INMED
Mandil Descartable	Estéril	Talla XL, L, M y S	INMED
Mandil Descartable	Aséptico	Talla XL, L, M y S	INMED
Pantalón Descartable	Aséptico	Talla L, M y S	INMED
Sábana Descartable	Estéril	1 ½ plaza	INMED

Fuente: Google

Correo : <http://www.utilitariosmedicos.com>
 Ubicación : Jr. los Hornos Nro. 270 Dpto. 2 piso Int. 108
 Teléfono : 01 5228618

Proveedores (Baja):

A nivel de proveedores hemos considerado un nivel bajo ya que encontramos en el mercado peruano una gran variedad de proveedores que nos puedan brindar lo que necesitamos para poder realizar nuestras operaciones.

En relación a Insumos de limpieza contamos con productos nacionales e importados que podemos conseguir en el mercado teniendo una amplia accesibilidad a ellos, debemos tener en cuenta que en relación a este tipo de insumos se pueden comprar a manera de escala,

al ser la mayoría productores podemos realizar compras grandes para bajar los costos de adquisición.

Con respecto a la maquinaria a usar, así como su mantenimiento, si bien es cierto no tenemos una amplia variedad de empresas que fabriquen en el país, tenemos distribuidores que cuentan con su propio servicio técnico que nos brindaran la seguridad de un mantenimiento de maquinaria óptimo.

Algunos potenciales proveedores identificados son los siguientes:

➤ **QUIMÍNDVAL PERÚ E.I.R.L:**

RUC: 20211040352. **Ubicación:** Av. Bolívar 727 Of. 1222 - Breña.

Es una empresa que ofrece distintos productos químicos industriales, como sales y quiva entre otros, con tiempo de entrega de 10 días como máximo una vez recibida la orden de compra y enviándolos al lugar de entrega correspondiente con un formato de pago de 30 días.

➤ **COLORO EXPRES**

RUC 20430043952. **Ubicación:** Av. la Paz Lote 41 - Huachipa

Empresa con más de 20 años de experiencia en el sector químico, tratamiento de agua para piscina, acuicultura minería, textil como lavanderías, hospitalarias, tintorerías, entre otros.

En cuanto a los pedidos son despachados a las 24 horas emitida la orden de compra y es posible contar con un crédito de hasta 30 días luego de recibida la mercadería.

Cientes (Alta):

Considerando la amplia variedad de opciones con respecto a servicios, precios y preferencias que cuenta el mercado peruano en el rubro de las lavanderías, el poder de negociación de los clientes es realmente alto.

Debemos considerar que al ser clínicas cuentan con parámetros y estándares de calidad bastante elevados, así como también estas entidades cuentan con contratos vigentes con las empresas que le brindan el servicio de lavado, para poder ingresar a contratar con ellos en la mayoría de los casos debemos participar en las convocatorias que ellas realicen para poder ofrecer nuestra propuesta y sea aceptada.

Algunos de nuestros potenciales clientes en donde podríamos realizar el servicio serían las siguientes:

➤ CLÍNICA INTERNACIONAL:

Clínica Internacional inicia sus actividades el 29 de mayo de 1959 por iniciativa de la Compañía Internacional de Seguros del Perú, cuenta con 03 Clínicas, situadas en Lima, San Borja y surco, también cuenta con 04 Medicentros situadas en san isidro, colmena, Santa Anita, y bellavista.

Dirección : Av. Paso de Los Andes 923, Pueblo Libre 15084

Teléfono : (01) 619 6161

Correo : <https://www.clinicainternacional.com.pe/>

Gráfico N° 4. Clínica Internacional



Fuente: Google

➤ **GRUPO SAN PABLO:**

Inicia sus actividades desde 1991 a brindar una atención segura y de calidad. Cuentan con más de 50 especialidades médicas y un staff de profesionales en salud cuenta con más de 1050 médicos a los servicios. Sus servicios de atención ambulatoria, hospitalización y emergencia las 24 horas y los 365 días del año, cuenta con más de 7 clínicas privadas.

- Clínica San Pablo Surco
- Clínica San Gabriel
- Clínica Jesús del Norte
- Clínica Santa María del Sur
- Clínica San Juan Bautista

Teléfonos : (+511) 610-3333
Ubicación : Av. Manuel Olgúin 929, Surco.
Correo : <http://www.sanpablosalud.com.pe>

Gráfico N° 5. Grupo San Pablo



Fuente: Google

➤ CLÍNICA STELLA MARIS:

Clínica Stella Maris, inicia sus actividades en el año 1952, es una Institución Católica de salud, promovida por la Congregación Misioneras del Sagrado Corazón de Jesús; es reconocida por su experiencia y calidad puesta al servicio de la comunidad, para la recuperación y cuidado de la salud, cuenta con más de 35 especialidades y con más de 200 médicos al su servicio para brindar la mejor atención y calidad de servicio para nuestros pacientes.

Teléfonos : (+511) 610-3333
Ubicación : Av. Paso de los andes 923, pueblo libre, Lima-Perú
Correo : <http://www.stellamaris.com.pe>

Gráfico N° 6. Stella Maris



Fuente: Google

Nuevos Competidores (Alta)

En relación a los nuevos competidores o las también llamadas las barreras de entrada que pueda tener el rubro de las lavanderías es realmente bajo, en lo que respecta a permisos o aspectos legales no hay impedimentos especiales que algún empresario pueda incursionar en el negocio.

En tal sentido hemos considerado a los nuevos competidores como alta por las pocas barreras de entrada que tienen en el sector, así como la baja inversión que este implica, todo va depender del tipo de servicio que se desea brindar, el tamaño del mercado que se desea abarcar, y la calidad que se ofrece.

Análisis Microentorno:

A Nivel de competidores es alta ya que tenemos a lavandería “Wash” bien posicionada con una trayectoria en el mercado, así como también con la Logística adecuada para poder recoger, procesar y entregar grandes cantidades de ropa, en cuanto a los productos sustitutos lo consideramos medio, el utilitario medico descartable es también usado en clínicas, son materiales que cada vez se ven más implementados en las clínicas para brindarle mayor salubridad en los centros de salud, en relación a los proveedor lo consideramos bajo ya que tenemos en el mercado una amplia variedad, en tal sentido podemos rescatar que si tenemos el caso de algún desabastecimiento de alguno de ellos podemos recurrir a otro para

poder cubrir nuestra necesidad, la oferta es variada para la demanda. Tenemos en alta los clientes, como nos estamos centrando en el rubro hospitalario, tenemos una amplia cantidad de clínicas en el departamento de Lima, tengamos en cuenta que las exigencias de los usuarios de las mismas cada vez son más altas, y nosotros podemos terciar el servicio de lavado para que las clínicas se puedan centrar en su core business que es curar a sus pacientes, Finalmente los nuevos competidores los mantendremos como alta ya que al ser un modelo de servicio nuevo en el mercado siempre es imitable y emergen nuevos competidores o caso contrario las lavanderías existentes pueden realizar una mejora en función a nuestro servicio.

2.2 Análisis Macroentorno

Demográfico:

Según el último estudio del INEI, el Perú al 30 de junio de año 2020 alcanza los 32 millones 625 mil 948 habitantes y se prevé que empiece a decrecer en aproximadamente 41 años, del total de la población peruana, 16 millones 190 mil 895 corresponde a población masculina y 16 millones 435 mil 53 a población femenina, correspondiendo una relación de masculinidad de 99 hombres por cada 100 mujeres.

Asimismo, se estima que durante este año nacerán 567 mil 512 personas y fallecerán 192 mil 215, que equivale a un incremento natural (vegetativo) de 11,5 por cada mil habitantes. El saldo neto migratorio arroja una ganancia de 57 mil 446 personas, por lo que finalmente en dicho año la población aumentará en 432 mil 743 personas, que representa una tasa de crecimiento total de 15 por cada mil personas.

En las últimas tres décadas, la esperanza de vida de la población peruana ha aumentado en cerca de 11 años, por lo que, de mantenerse constantes las condiciones de mortalidad del año 2020, los peruanos y peruanas vivirán, en promedio, 76,9 años (74,1 años los hombres y 79,5 las mujeres). Este indicador se modifica en función de las condiciones predominantes de mortalidad, las cuales provocan aumentos o disminuciones en el riesgo de morir.

La Asociación Peruana de Empresas De Inteligencia De Mercados “APEIM”, nos indica que en el Perú existen cinco niveles socioeconómicos definidos por los segmentos A, B, C, D y E. En el caso de Lima Metropolitana, según el APEIM, el mayor porcentaje de la

población se encuentran concentrados en el NSE D, C y B, los cuales representan un total de 90.1% de la población, nuestro proyecto está orientado al personal de salud el mismo que según el Informe del MINSA los trabajadores de salud Representan el 1.08% de la población en Lima dentro del análisis aproximadamente 41% de trabaja en el sector privado.

Conclusión

Nuestro proyecto se encuentra enfocado en el sector salud el mismo que representa el 1.08% de la población total en Lima Metropolitana esto representa aproximadamente 111 189 personas, según dato 45,587 laboran en el sector privado.

Informes Datos APEIM:

<http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/11/APEIM-NSE-2018.pdf>

Informe Crecimiento de la población INEI:

https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1671/Libro.pdf

https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf

Económico:

Balanza comercial importados:

Según la información obtenida del reporte de inflación de junio 2020 por parte del banco Central De reserva del Perú, en el primer trimestre las importaciones totalizaron US\$ 9 176 millones, menores en 8,0 por ciento con respecto a igual período de 2019, en un contexto de contracción de la demanda interna y de reducción significativa del precio del petróleo. Los volúmenes importados disminuyeron (5,5 por ciento), por las menores adquisiciones de bienes de consumo (7,6 por ciento), siguiendo la reducción de los ingresos y del empleo formal; y de bienes de capital excluyendo materiales de construcción (-8,0 por ciento), siguiendo la reducción de la inversión privada. Por su parte, el precio de las importaciones de insumos se contrajo en 2,6 por ciento (petróleo y derivados -8,5 por ciento), como reflejo de la reducción internacional del precio del petróleo a mínimos históricos. En abril de 2020 las importaciones cayeron 33 por ciento, lo que acentuó la tendencia observada en el primer trimestre.

Se espera que desde julio las importaciones se eleven gradualmente siguiendo la recuperación de la demanda interna, aunque la evolución del primer semestre influirá en el resultado del año. La reducción de las importaciones en 2020 se explicaría por la contracción de la demanda interna y la reducción de los precios del petróleo. Por el contrario, para 2021, el crecimiento de las importaciones estaría en línea con la proyección de recuperación de la demanda interna y de los precios del petróleo.

Inflación:

Nos informa el Banco Central de Reserva del Perú que la tasa de inflación anual del IPC se redujo de 1,90 por ciento al mes de febrero, a 1,78 por ciento al mes de mayo. Esta disminución fue más pronunciada en el componente subyacente de la inflación (IPC que excluye alimentos y energía), que pasó de 2,34 por ciento en febrero a 1,86 por ciento en mayo. Las medidas de inmovilización social decretadas desde mediados de marzo, y la consecuente menor actividad productiva, dieron lugar a una disminución de los ingresos y a una menor presión de la demanda sobre los precios. En general, la tasa de crecimiento anual del IPC así como de todos los indicadores tendenciales de inflación se ubicaron en el tramo inferior del rango meta.

Se proyecta que la inflación anual se reduzca en los siguientes meses por los choques negativos de demanda, ubicándose por debajo del límite inferior del rango meta a fines de 2020. El menor consumo continuaría presionando los precios a la baja, así como los menores precios de insumos alimenticios importados. A esto se suma los precios a la baja de las cotizaciones internacionales del petróleo en los últimos meses.

Partidas arancelarias:

Según el portal de SUNAT, los chips que comercializaremos están comprendidos en la subpartida nacional 8542.31.00.00 en donde el impuesto general a la venta es de 16% el impuesto de promoción municipal es del 2%, no presenta impuesto selectivo al consumo tampoco derechos específicos ni derechos Antidumping, si cuenta con un seguro de 1.75%, pero sin sobre tasa con una unidad de medida como UN.

Servicio sanitario:

El Perú cuenta con un sistema de atención sanitaria descentralizado, administrado por cinco entidades: el Ministerio de Salud (MINSA), que ofrece servicios de salud para el 60% de la población; *EsSalud*, que cubre el 30% de la población; y las Fuerzas Armadas (FFAA), la Policía Nacional (PNP), y el sector privado, que proporcionan servicios sanitarios al 10% restante.

El sector o subsistema privado está constituido por diversas IPRESS lucrativas y no lucrativas, de menor a mayor complejidad, distribuidas en todo el territorio nacional, pero con alta concentración en Lima Metropolitana y otras ciudades. Este sector brinda prestaciones de salud a población con capacidad de pago a través de seguros privados de salud ofrecidos por Instituciones Administradoras de Fondos de Aseguramiento en Salud (IAFAS), y población sin capacidad de pago en servicios de salud de instituciones eclesiásticas y otras sin fines de lucro.

Tipo de cambio:

Según informes del BCRP, el Perú es uno de los pocos países en donde su moneda aún no se devalúa, permitiendo conservar un tipo de cambio estable, según su informe esta tendencia se podría mantener a través de la intervención del Banco Central de Reserva del Perú, según expertos aún queda la posibilidad de un alza repentina por los sucesos que el mundo atraviesa.

El tipo de cambio venta interbancario cerró en S/ 3,50 por dólar el 17 de junio, mayor en 2,0 por ciento en comparación a la cotización de fines de mayo, acumulando una depreciación de 5,6 por ciento en lo que va del año.

PBI:

En el tercer trimestre del 2019, el PBI acumuló un crecimiento de 2,1% y en términos anualizados fue de 2,8%. Según el informe técnico Comportamiento de la Economía Peruana en el tercer trimestre, la actividad económica se desarrolló en un entorno internacional caracterizado por un menor dinamismo en el crecimiento mundial, afectado entre otros factores por las tensiones comerciales entre Estados Unidos y China, un bajo ritmo de crecimiento de la productividad y de la producción industrial principalmente en las economías avanzadas, reportó el INEI.

Si el PBI de China cae 1%, las expectativas de inversión en una medición del 1 al 100 bajarían 6,5 puntos en el Perú.

Esperamos que la economía peruana repunte este año creciendo 3%, por encima del promedio de la región, y que siga acelerándose a un ritmo de 3,5% en el 2021. En el caso de Perú, el principal riesgo sería que la inversión, tanto privada como pública, no se concrete ya sea por choques a la confianza empresarial o baja ejecución del gobierno.

La calificación de A3 de Perú mantiene una perspectiva estable apoyada por un crecimiento económico moderado y disciplina fiscal que posiciona a Perú como uno de los países de la región con mayor fortaleza y espacio fiscal.

Informe Perú-Retail económico:

<https://www.peru-retail.com/peru-pbi-tercer-trimestre-2019/>

<https://elcomercio.pe/economia/peru/coronavirus-por-que-afecta-al-precio-del-cobre-y-como-podria-impactar-en-la-economia-peruana-china-metales-lme-noticia/?ref=ecr>

<https://elcomercio.pe/economia/peru/moodys-que-senala-la-agencia-sobre-la-situacion-crediticia-del-peru-y-el-crecimiento-economico-economia-peruana-america-latina-noticia/?ref=ecr>

<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=8542310000>

<https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html>

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020.pdf>

https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/arancel_aduanas_2017.pdf

https://www.dge.gob.pe/portal/docs/asis/Asis_peru19.pdf

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/resumen-informativo-2020-06-18.pdf>

Conclusión:

Como observamos la economía peruana no pasado por un buen momento el 2019 ya que se esperaba un crecimiento superior dado a los escenarios internacionales como el conflicto entre EE.UU y china dio como un resultado menor dinamismo en la economía mundial así como la aparición de un nuevo virus el coronavirus de Wuhan el cual está trayendo como primeros indicios el movimiento de variables como el tipo de cambio del

dólar cuyo valor incremento frente al sol peruano pero, se estabilizo en S/ 3.50. Pero a pesar de estos escenarios internacionales se espera un crecimiento económico de 3%, por encima del promedio de la región, y que siga acelerándose a un ritmo de 3,5% así como el mantener La calificación de A3 de Perú mantiene una perspectiva estable apoyada por un crecimiento económico moderado y disciplina fiscal que posiciona a Perú como uno de los países de la región con mayor fortaleza y espacio fiscal.

Socio Cultural:

Cada año, según la ONG Contribuyentes por Respeto (CpR), los peruanos destinan, en promedio, unos US\$207 dólares para gastos de salud. Cifra que se encuentra por encima de lo que invierten los ciudadanos chilenos (US\$64), estadounidenses (US\$55) y colombianos (US\$29), pero por debajo de los niveles de Italia (US\$537), España (US\$279) y Brasil (US\$238).

“En el Perú ocurre algo inaudito. Dado que el sistema –en especial el estatal– no es eficiente, las familias tienen que destinar más dinero de sus bolsillos para tratarse de alguna enfermedad”

El Perú ocupa el primer lugar en América Latina en el ranking de los países con mejor reputación en el mundo, según la consultora Reputación Instituto, líder global en el desarrollo de herramientas para medir y gestionar este bien.

El análisis de la consultora es relevante para el Perú teniendo en cuenta el complicado contexto político y social que viven muchas naciones de América Latina.

Moody's, por su parte, manifestó que el panorama peruano es “estable” en contraposición al de otras naciones de la región, considerado negativo por su débil crecimiento económico y complicado contexto interno.

Con una buena reputación en el mundo, condiciones políticas estables y un potencial económico expectante, toca al Gobierno del Perú trabajar para incentivar el arribo a nuestro país de las inversiones necesarias para fomentar el crecimiento.

Informe diario el peruano:

<https://elperuano.pe/noticia-buenas-noticias-para-peru-85708.aspx>

<https://peru21.pe/economia/salud-peruanos-gastan-promedio-us-207-salud-382684-noticia/>

Conclusión:

A nivel socio- cultural el Perú es bien visto por el resto de países, es así que en los últimos años las clases sociales se han estado moviendo ocupando posiciones posteriores como por ejemplo tenemos un porcentaje de población que de estar en una clase media ahora los tenemos en una clase alta, con mayor poder adquisitivo, este mismo fenómeno lo tenemos en los distritos de lima, que hoy día han desplazado en poder adquisitivo a Miraflores o San Isidro, Estas personas gastan cada vez mas en su salud accediendo al sistema privado por las deficiencias que tiene el sistema estatal, este fenómeno es favorable para el modelo de negocio que estamos proponiendo ya que nos abre las posibilidades de ingresar a mas distritos con altos niveles de poder adquisitivo.

Político:

Después de la disolución del congreso, el Perú paso por una ligera incertidumbre al que sucedería, diferentes analistas politos dieron su opinión acerca del tema, pero, a pesar que el impacto de una disolución de un poder del estado y todos los problemas que estos acarrear la economía, e inflación del Perú se ha mantenido estable, no estamos siendo alertados por algún cambio trascendental que pueda ocurrir,

Jonathan Castro Caja huanca es reportero político y de investigación. Actualmente trabaja en el diario El Comercio de Perú.

Informe internacional del Washington Post:

<https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2019/10/01/per-tiene-dos-presidentes-y-una-crisis-politica-que-era-inevitable/>

Conclusión:

Si bien es cierto hubo una conmoción social por el tema del congreso y se especuló por las muchas cosas que podrían suceder a partir de este suceso, las cosas no cambiaron tanto para las inversiones como para los empresarios en tal motivo después de analizar la situación política no tendríamos mayor problema en colocar el negocio, el tipo de moneda no ha cambiado así como tampoco ha sufrido una devaluación de la misma las leyes siguen

siendo las mismas, claro está esperamos un nuevo congreso en este año 2020, los expertos nos indican un clima de continuidad, no se están encendiendo las alarmas pero si se recomienda cierta cautela, nuestro modelo de negocio deberá seguir evaluando por posibles cambios en alguna ley que atente directamente al rubro en el que estamos pero son pocas las posibilidades que esta situación se pueda dar.

Tecnología:

Nivel Mundial:

China parece ser el país con una apuesta más ambiciosa y decidida por la Inteligencia Artificial. Además, se trata de un país comunista con una relevancia extraordinaria del sector público. En Julio de 2017 hizo público un plan llamado *A next Generation Artificial Intelligence Development Plan*. Este plan tiene tres fases: Para 2020 planean conseguir estar al mismo nivel que sus competidores. En 2025, el objetivo es liderar mundialmente algunos aspectos de la IA, y finalmente, convertirse en el líder mundial de la Inteligencia Artificial en el mundo en 2030. Las autoridades chinas pretenden que para 2030 el valor de la industria china de IA sea de un billón (un millón de millones) de yuanes, lo que equivaldría a unos 0.13 billones de euros.

Tendencia uso de chips:

A nivel mundial tenemos países con mucho adelanto tecnológico, tal es el caso de Suecia en donde una población mayor a las 3 000 personas se han implantado microchips que les permiten realizar sus compras sin la necesidad del dinero en efectivo, pueden abrir la puerta de sus casas y en algunos casos encender su propio auto, es una tendencia futurista que será adoptada por otros países nórdicos.

En el Perú:

La autorregulación en el sector privado le ha permitido gestionar la innovación tecnológica hasta llegar a la situación actual. Sin embargo, las herramientas que funcionan en una y otra compañía aún son incompatibles entre sí. Mientras tanto, el sector público se encuentra relegado en estos avances. Es necesario impulsar su desarrollo en este ámbito para generar mayor valor social y calidad de vida en la población.

Los avances tecnológicos que puedan manejar las empresas para proteger su información pueden significar una ventaja competitiva muy importante ante otras empresas. No es común que la información generada, un estudio de mercado o el desarrollo de un nuevo producto o servicio se publique antes de que se haya masificado entre los clientes, salvo que se vulnere la seguridad de la compañía.

Hoy se proyecta que el 50 % de las empresas peruanas ya fueron vulneradas y que la otra mitad pueden estar en vías de terminar en esa misma situación. El país requiere una política o estrategia nacional de ciberseguridad, así como entidades que puedan capacitar a las empresas en la gestión de la ciberseguridad y privacidad de la información. Los profesionales en seguridad de la información y ciberseguridad deben plantear estrategias corporativas y nacionales, que deberán ser aprobadas y aplicadas por la alta dirección.

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/02/06/como-avanza-la-tecnologia-y-su-regulacion-en-el-peru/>

Análisis Giancarlo Gómez Morales:

Ingeniero informático con Maestría en Administración y Dirección de Tecnologías de la Información, posgrado en Seguridad de la Información por ESAN, especialización en la UNE-ISO/IEC 27001 por el INTECO-CERT de España, Lead Auditor en ISO/IEC 27001, ITIL Fundación.

https://www.esan.edu.pe/cgi-bin/mt/mt-cp.cgi?_mode=view&id=18596&blog_id=11

<https://puentesdigitales.com/2018/08/13/que-paises-dominan-la-inteligencia-artificial-y-cuales-son-sus-estrategias-nacionales/>

Conclusión:

Para nuestro modelo de negocio el cual está enfocado en la tecnología, según la investigación realizada en el país se cuenta con un alto índice de utilización de innovaciones lo cual nos favorece, tanto para la obtención de la tecnología necesitada como para el mantenimiento, es posible conseguir los chips que necesitamos a un bajo costo por la cantidad de la oferta que encontramos en el mercado, podemos importar y también tener una compra local de tecnología, en cuanto a la demostración del modelo de negocio a nuestros potenciales clientes podremos realizarlo de una manera fluida ya que según las fuentes revisadas las personas se encuentran familiarizadas con este tipo de innovación, por tal motivo la explicación del funcionamiento se puede realizar de una manera más dinámica.

Síntesis:**Principales Amenazas:**

- Inestabilidad política del Perú.
- Desaceleración de importaciones.
- Tipo de cambio del dólar y aparente estabilidad.

Principales Oportunidades:

- Los peruanos cada vez destinan mayor cantidad de dinero a los gastos de salud privada por deficiencias del sistema de salud estatal.
- El sector de salud privado viene en crecimiento junto con las empresas de seguro privado en un 10%.
- El Perú cuenta con una inflación baja con proyección a que baje del 2%.
- Se pronostica un aumento de las importaciones favoreciendo los avances tecnológicos.
- Según el MEF y el BCRP, se espera que el Crecimiento de la economía peruana en 3%.

CAPÍTULO III

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

3.1 Misión

Somos un modelo de negocio innovador, dedicado a brindarle a nuestro cliente un servicio de lavandería con excelencia y calidad, teniendo como base la tecnología.

3.2 Visión

Ser un modelo de negocio rentable, manteniendo la vanguardia en la tecnología y fortaleciendo lazos con nuestros socios estratégicos, logrando así un liderazgo a través de la diferenciación en el mercado.

3.3 Valores

Respeto:

La base de nuestra organización se basa en el respeto, es el pilar fundamental en la que se encuentra edificada, este valor se verá reflejado en cada proceso del servicio brindado cumpliendo con las normas, compromisos y los tiempos pactados.

Honestidad:

Cada Actuar de los miembros de la organización se basa en la honestidad tanto al cliente interno como al externo

Responsabilidad:

Cada punto del proceso es cumplido sin excusas, pudiendo de esta manera cumplir con nuestras obligaciones y es percibido por nuestro cliente final.

Compromiso:

Un valor que caracteriza a los miembros de la organización es el compromiso con el cumplimiento del reglamento interno del negocio, así como también con los objetivos de la organización, todos en camino hacia una sola meta.

3.4 Objetivos estratégicos generales

Gráfico N° 7. Objetivos Estratégicos Generales

Gerencia	Acción	KPI
Financiero	Recuperación del 100% de inversión en año 3 de operaciones	$(\text{Utilidad Neta Años 1, 2 y 3}) - \text{Inversión Inicial}$
	Año 2, incremento de EBITDA del 12%	$\text{Utilidad Antes de Impuestos (Año2 - año1)} / \text{Año1}$
Comercial	Año 2, obtener una variación de 7% en ingreso anual	$(\text{Ingreso año 2} - \text{ingreso año 1}) / \text{Ingreso año 1}$
	Año 4, Alianza estratégica con Grupo San Pablo, nivel de satisfacción superior al 90%	$(\text{Total encuestas positivas} / \text{Total de encuestas}) * 100\%$
Gestión Humana	Desde año 1, mantener una rotación de personal de 10%	$(\text{Salida empleado} / \text{Total Empleado}) * 100\%$
	Capacitaciones y evaluaciones de clima laboral con la satisfacción superior al 80%	$(\text{Total encuestas positivas} / \text{Total de encuestas}) * 100\%$
Logística	Los procesos deben ser automatizados en 90% antes del tercer trimestre del año 1.	$(\text{procesos automatizados} / \text{Total Proceso}) * 100\%$
	Año 2, el nivel de cumplimiento de los procesos de calidad superior al 90%.	$(\text{total proceso sin error} / \text{Total proceso}) * 100\%$

Fuente: Elaboración propia

3.5 Matriz FODA

Tabla N° 4. Matriz FODA

FODA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento en la demanda en sector salud. 2. País estable económicamente con proyección a crecimiento. 3. Incremento de importaciones en tecnologías de software y hardware en el país de origen. 4. Nuevas técnicas y maquinarias en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desaceleración de importaciones chinas aumento del dólar por posible pandemia. 2. Servicios de lavanderías existentes y consolidadas 3. Modelo de negocio imitable 4. Incertidumbre por inestabilidad política. 	
FORTALEZA	FD	DA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sistema de almacenamiento de datos. 2. Capacidad de aplicar procesos optimizados en lavado y esterilización de la ropa. 3. Conocimiento de calidad en servicio enfocado en la necesidad del cliente. 4. Equipo humano competente y motivado 	<p>F2-D3 Los procesos optimizados vienen con una mejora continúa reduciendo el porcentaje de error.</p> <p>F3-D1 Al conocer las necesidades de nuestros clientes podremos superar sus expectativas y de esta manera hacernos conocidos en el mercado.</p> <th data-bbox="707 804 1442 844">DO</th> <p>D3-O4 La maquinaria y la tecnología se renuevan constantemente, si se mantiene una capacitación constante se podrá tener la experiencia necesaria.</p> <p>D4-O1 El crecimiento de la demanda nos ayudará a analizar qué tan factible será la adquisición de un bien inmueble.</p>	DO	<p>D1-A2 entramos a un mercado competitivo en donde se deberá realizar campañas que ayuden al conocimiento de nuestro negocio.</p> <p>D3-A3 Todo negocio es imitable cuando no se renueva y reinventa, la experiencia será en el día a día.</p>
DEBILIDADES	FO	FA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Marca no reconocida. 2. Baja capacidad económica para inversión inicial. 3. Inexperiencia en el negocio. 4. No contar con local propio. 	<p>F3-O1 Es primordial enfocarse en las necesidades de un cliente en crecimiento.</p> <p>F4-O4 un colaborador motivado siempre estará predispuesto a capacitarse y crecer profesionalmente a través del conocimiento.</p>	<p>F1-A3 Al ser un modelo negocio innovador debemos mantenernos en la vanguardia a nivel tecnológico.</p> <p>F3-A2 la calidad del servicio nos podrá diferenciar de la competencia, mejorando según las necesidades del cliente.</p>	

Fuente: Elaboración propia

3.6 Estrategia genérica de Porter

Según Porter una estrategia genérica es aquella que nos diferenciara de la competencia, es otorgar a nuestro producto o servicio cualidades únicas que sean aceptadas y valoradas de forma positiva por nuestro cliente y nos permita establecer los precios que veamos conveniente.

Con respecto a nuestro proyecto Smart Clothes hemos determinado que lo más acertado es combinar dos estrategias.

Estrategias Diferenciación y especialización:

Especialización:

Nuestro proyecto es un servicio de renting, lavado, secado, desinfectado, planchado, recojo y entrega de uniformes enfocado a las clínicas de Lima, entonces el sector salud se convierte en nuestro nicho de mercado.

Estamos considerando una especialización porque nos estamos concentrando en un segmento específico, en el rubro de la salud, en donde iniciamos nuestro proyecto enfocado en las clínicas de Lima Metropolitana.

En tal motivo nos concentraremos en satisfacer las necesidades del segmento elegido, tal como define Porter podremos incrementar nuestra eficiencia al estar enfocados en un solo segmento.

Diferenciación:

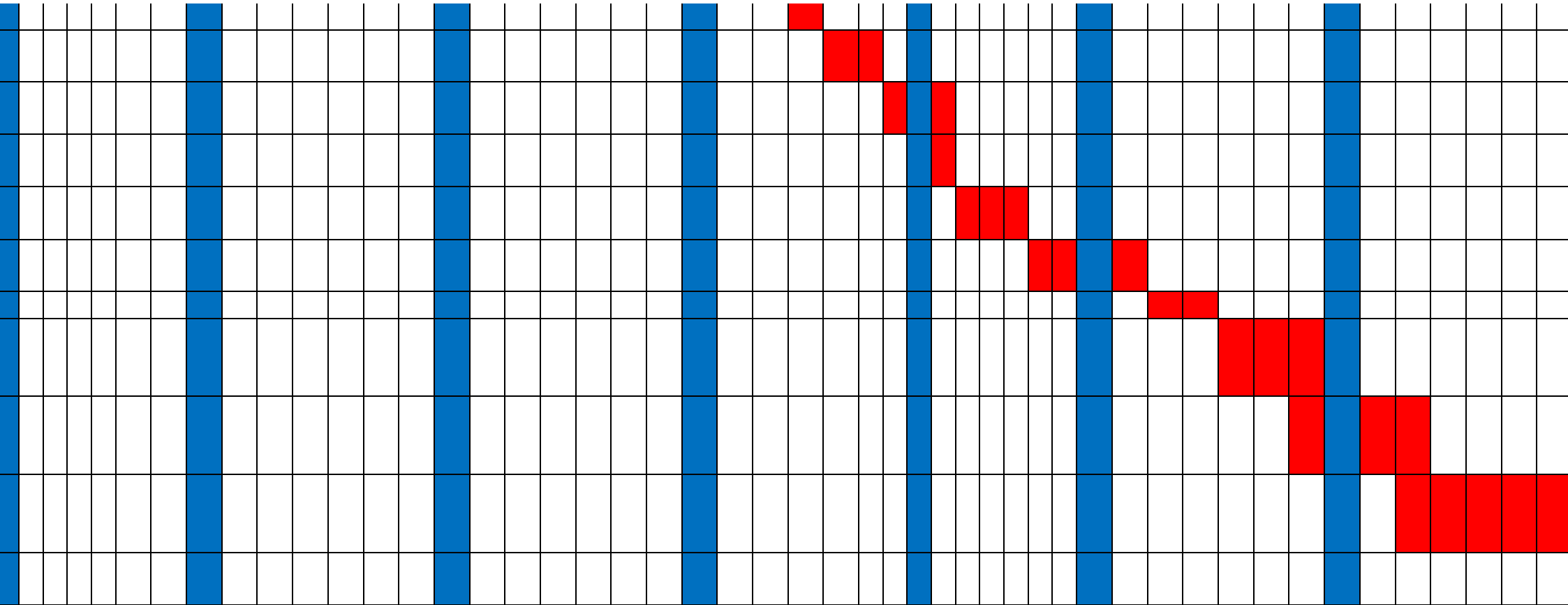
Tal como nos indica Porter la diferenciación es dotar al producto o servicio de una cualidad única que es valorada positivamente por el consumidor, estas características pueden ser en diseño, atención al cliente, oferta de servicios, rapidez, etc. En tal sentido estamos dándole una característica adicional al producto.

El producto del proyecto se diferencia de la competencia, principalmente por su sistema de control de prendas, estas prendas contienen un chip el cual nos brinda un código que está asociado a una base de datos, en dicha base de datos obtendremos información

como: a quien pertenece la prenda, número de lavadas que ha tenido dicha prenda, salidas del recinto, si ha pasado por algún análisis de control y a que clínica pertenece.

En cuanto al servicio de lavandería, en el proceso de lavado se usarán insumos eco-amigables, dichos procesos pasarán por diferentes etapas, remojado, lavado, desinfectado, centrifugado, secado y planchado, siempre en cada etapa con el uso responsable de agua y energía. En el proyecto se busca la mejora continua es por esa razón que se identificará cada error que surja en cada etapa para el mejoramiento del servicio, esta mejora incluye el servicio de post – venta mediante la comunicación constante con nuestro cliente así como también la ejecución de encuestas de satisfacción y atención de sugerencias o reclamos estaríamos garantizando la satisfacción de nuestro cliente.

Todo lo anterior, formará la base para la creación de nuestro proyecto esperando que esta propuesta sea percibida por nuestro cliente y traducida en una rentabilidad de un negocio exitoso.



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Oferta (qué ofrecen los competidores – directos y potenciales)

Tabla N° 6. Estudio de la Competencia

ESTUDIO DE LA COMPETENCIA			
Matriz Competencia			
Nombre Competidor	Ubicación Geográfica	Productos/Servicios	Precio de Venta
Lavandería Industrial Wash	Jorge Salazar 125 - Urb. Santa Catalina - Lima 13	LAVANDERÍA INDUSTRIAL HOSPITALARIA	De S/ 4 a S/ 25 por kilo.
MONCAL.SAC	Av. El sol cuadra 9 Mz J Lt. 13 - La Campiña Chorrillos	LAVANDERÍA INDUSTRIAL HOSPITALARIA	De S/ 4 a S/ 25 por kilo.
Calidad de los Productos/Servicio	Calidad de la Atención	Publicidad	Capacidad de Repuesta
Estándar / Industrial	Buena	Redes sociales	Horario Oficina
Estándar / Industrial	Buena	Página web/ Primera posición de búsqueda en Google.	Horario Oficina
Canal de Comercialización	% Participación en el Mercado	Fortalezas	Debilidad
Hospitales	6.6 %	Logística / Imagen	Personalización
Clínicas / Hoteles / Laboratorios	12.1 %	Logística / Imagen	Personalización

Fuente: Elaboración propia

Se estudió a la competencia a través de una Matriz de Perfil Competitivo, ambas lavanderías, potenciales competidores son de tipo industrial, llevan más de 5 años en el mercado, atendiendo al rubro hotelero y también rubro de salud.

Tabla N° 7. Matriz Perfil Competitivo

Matriz perfil competitivo		Smart Clothes		Lavandería Wash		Lavandería Moncal	
Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	peso ponderado
Transporte	0.1	3	0.3	4	0.4	3	0.3
precios	0.2	3	0.6	4	0.8	4	0.8
Calidad de servicio	0.3	4	1.2	4	1.2	4	1.2
Publicidad	0.2	3	0.6	3	0.6	2	0.4
Maquinaria	0.2	2	0.4	4	0.8	4	0.8
Total	1	3.1		3.8		3.5	

Fuente: Elaboración propia

Conclusión:

Si bien es cierto nos encontramos por debajo de ambas lavanderías esto no es determinante, cuando nos encontremos realizando nuestras operaciones podremos adquirir maquinaria, transporte y podremos competir con los precios, en síntesis, podemos superar a la competencia a través de nuestro servicio diferenciado.

Tabla N° 8. Matriz del Cliente

Matriz del Cliente			
Tipo de Cliente	¿Cuándo Compran?	¿Cuánto Compran?	¿Dónde Compran?
Clínica	100 a 300 uniformes	Diario	Lavandería Industrial
Centro Medico	50 a 100 uniformes	Diario	Lavandería Industrial

¿Por qué Compran?	¿Quién toma la decisión de la compra?	¿Quién usa o utilizo el producto/servicio?	¿Quién Paga el producto/servicio ?
Necesidad limpieza	Jefe Logístico	Médicos / Licenciados / Enfermeros	Facturación clínica
Necesidad limpieza	Jefe Logístico	Médicos / Licenciados / Enfermeros	Facturación clínica
¿Cómo pagan el producto/servicio ?	¿Por qué volvieron a comprar?		
Trasferencia / Cheque gerencia	Necesidad		
Trasferencia / Cheque gerencia	Necesidad		

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 9. Descripción de Productos

DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS			
PRODUCTOS DE LA EMPRESA			
NOMBRE PRODUCTO O SERVICIO	ESPECIFICACIONES COMERCIALES	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	SUSTITUTO DEL PRODUCTO
uniformes	calidad alta 65% algodón, 35% poliéster (evitar manchas), tallas desde Xs hasta 46, diseño, color y logos a solicitud de cliente	Chip integrado, conexión a base de datos de usuarios	Uniformes Descartables
Lavandería	Lavado diferenciado, especial para ropa clínica	recojo, lavado, secado, planchado, designación uniformes y entrega en clínica	Lavandería Industrial
USOS Y APLICACIONES DEL PRODUCTO	VIDA ÚTIL DEL PRODUCTO	PRECIO DEL PRODUCTO	GARANTÍAS A OFRECER

Chip integrado a software con base datos de usuarios			Tienen garantía directa de 3 meses. Igualmente si existe alguna falla de fábrica, embalajes o traslados, Los productos perderán su garantía si son modificados, arreglados y/o bordados externamente y/o con muestras de trato inadecuado.
Uniformes de uso personal	6 meses		
DIFERENCIAS CON LA COMPETENCIA	POLÍTICAS DE VENTA (Crédito, Plazos)		
Uniformes con sistema de trazabilidad, asignación personal	Contado, crédito		
Capacidad de realizar un proceso eficiente	Trasferencias		
Servicio innovador			

Fuente: Elaboración propia

4.2 Demanda (investigación: objetivo, metodología, resultados, interpretación y proyección de la demanda)

Segmentación:

Para analizar de la demanda nos hemos basado en Compendio Estadístico: Información de Recursos Humanos del Sector Salud - Perú 2013 – 2018.

Cantidad de trabajadores en el sector salud en Lima:

$10\,295\,249.00 * 1.08\% = 111\,188$ cantidad de trabajadores del sector salud

Cantidad de profesionales de la salud:

$111\,188 * 99.30\% = 110\,410.37$ personas

Tabla N° 10. Recurso Humano del Sector Salud por año según departamento e Instituciones, Perú 2013-2018

Lima	91 949	100,0	94 480	100,0	95 376	100,0	105 134	100,0	102 766	100,0	111 036	100,0
MINSA	53 690	58,4	56 777	60,1	57 960	60,8	62 847	59,8	62 886	61,2	69 712	62,8
ESSALUD	23 449	25,5	23 449	24,8	23 162	24,3	27 947	26,6	24 059	23,4	25 274	22,8
PNP	4 714	5,1	4 206	4,5	4 206	4,4	4 551	4,3	4 551	4,4	4 551	4,1
FFAA	3 950	4,3	3 902	4,1	3 902	4,1	3 526	3,4	4 431	4,3	4 314	3,9
SISOL	2 442	2,7	2 442	2,6	2 442	2,6	2 442	2,3	2 442	2,4	2 442	2,2
Ministerio de Educación	0	0	0	0	0	0	117	0,1	106	0,1	106	0,1
INPE	0	0	0	0	0	0	0	0	69	0,1	69	0,1
Ministerio Público	0	0	0	0	0	0	0	0	518	0,5	518	0,5
Sector Privado	3 704	4	3 704	3,9	3 704	3,9	3 704	3,5	3 704	3,6	4 050	3,6

Fuente:

Tabla N° 11. Profesionales de la Salud del Sector Salud según Departamento y Cargo, Perú 2013-2018

Departamento / Cargo	Año					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Lima	41 055	42 669	43 913	49 043	47 088	53 469
Médico	16 963	17 377	18 027	20 245	19 120	21 076
Enfermero	13 275	13 924	14 255	15 791	15 521	18 010
Obstetra	2 706	2 892	2 935	3 187	3 118	3 473
Odontólogo	1 672	1 747	1 782	1 828	1 938	1 763
Biólogo	269	291	291	352	370	429
Ingeniero Sanitario	13	10	7	44	44	40
Nutricionista	595	629	636	798	794	956
Psicólogo	997	1 020	1 011	1 152	1 255	1 444
Químico Farmacéutico	895	959	961	1 056	863	1 268
Tecnólogo Médico	2 521	2 646	2 707	3 061	2 915	3 349
Médico Veterinario	47	47	47	54	46	60
Trabajador Social	1 078	1 109	1 007	1 168	814	1 271
Químico	24	18	15	26	25	20
Profesionales de la salud no especificados	0	0	232	145	223	144
Técnicos Especializados	0	0	0	136	42	166

Fuente:

INVESTIGACIÓN:

Objetivo General:

Conocer el Pronóstico de Ventas de nuestro servicio.

Específicos:

- Conocer el mercado disponible.
- Conocer el mercado efectivo.
- Conocer la demanda.

METODOLOGÍA:**Análisis cualitativo: (entrevista)**

Para Iniciar con el análisis se ha recurrido a la Entrevista corta a quienes serían los usuarios de los Uniformes para profundizar el tema de la problemática.

Extracto Entrevista Enfermero Marco Arana:

1. Cuando le toca horario laboral, ¿acudes al centro de trabajo con el uniforme? Y cuando termina el horario laboral ¿Se retiras con el uniforme puesto?

Normalmente no acudo al centro de salud con el uniforme, pero si para que mentir en algunas ocasiones cuando he tenido percances si lo he hecho, así como también a la salida por la hora que salgo normalmente a las 9 de la noche para no demorarme en cambiarme salgo con el uniforme, salvo cuando me toca guardia y salgo por la mañana entonces tengo más tiempo en ponerme la ropa de diario.

- 2.Cuál es tu opinión acerca de tus colegas que vemos en el transporte público con el uniforme regresando o acudiendo.

Yo pienso que, si está mal, pero a la vez también comprendo que el apuro o el tiempo ganan y solemos cometer este tipo de actos.

- 3.Cuál es su opinión acerca de una empresa que se dedique a rentar uniformes personalizados para cada colaborador

A mí me parece genial, yo sé que en algunos hospitales el uniforme lo brinda el centro hospitalario, pero tienes que encontrar tu talla, se también que en algunas

ocasiones la limpieza no es la ideal, en mi caso yo misma lavo mi uniforme en casa, gastando más de lo normal ya que tengo que lavarlos a parte, por lo que es un lugar contaminado, si me dices que son personalizados estaría de acuerdo y me encanta la idea.

Gráfico N° 8. Extracto Entrevista Enfermero Marco Arana



Fuente: Elaboración propia

Extracto Entrevista Enfermera Milagros Quispe:

1. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a la profesión de enfermería?

Ya tengo ejerciendo la enfermería desde el año 2010, pero por temas económico recién hace 3 años pude sacar mi colegiatura.

2. Normalmente vemos por la calle a colegas que salen de sus casas uniformados hacia su centro de laborales.

¿Qué opinión te merece?

Bueno es mayormente normal que veamos uniformes de enfermeras o técnicos, aunque a veces confundamos también a farmacéuticos ya que los uniformes se

asemejan mucho, pero en el caso de técnicos o enfermeros, como te decía se ve común pero no es lo reglamentado, pero tengamos en cuenta que hay lugares donde quizás no tienen un lugar donde puedan cambiarse, por ejemplo, en un tiempo trabajé en un centro médico en donde no teníamos vestuario, se usaban algunos consultorios vacíos para las enfermeras que se deseaban cambiar, yo optaba por llegar con el uniforme y retirarme con el mismo, también solo éramos 2 enfermeras 1 en la mañana y otra en la tarde, no sé si seguirá manejándose de esa manera en la actualidad.

3. Según su experiencia y conocimiento, al llegar o salir con el uniforme. ¿Es posible que se propague alguna enfermedad?

Sí, es posible, es por eso que tenemos una norma cuando trabajamos en hospitales o clínicas, en el caso del centro médico que mencioné, era de salud ocupacional normalmente no trabajábamos con pacientes con alguna enfermedad viral, pero lo que mencionas si es posible, tengo algunas colegas que han contraído desde una simple gripe hasta en una ocasión supe de principios e TBC.

4. Entonces, podemos afirmar que un uniforme después de ser usado como mencionas en una clínica o un hospital, ¿Es potencialmente peligroso?

Definitivamente, particularmente en donde yo laboro no tenemos una lavandería pongo mi uniforme en una bolsa bien cerrada y lo lavo muy aparte, inclusive con agua caliente para que se puedan eliminar bacterias, hay caso de pacientes bastante complejos y no podemos arriesgarnos a tener alguna de estas enfermedades.

Interpretación:

- En las entrevistas realizadas, pudimos corroborar nuestra problemática planteada al inicio, y es potencialmente peligroso que un trabajador del sector salud salga de las instalaciones del centro de labores, sobre todo si se encuentra en áreas donde se encuentran pacientes con enfermedades de tipo viral, las bacterias son invisibles a la vista de las personas, pero pueden ocasionar muchos daños a la salud.

- Adicional pudimos aprender que los uniformes tanto de enfermeras como técnicas y farmacéuticos suelen tener una similitud, un dato que nos puede servir en el momento de las confecciones que vamos a realizar.
- Otro punto importante es la importancia que los trabajadores le dan a su uniforme al momento de ejecutar el lavado del mismo, ellos mismos nos indican que no son lavados de forma conjunta con el resto de su ropa por el motivo de las bacterias que puedan tener.
- Nosotros vemos una oportunidad de mejorar la calidad de vida de las personas, asimismo la poderosa razón de evitar una posible epidemia al tratar estos uniformes con el debido cuidado que se merecen, estas acciones ayudarán al centro de salud a tener una mayor confianza de sus pacientes, al tener los uniformes desinfectados a través de alguna campaña interna hacerles llegar el mensaje que en lugar donde se encuentran no solo tienen el cuidado con los instrumentos sino también con los propios uniformes que el personal utiliza para atenderlos.

Análisis Cuantitativo:

Enfoque	:	Cuantitativo
Alcance	:	Descriptivo
Método	:	No Experimental
Diseño	:	Trasversal
Técnica	:	Encuestas

En esta parte realizaremos encuestas, se realiza de la siguiente manera:

- Se realiza un estudio de la cantidad de clínicas existentes en el Perú.
- Se segmenta las clínicas que existe en la ciudad de Lima
- Sobre la segmentación resultante se realizan dos tipos de encuestas, al usuario, quien será la persona a quien abasteceremos de los uniformes y a los clientes, a quienes brindaremos el servicio.
- Posteriormente obtendremos los resultados.

Tabla N° 12. Relación de Clínicas en Perú

Relación de clínicas en Perú			
N°	CLÍNICAS	DISTRITO	N° DE AMBIENTE
1	CLÍNICA RICARDO PALMA	SAN ISIDRO	600
2	CLÍNICA DELGADO	MIRAFLORES	90
3	CLÍNICA STELLA MARIS	PUEBLO LIBRE	N/A
4	CLÍNICA PADRE LUIS TEZZA	SURCO	190
5	CLÍNICA GOOD HOPE	MIRAFLORES	175
6	CLÍNICA ANGLO AMERICANA	SAN ISIDRO	25
7	CLÍNICA ANGLO AMERICANA	LA MOLINA	N/A
8	CLÍNICA INTERNACIONAL	LIMA	400
9	CLÍNICA INTERNACIONAL	SAN BORJA	95
10	CLÍNICA JAVIER PRADO	SAN ISIDRO	69
11	CLÍNICA CAYETANO HEREDIA	S.M. P	76
12	CLÍNICA MIRAFLORES	MIRAFLORES	N/A
13	CLÍNICA MONTEFIORI	LA MOLINA	42
14	CLÍNICA MONTESUR	SURCO	84
15	CLÍNICA SAN FELIPE	LIMA	127
16	CLÍNICA BELLAVISTA – RED AUNA	CALLAO	105
17	CLÍNICA SAN MARCOS	BREÑA	50
18	CLÍNICA SAN MIGUEL	S.J.L	47
19	CLÍNICA SAN PABLO	SURCO	363
20	CLÍNICA SAN GABRIEL	SAN MIGUEL	200
21	CLÍNICA JESÚS DEL NORTE	INDEPENDENCIA	163
22	CLÍNICA SANTA MARÍA DEL SUR	SAN JUAN DE MIRAFLORES	N/A
23	CLÍNICA SAN JUAN BAUTISTA	S.J.L	25
24	CLÍNICA SAN PABLO	ASIA - CAÑETE	N/A
25	CLÍNICA SAN VICENTE	S.M.P	56
26	CLÍNICA SANTA ISABEL	SAN BORJA	80
27	CLÍNICA DE ESPECIALIDADES MÉDICAS	SAN BORJA	140
28	INPPARES	JESÚS MARÍA	45

29	INSTITUTO ONCOLÓGICO DE LIMA	SAN BORJA	N/A
30	INSTITUTO ONCOLÓGICO MIRAFLORES	MIRAFLORES	75
31	CLÍNICA VIRGEN MILAGROSA	SURQUILLO	18
32	CLÍNICA SAN BERNARDO	PUEBLO LIBRE	N/A
33	MEDAVAN	JESÚS MARÍA	N/A
34	CLÍNICA SAN CAMILO	LIMA	N/A
35	CLÍNICA LIMATAMBO	SAN ISIDRO	93
36	CLÍNICA REPROMEDIC	JESÚS MARÍA	13
37	CLÍNICA MAISON DE SANTE	LIMA	753
38	CLÍNICA GUADALUPE	CHORRILLOS	N/A
39	CLÍNICA CENTENARIO PERUANO JAPONESA	PUEBLO LIBRE	598
40	HOGAR CLÍNICA SAN JUAN DE DIOS	SAN LUIS	N/A
41	CENTRO MEDICO JOCKEY SALUD	SURCO	130
42	SANNA\ CLÍNICA SAN BORJA – RED SANNA LIMA	SAN BORJA	587
43	SANNA\ CENTRO CLÍNICO LA MOLINA – RED SANNA LIMA	LA MOLINA	28
44	CLÍNICA VESALIO	SAN BORJA	N/A
45	INSTITUTO NEURO CARDIOVASCULAR DE LAS AMÉRICAS (I.N.C.A.)	MIRAFLORES	28
46	CENTRO MEDICO AVENDAÑO S.A.C	MIRAFLORES	31
47	CLÍNICA LOS ANDES	MIRAFLORES	66
48	CENTRO ONCOLÓGICO ALIADA	SAN ISIDRO	60
49	ONCOSALUD – SEDE SAN BORJA	SAN BORJA	155
50	ONCOSALUD – SEDE BENAVIDES	MIRAFLORES	39

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 13. Relación de Centros Médicos Departamento de Lima

Relación de centros médicos Departamento de Lima			
	CENTRO MEDICO	DISTRITO	N° DE AMBIENTE
51	CARDIOMEDIC	LIMA	N/A
52	CENTRO MEDICO SAN JUDAS TADEO	SAN MIGUEL	N/A
53	OSI-PERU	MIRAFLORES	N/A
54	CLÍNICA DEPORTIVA	MIRAFLORES	N/A
55	BRAZZINI RADIÓLOGOS ASOCIADOS S.C.R.L	SAN ISIDRO	N/A
56	RADIONCOLOGÍA SAC – RED AUNA	SAN ISIDRO	N/A

Fuente: Elaboración propia

Segmentación por Departamento quedándonos con Lima obteniendo un resultado de 56 clínicas y centros médicos.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{z^2 * N * P(1-P)}{e^2(N-1) + z^2 * P(1-P)} \quad n = \frac{z^2 * P(1-P)}{e^2}$$

donde:

n = Tamaño de muestra

z = Valor correspondiente al nivel de confianza, obtenido en tablas de distribución normal

P = Proporción a estimar

e = Margen de error máximo tolerado

N = Tamaño de población

Número de personas en Lima	:	10,295,249
Porcentaje Sector Salud	:	1.08 %
Porcentaje Médicos, enfermeros y Técnicos	:	99.30%
Total, profesionales de la salud	:	110,410

$$N = \frac{k^2 * p * q * N}{((e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q)}$$

Donde

$$N = 110,410$$

$$K = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$E = 0.05$$

$$N = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 110,410}{((0.05^2 * (110,410 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$N = 383$$

Cliente administrativo clínica encuestados : 55 de Lima
Usuarios Encuestados (Testeo Producto) : 337 personas rubro

salud.

Cuestionario de preguntas Usuario (testeo de material)

Datos del encuestado:

EDAD : _____

SEXO : M__ F__

LUGAR DE RESIDENCIA: _____ .

GRUPO DE EDAD :

a) 18-23

b) 24-29

c) 30-35

Pregunta filtro

1. En el lugar donde laboras, se entrega el uniforme o es propio.

A. Proporciona la empresa

B. Uniforme propio.

Si la respuesta fue A:

2. ¿Con que frecuencia se le hacen entrega los uniformes?

- A. mensual
 - B. Bimestral
 - C. trimestral
 - D. semestral
3. ¿Qué cantidad de uniformes son entregados?
- A. 1
 - B. 2-3
 - C. 4+
4. ¿Está de acuerdo con la cantidad de uniformes?, cuantos uniformes usted cree conveniente tener?
- A. Si
 - B. No. ____ (cantidad)
5. ¿Quién se encarga del lavado del uniforme?
- A. Centro de trabajo
 - B. Personal.
6. Si es centro de laborales, ¿Cómo calificarías las condiciones de entrega?
- A. Muy bueno
 - B. Bueno
 - C. Regular
 - D. Malo
 - E. Muy malo
7. Si es personal ¿Cuánto tiempo demora en realizar el proceso de lavado y secado del uniforme?
- A. Menos de 1 hora
 - B. 1 hora
 - C. 2 horas a mas

8. Si es personal ¿realiza el lavado junto con la ropa de casa o por separado?

- A. si
- B. no
- C. no generalmente.

Si la Respuesta fue la B:

9. ¿Qué tipo de material usa para su uniforme?

- A. Algodón
- B. sintético
- C. Ambos productos

10. ¿Padece de algún tipo de alergia en relación a las telas usadas?

- A. Si
- B. No

11. ¿Cada cuánto tiempo renueva su uniforme?

- A. Mensual
- B. Bimestral
- C. Semestral
- D. Anual

12. ¿Utiliza el uniforme fuera del centro de salud?

- A. Siempre
- B. Algunas veces
- C. Casi nunca
- D. Nunca

13. ¿Realiza el proceso de lavado en casa junto con la ropa o por separado?

- A. Junto con la ropa
- B. Por separado

14. ¿En alguna ocasión ha optado por enviar su uniforme a una lavandería?

A. Si

B. No

15. Si la respuesta fue si ¿Cuánto gasta semanal aproximadamente?

A. 1 a 5 soles

B. 6 a 10 soles

C. 10 soles a más.

16. ¿Cuántos uniformes utiliza a la semana?

A. 1 a 2

B. 3 a 4

C. 5 a mas

Cuestionario de preguntas Cliente (cliente final clínica)**Datos del encuestado:**

EDAD : _____

SEXO : M__ F__

LUGAR DE RESIDENCIA: _____ .

GRUPO DE EDAD :

d) 18-23

e) 24-29

f) 30-35

1. ¿Ustedes como empresa realizan la entrega de uniformes a sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?

A. Si

B. NO

2. ¿Cuántos colaboradores médicos, enfermeros y técnicos son en su empresa?

A. 1 a 200

B. 201 a 300

C. 301 a 400

D. 401 a mas

Si la respuesta es SI:

3. ¿Cuántos uniformes son entregados a cada colaborador?

A. 1 a 2

B. 3 a 4

C. 5 a mas

4. ¿Cada cuanto tiempo se realiza esta dicha entrega?

A. mensual

- B. bimestral
 - C. trimestral
 - D. semestral
5. ¿Cuenta con algún sistema de inventario para controlar el stock de uniformes?
- A. Si
 - B. No
6. Si la respuesta es sí ¿qué tipo de sistema utiliza?
- A. Automático
 - B. Manual
7. ¿Cómo realizan el lavado de uniformes?
- A. Lavandería propia
 - B. Lavandería externa
 - C. Cada colaborador es responsable.
8. Si es lavandería externa o propia ¿Cuánto gasta aproximadamente semanal?
- A. de 1000 a 2000 soles
 - B. de 2001 a 3000 soles
 - C. 3001 a mas
9. Cuando se realiza la compra de uniformes ¿Cuánto aproximadamente es el gasto?
- A. 1 a 1000 soles
 - B. 1001 a 2000
 - C. 2001 a 3000
 - D. 3001 a 4000

Si la respuesta es no:

10. ¿Ha tenido alguna queja de sus clientes o pacientes con respecto a la presentación de sus colaboradores?

- A. Si
- B. No

Ambos:

11. En su opinión, ¿está conforme con la presentación de cada uno de sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?

- A. Completamente
- B. de acuerdo
- C. ni de acuerdo ni en desacuerdo
- D. en desacuerdo

12. ¿Estarías de acuerdo en mejorar la presentación de tus colaboradores médicos, técnicos y enfermeros con un servicio de renta de uniformes?

- A. Si
- B. no

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sistema de renta de uniformes que incluyen el recojo, lavado, secado, esterilización, planchado y entrega de uniformes personales?

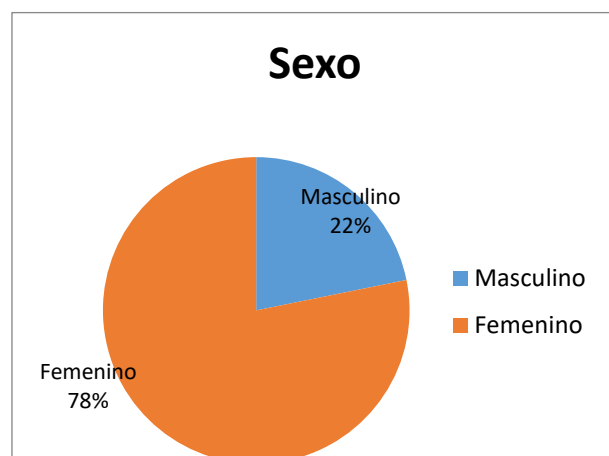
- A. 5 a 20 soles (semanales x uniforme)
- B. 21 a 40(semanales x uniforme)
- C. 41 a 60(semanales x uniforme)
- D. 61 a 80(semanales x uniforme)

Resultados Cliente (cliente final clínica y centro de salud):

Tabla N° 14. Resultados Cliente

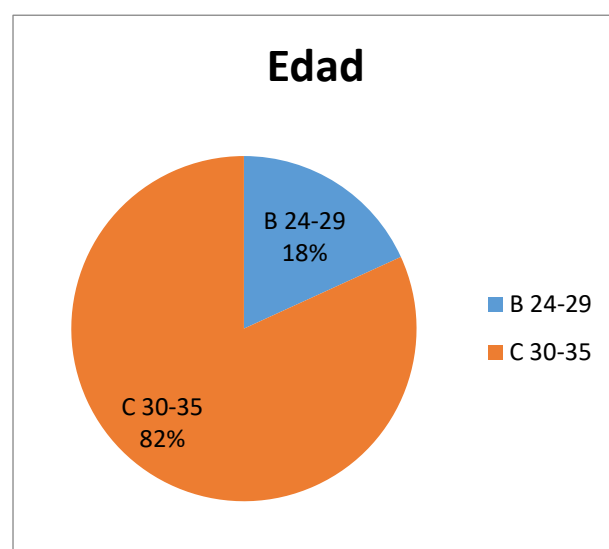
Sexo	Porcentaje	
Masculino	12	22%
Femenino	43	78%
Total	55	100%

Fuente: Elaboración propia



Edad	Porcentaje	
A 18-23	0	0%
B 24-29	10	18%
C 30-35	45	82%
Total	55	100%

Fuente: Elaboración propia



Interpretación:

Hemos obtenido dos factores predominantes, el sexo femenino y las edades mayores a 30 años, estos datos nos servirán cuando realicemos las presentaciones que tipo de instrumentos y argumentos debemos usar para poder vender nuestro negocio.

Tabla N° 15. 1. ¿Ustedes como empresa realizan la entrega de uniformes a sus colaboradores?

1. ¿Ustedes como empresa realizan la entrega de uniformes a sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?			Porcentaje
A	SI	13	24%
B	NO	42	76%
Total		55	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 9. 1. ¿Ustedes como empresa realizan la entrega de uniformes a sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

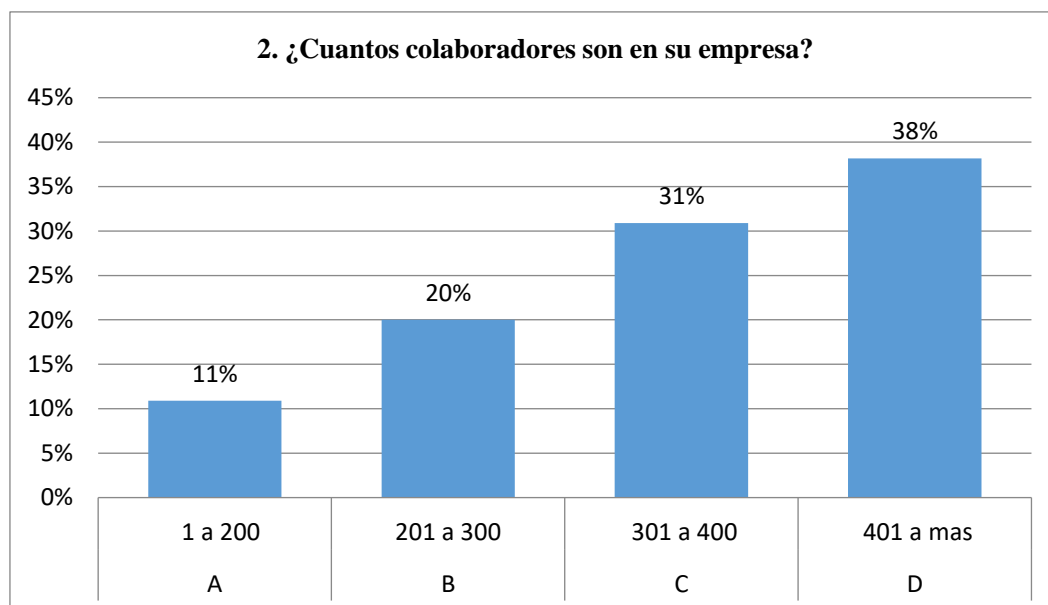
Tenemos un alto porcentaje de empresarios que no entregan uniformes a sus colaboradores, esto se debe a que al ser personal de salud ellos asumen que cada colaborador lo maneja de manera personal, la indicación que nos comentan es que el color varía entre blanco y verde dependiendo el área donde se desempeñen.

Tabla N° 16. 2. ¿Cuántos colaboradores médicos, enfermeros y técnicos son en su empresa?

2. ¿Cuántos colaboradores médicos, enfermeros y técnicos son en su empresa?		Porcentaje	
A	1 a 200	6	11%
B	201 a 300	11	20%
C	301 a 400	17	31%
D	401 a mas	21	38%
Total		55	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 10. 2. ¿Cuántos colaboradores son en su empresa?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

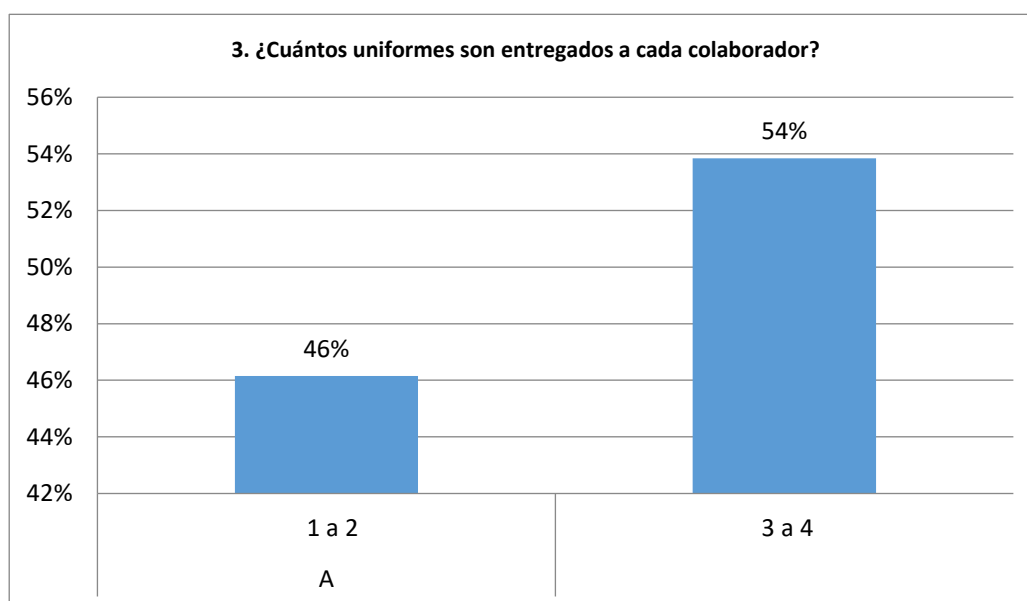
Se les pregunto al total de encuestados la cantidad de colaboradores aproximados que se encuentran laborando, de esta manera tener en cuenta la demanda aproximada que deberíamos manejar.

Tabla N° 17. 3. ¿Cuántos uniformes son entregados a cada colaborador?

3. ¿Cuántos uniformes son entregados a cada colaborador?		Porcentaje	
A	1 a 2	6	46%
B	3 a 4	7	54%
Total		13	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 11. 3. ¿Cuántos uniformes son entregados a cada colaborador?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

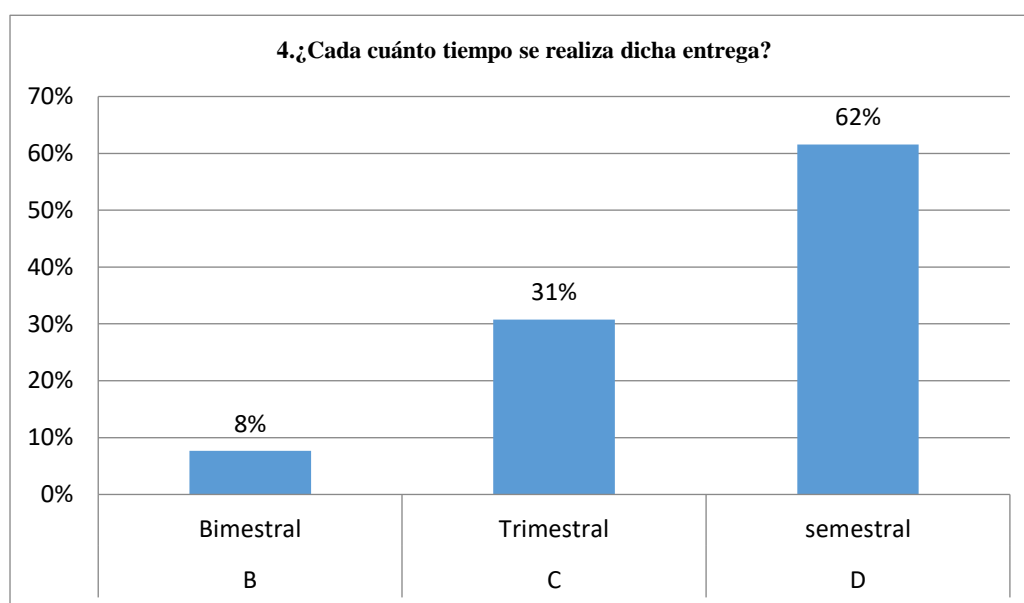
Cuando realizamos la pregunta obtuvimos que nadie entrega más de 4 uniformes por colaborador, siempre hablamos de 1 a 4, nos comentaron que al ingresar un colaborador nuevo se le entregan por lo general 2 uniformes, luego la entrega es de 1 A 4 dependiendo del estado que se encuentre, si existe una preocupación por la imagen de la clínica donde trabajan, es por esa razón que también existen las renovaciones de uniformes, en nuestro proyecto estaríamos entregando de 3 a 4 uniformes por colaborador limpios y desinfectados.

Tabla N° 18. 4. ¿Cada cuanto tiempo se realiza esta dicha entrega?

4. ¿Cada cuanto tiempo se realiza esta dicha entrega?		Porcentaje	
A	Mensual	0	0%
B	Bimestral	1	8%
C	Trimestral	4	31%
D	semestral	8	62%
Total		13	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12. 4. ¿Cada cuánto tiempo se realiza esta dicha entrega?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En su mayoría podemos observar que son entregados cada seis meses, de tratarse de aquellos clientes en donde se entregan como máximo 2 uniformes, estaríamos atravesando con una dificultad para su colaborador al tener que lavar sus uniformes cada vez que este se ensucie y limitando su capacidad al usar el mismo uniforme 2 a 3 veces por semana.

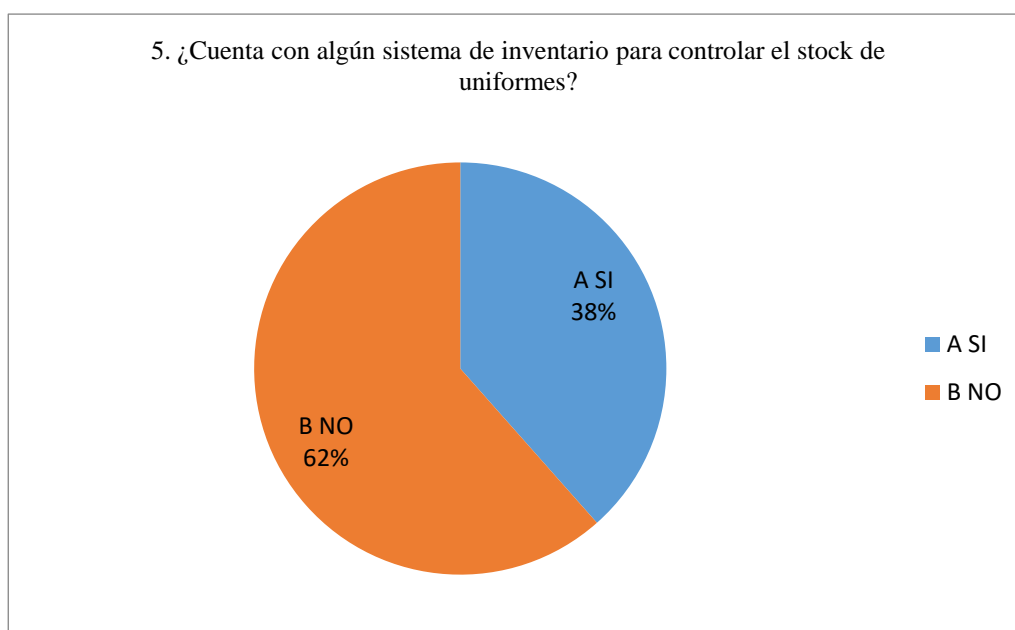
Este dato lo podemos tomar como una oportunidad de poder ofrecer nuestro proyecto y se reduzca de 6 meses a un uniforme diario de manera alquila, pero con todos los estándares de calidad que merece un centro de salud.

Tabla N° 19. 5. ¿Cuenta con algún sistema de inventario para controlar el stock de uniformes?

5. ¿Cuenta con algún sistema de inventario para controlar el stock de uniformes?			Porcentaje
A	SI	5	38%
B	NO	8	62%
Total		13	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 13. 5. ¿Cuenta con algún sistema de inventario para controlar el stock de uniformes?



Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 20. 6. Si la respuesta es sí ¿Qué tipo de sistema utiliza?

6. Si la respuesta es sí ¿Qué tipo de sistema utiliza?		Porcentaje	
A	Automático	0	0%
B	Manual	5	100%
Total		5	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En nuestro proyecto proponemos un sistema de inventario basado en los chips, en donde se guardara un código, y este se llevara en una base de datos la misma que nos indicara la cantidad exacta de uniformes que contamos en tiempo real, según las encuestas tenemos un poco porcentaje de quienes si tiene un sistema de inventario, pero de forma manual, es decir, utilizan cargos llenados de forma manual y llenan formatos donde se colocan el nombre y la cantidad de uniformes entregados para que el personal de logística realice las compras necesarias.

Tabla N° 21. 7. ¿Cómo realizan el lavado de uniformes?

7. ¿Cómo realizan el lavado de uniformes?		Porcentaje	
A	Lavandería propia	2	15%
B	Lavandería externa	6	46%
C	Cada colaborador es responsable.	5	39%
Total		13	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

De los clientes encuestados se obtuvo que el 46% ya usa una lavandería externa esa información es importante ya que podemos ofrecer nuestro servicio y podría convertirse en uno de nuestros clientes.

Tabla N° 22. 8. 8. Si es lavandería externa o propia ¿Cuánto gasta aproximadamente semanal?

8. Si es lavandería externa o propia ¿Cuánto gasta aproximadamente semanal?		Porcentaje	
A	De S/ 1000 a S/ 2000	0	0%

B	De S/ 2001 a S/ 3000	0	0%
C	De S/ 3001 a más.	13	100%
Total		13	100%

Interpretación:

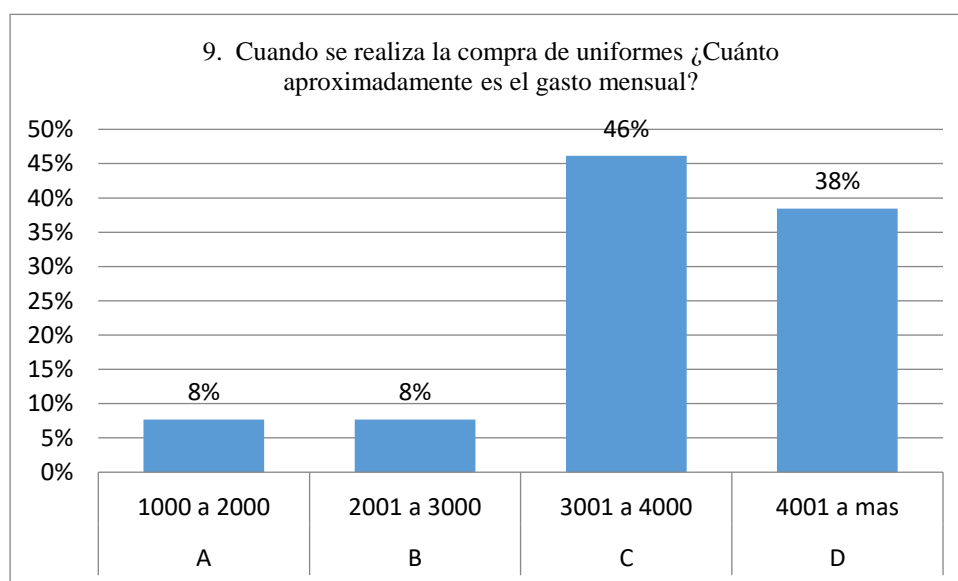
Los encuestados coincidieron que el precio gastado era mucho mayor a S/ 3,000, este dato nos ayuda para poder enriquecer el precio a cobrar.

Tabla N° 23. 9. Cuando se realiza la compra de uniformes ¿Cuánto aproximadamente es el gasto?

9. Cuando se realiza la compra de uniformes ¿Cuánto aproximadamente es el gasto mensual?		Porcentaje	
A	1000 a 2000	1	8%
B	2001 a 3000	1	8%
C	3001 a 4000	6	46%
D	4001 a mas	5	38%
Total		13	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 14. 9. Cuando se realiza la compra de uniformes ¿Cuánto aproximadamente es el gasto mensual?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

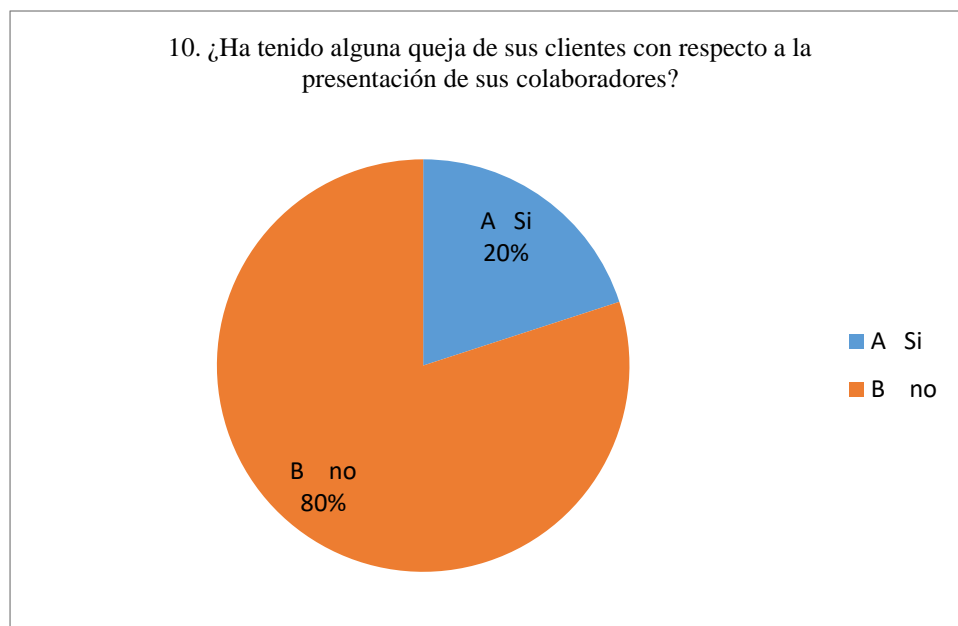
Tenemos un alto porcentaje que gasta más de S/ 3 000 en la compra de uniformes, nos comentan que esta compra la realizan mensual, por la rotación del personal y las renovaciones que deben de realizar, ahora todo va de la mano con la cantidad de personal que maneja la clínica, si tenemos mayor número de colaboradores el gasto se incrementa.

Tabla N° 24. 10. ¿Ha tenido alguna queja de sus clientes con respecto a la presentación de sus colaboradores?

10. ¿Ha tenido alguna queja de sus clientes con respecto a la presentación de sus colaboradores		Porcentaje	
A	Si	11	20%
B	No	44	80%
Total		55	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 15. 10. ¿Ha tenido alguna queja de sus clientes con respecto a la presentación de sus colaboradores?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con esta pregunta buscamos indagar acerca de las quejas de los clientes ya sea de forma directa al personal de clínica o de forma indirecta a través de alguna breve encuesta realizada por la clínica, obtuvimos un 20% de respuesta afirmativas y esto se debe a que de

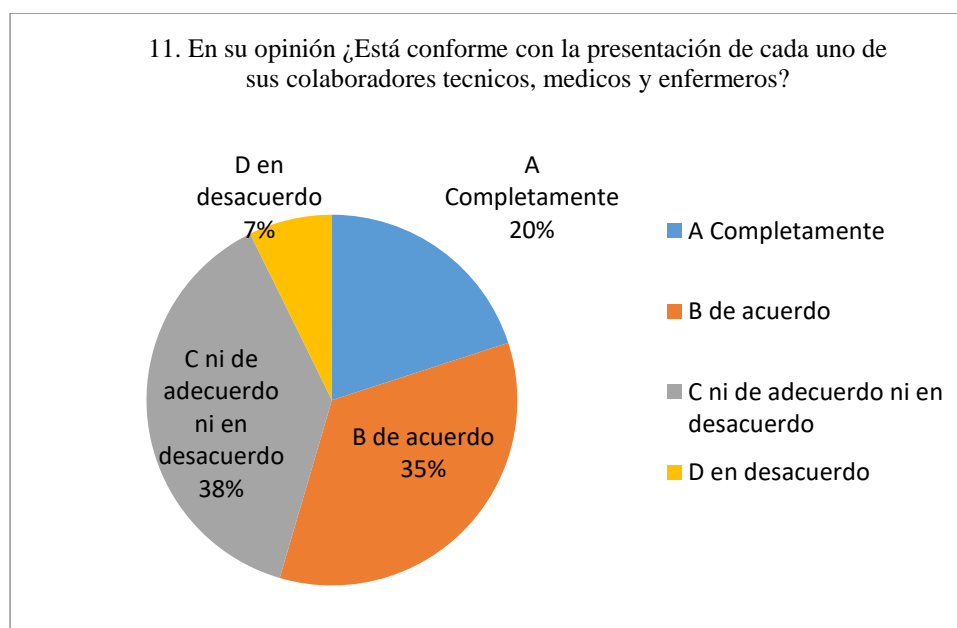
las personas encuestadas era un reducido número que se había tomado la molestia de colocar y revisar los buzones de sugerencias, así como también la realización de encuestas.

Tabla N° 25. 11. En su opinión, ¿Está conforme con la presentación de cada uno de sus colaboradores técnicos médicos y enfermeros?

11.	En su opinión, ¿Está conforme con la presentación de cada uno de sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?	Porcentaje
A	Completamente	11 20%
B	De acuerdo	19 35%
C	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	21 38%
D	En desacuerdo	4 7%
Total		55 100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 16. 11. En su opinión ¿Está conforme con la presentación de cada uno de sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Un reducido número de encuestados nos contestaron con una entera satisfacción de la presentación de sus colaboradores esto nos representa que casi el 80% estaría dispuesto a un cambio para mejorar la presentación de sus colaboradores con este indicador pudimos realizar

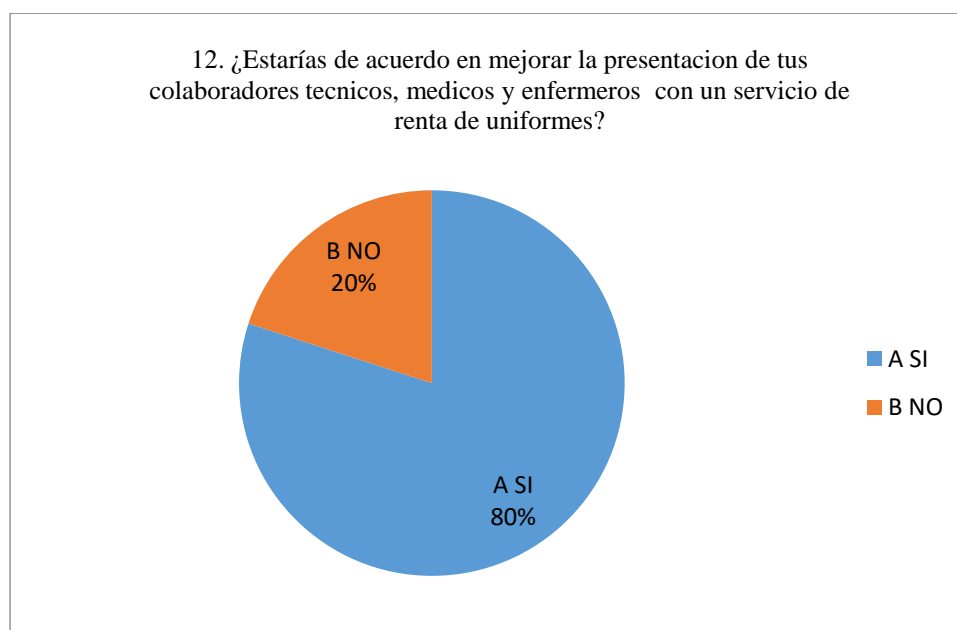
la pregunta siguiente a quienes NO estaba completamente de acuerdo con la presentación de sus colaboradores.

Tabla N° 26. 12. ¿Estarías de acuerdo en mejorar la presentación de tus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros con un servicio de renta de uniformes?

12. ¿Estarías de acuerdo en mejorar la presentación de tus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros con un servicio de renta de uniformes?		Porcentaje
A	SI	44
B	NO	11
Total		55
		80%
		20%
		100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 17. 12. ¿Estarías de acuerdo en mejorar la presentación de tus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros con un servicio de renta de uniformes?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

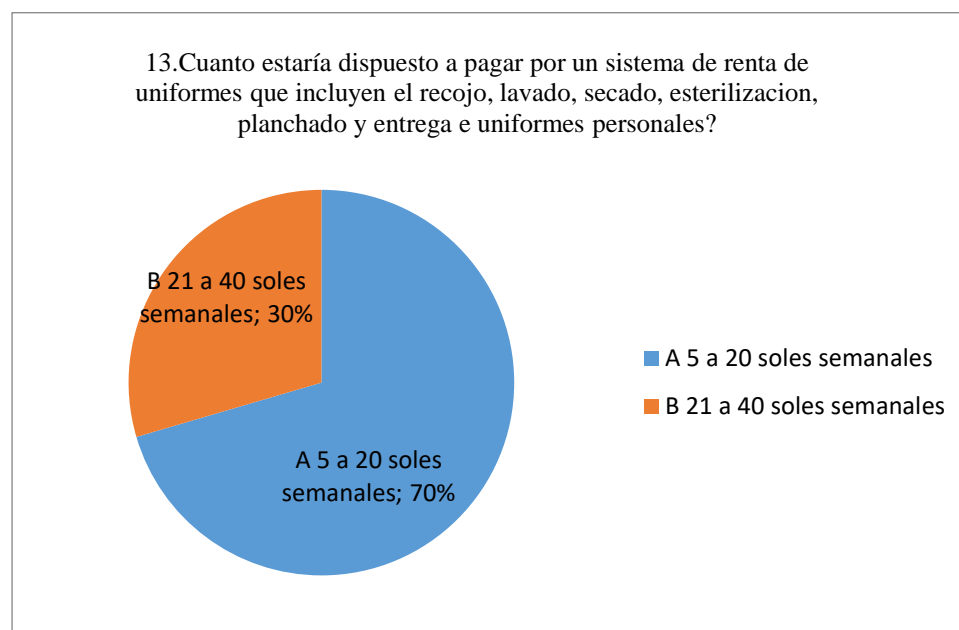
Pudimos obtener un 80% de respuesta aprobatorias, eso quiere decir que nuestro proyecto se vuelve viable, ya que la idea presentada a los encuestados fue bien recibida y aceptada, al contar con un número mayor al 50% de los encuestados podemos afirmar la viabilidad del proyecto.

Tabla N° 27. 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sistema de renta de uniformes que incluyen el recojo, lavado, secado, esterilización, planchado y entrega de uniformes personales?

13. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un sistema de renta de uniformes que incluyen el recojo, lavado, secado, ¿esterilización, planchado y entrega de uniformes personales?		Porcentaje	
A	5 a 20 soles semanales	31	70%
B	21 a 40 soles semanales	13	30%
C	41 a 60 soles semanales	0	0%
D	61 a 80 soles semanales	0	0%
Total		44	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 18. 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sistema de renta de uniformes que incluyen el recojo, lavado, secado, esterilización, planchado y entrega de uniformes personales?



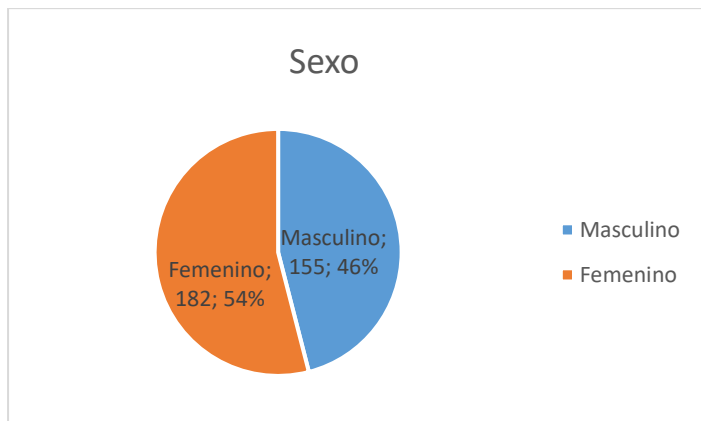
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

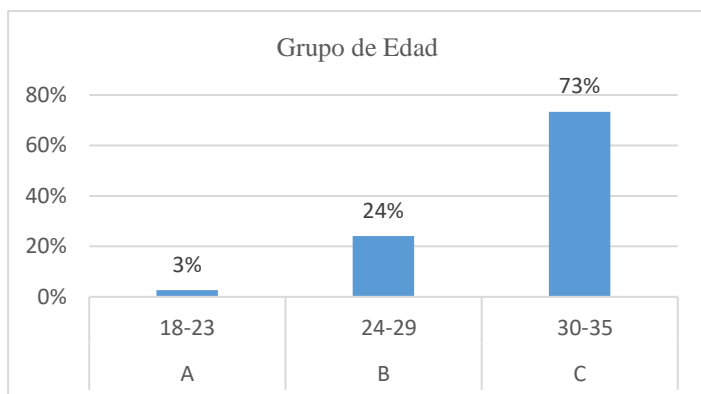
Es la Pregunta donde pudimos obtener información acerca del precio que podríamos colocar, asimismo obtuvimos información acerca de quienes nos comprarían el producto, para poder realizar nuestra proyección de la demanda.

Respuestas Usuario (testeo de producto):

Tabla N° 28. Respuesta de Usuario



Sexo	Porcentaje	
Masculino	155	46%
Femenino	182	54%
Total	337	100%



Grupo de Edad	Porcentaje	
A 18-23	9	3%
B 24-29	81	24%
C 30-35	247	73%
Total	337	100%

Interpretación:

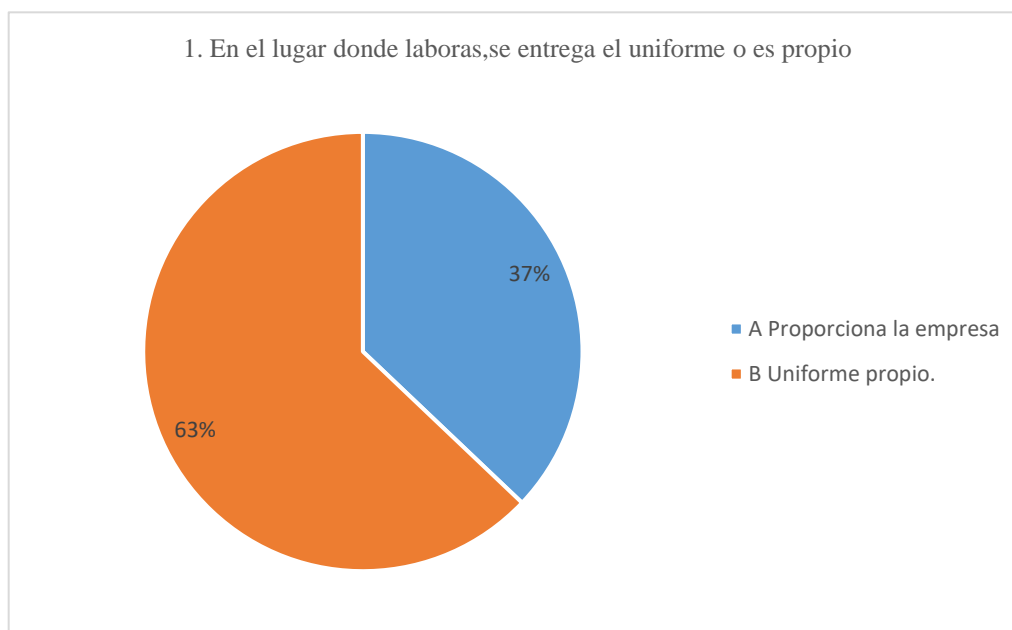
Cuando se realizaron las encuestas el sexo predominante es el femenino, entonces a nivel del producto tendremos que manejar un stock mayor de uniformes para damas que para varones.

Tabla N° 29. 1. En el lugar donde laboras, se entrega el uniforme o es propio

1. En el lugar donde laboras, se entrega el uniforme o es propio		Porcentaje	
A	Proporciona la empresa	125	37%
B	Uniforme propio.	212	63%
Total		337	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 19. 1. En el lugar donde laboras, se entrega el uniforme o es propio



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 63% de encuestados nos indicó que el uniforme es propio, eso nos da un indicativo que las empresas no suelen invertir en uniformes, teniendo los colaboradores que gastar en la compra de su propio atuendo, sabiendo que los ingresos económicos del sector salud en clínicas es bastante elevado, y teniendo en cuenta los últimos acontecimientos en enfermedades virales y mortales, en nuestro proyecto tendremos la posibilidad de poder controlar una posible epidemia al tratar de manera adecuada los uniformes usados.

Tabla N° 30. 2. ¿Con qué frecuencia se le hacen entrega los uniformes?

2. ¿Con qué frecuencia se le hacen entrega los uniformes?		Porcentaje	
A	Diario	0%	
B	Semanal	0%	
C	Bimestral	0%	
D	Semestral	125	100%
Total		125	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

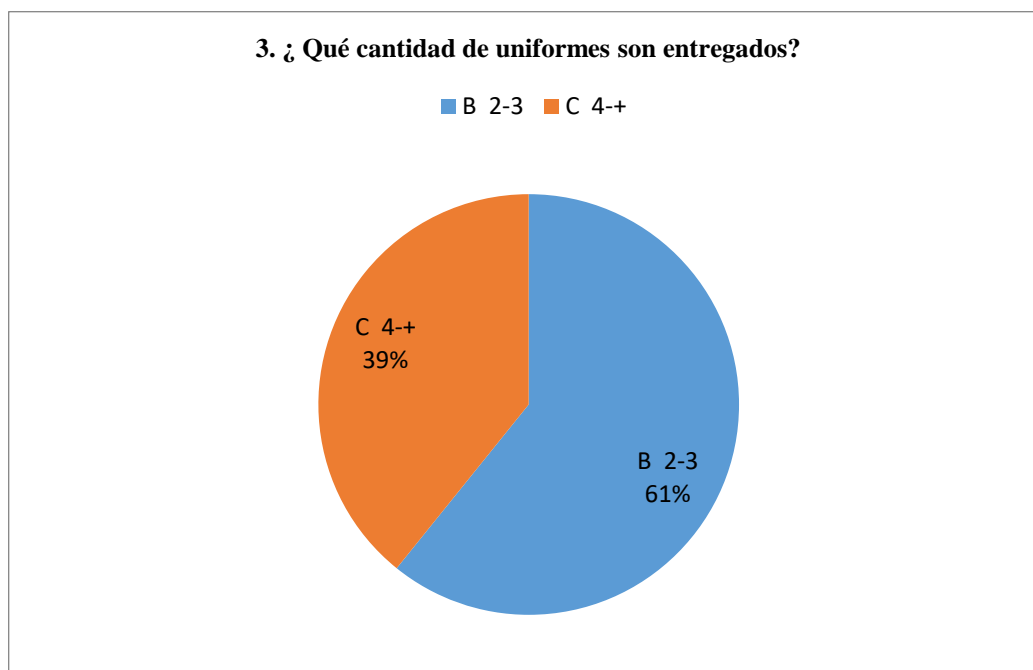
En este análisis el 37% de personas encuestadas nos indicaron que la renovación de los uniformes es realizada aproximadamente cada 6 meses, y esto se debe a que existe una normativa que nos indica la durabilidad de un uniforme clínico el cual no debería exceder los 6 meses de uso, por la exposición constante a bacterias, así como también las constantes lavadas que estos uniformes atraviesan.

Tabla N° 31. 3. ¿Qué cantidad de uniformes son entregados?

3. ¿Qué cantidad de uniformes son entregados?		Porcentaje
A	1	0
B	2-3	76
C	4+	49
Total		125
		100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 20. 3. ¿Qué cantidad de uniformes son entregados?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La cantidad de uniformes que deberían tener las enfermeras es de 4 a 6 juegos porque deben ser lavado constantemente, así como desinfectados, a pesar de ello solo un 39% de

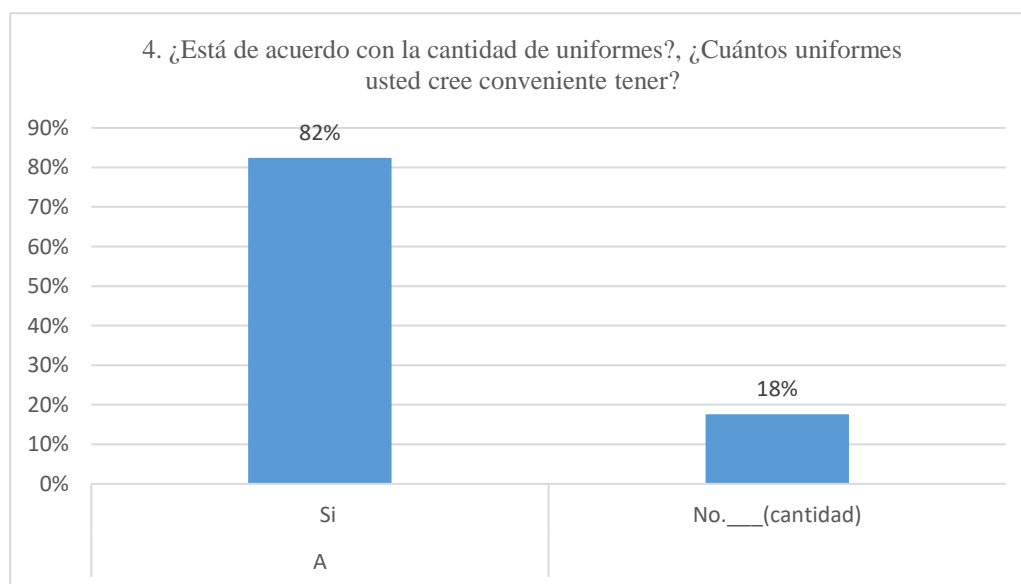
encuestados cumpliría con esta recomendación el 61% d encuestados restante en muchos de los casos usa el uniforme hasta 3 veces antes de realizar el lavado del mismo, por diferentes razones, como, por ejemplo. El tiempo en ser secado, la cantidad de tiempo que pierde al lavarlo en casa, el tema económico y la durabilidad del mismo, ya que en cada lavada sufre un desgaste.

Tabla N° 32. 4. ¿Está de acuerdo con la cantidad de uniformes?, ¿Cuántos uniformes usted cree conveniente tener?

4. ¿Está de acuerdo con la cantidad de uniformes?, ¿Cuántos uniformes usted cree conveniente tener?			Porcentaje
A	Si	103	82%
B	No	22	18%
Total		125	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 21. 4. ¿Está de acuerdo con la cantidad de uniformes?, ¿Cuántos uniformes usted cree conveniente tener?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Cuando se les realizó una pregunta acerca de la conformidad un alto porcentaje nos respondió de manera favorable, el 39% en la pregunta anterior en su totalidad sin embargo las personas que recibían entre 2 a 3 uniformes tuvieron las opiniones divididas ya que por un

lado no se les hacía problema usar el uniforme dos a tres veces antes de cada lavada ya que pertenecían a un área de bajo riesgo y por otro lado teníamos quienes realizaban turno corridos y descansaban 2 días, entonces en la semana usaban 3 uniformes sin problemas.

Tabla N° 33. 5. ¿Quién se encarga del lavado del uniforme?

5. ¿Quién se encarga del lavado del uniforme?			Porcentaje
A	Centro de trabajo	0	0%
B	Personal.	125	100%
Total		125	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

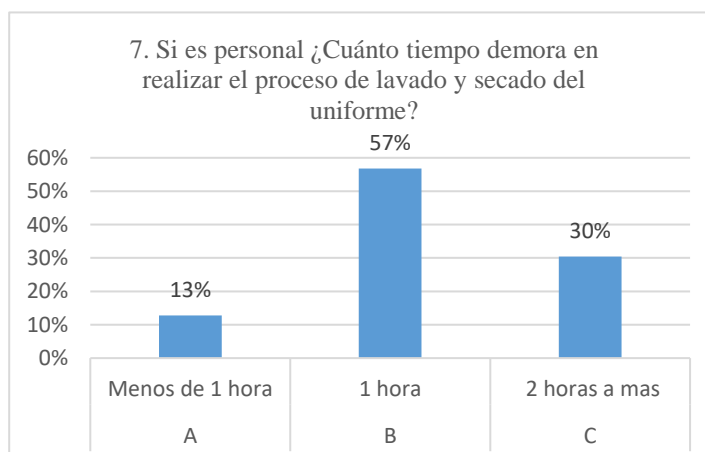
Esperamos obtener datos en donde al personal se le brinde la facilidad del lavado de sus uniformes, lamentablemente con respecto a uniformes la respuesta fue que ellos mismo se encargan del lavado de cada uniforme, solo se encargan de la ropa de cama en su mayoría.

Tabla N° 34. 7. Si es personal ¿Cuánto tiempo demora en realizar el proceso de lavado y secado del uniforme?

7. Si es personal ¿Cuánto tiempo demora en realizar el proceso de lavado y secado del uniforme?			Porcentaje
A	Menos de 1 hora	16	13%
B	1 hora	71	57%
C	2 horas a mas	38	30%
Total		125	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 22. 7. Si es personal ¿Cuánto tiempo demora en realizar el proceso de lavado y secado del uniforme?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

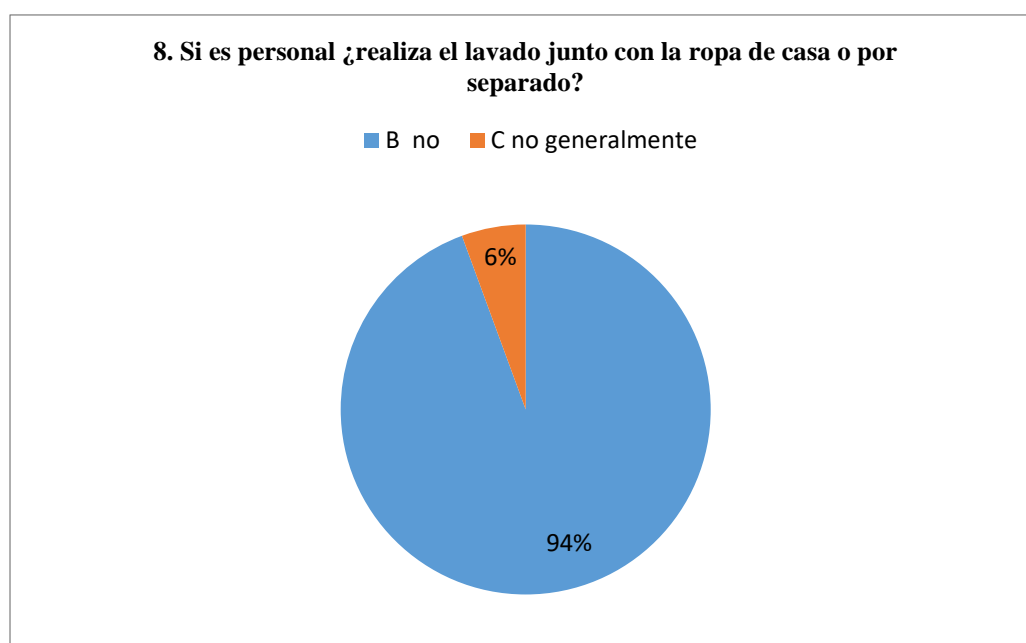
En este rango de respuestas obtuvimos que una persona demora de 1 hora a más en realizar el lavado del uniforme, este tiempo puede ser usado en otro tipo de actividades como pasar el tiempo con su familia, amigos o cualquier actividad que en sus ratos libre el colaborador puede realizar sin embargo es tomado para el lavado, con nuestro proyecto tendrían al personal más tranquilo contento ya que en su tiempo libre tendrían un espacio para ellos mismos.

Tabla N° 35. 8. Si es personal ¿Realiza el lavado junto con la ropa de casa o por separado?

8. Si es personal ¿Realiza el lavado junto con la ropa de casa o por separado?			Porcentaje
A	Si	0	0%
B	No	118	94%
C	No generalmente	7	6%
Total		125	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 23. 8. Si es personal ¿Realiza el lavado junto con la ropa de casa o por separado?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

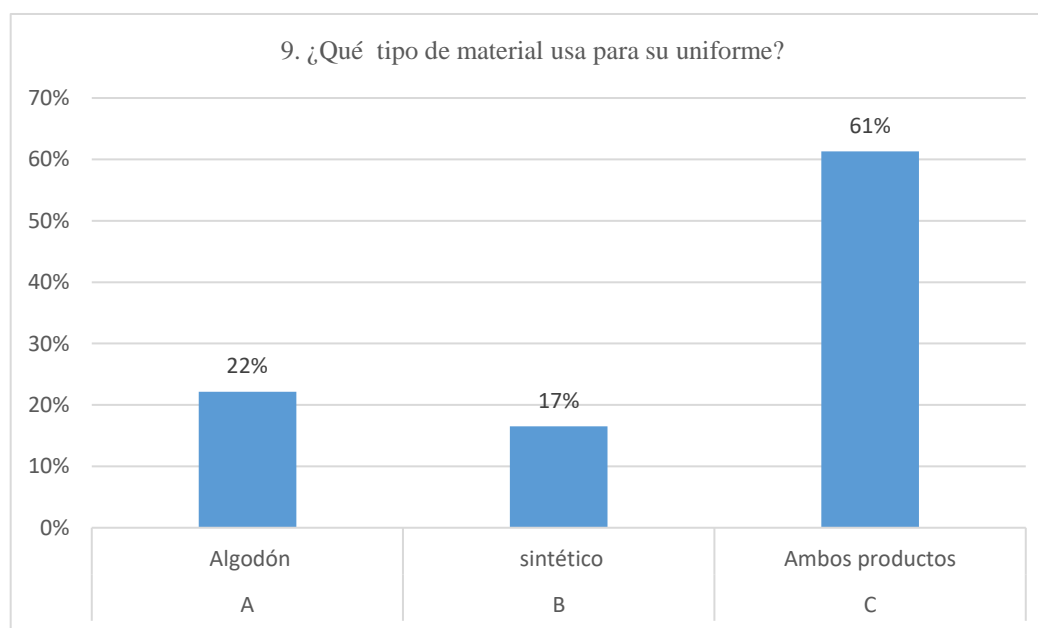
En esta oportunidad una cantidad mínima como el 6% en algunas ocasiones había realizado el proceso de lavado con el resto de su ropa, asumiendo que los encuestados nos dijeron la verdad, existe una responsabilidad dentro de ellos puesto que este uniforme se encuentra contenido y el contacto con el resto de ropa es perjudicial para el su familia o quienes usen la ropa con la cual se combina.

Tabla N° 36. 9. ¿Qué tipo de material usa para su uniforme?

9. ¿Qué tipo de material usa para su uniforme?		Porcentaje	
A	Algodón	47	22%
B	sintético	35	17%
C	Ambos productos	130	61%
Total		212	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 24. 9. ¿Qué tipo de material usa para su uniforme?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Esta pregunta fue una de las principales para nuestra investigación ya que al ser un servicio de renting de uniformes queremos que estos sean del completo agrado del usuario así

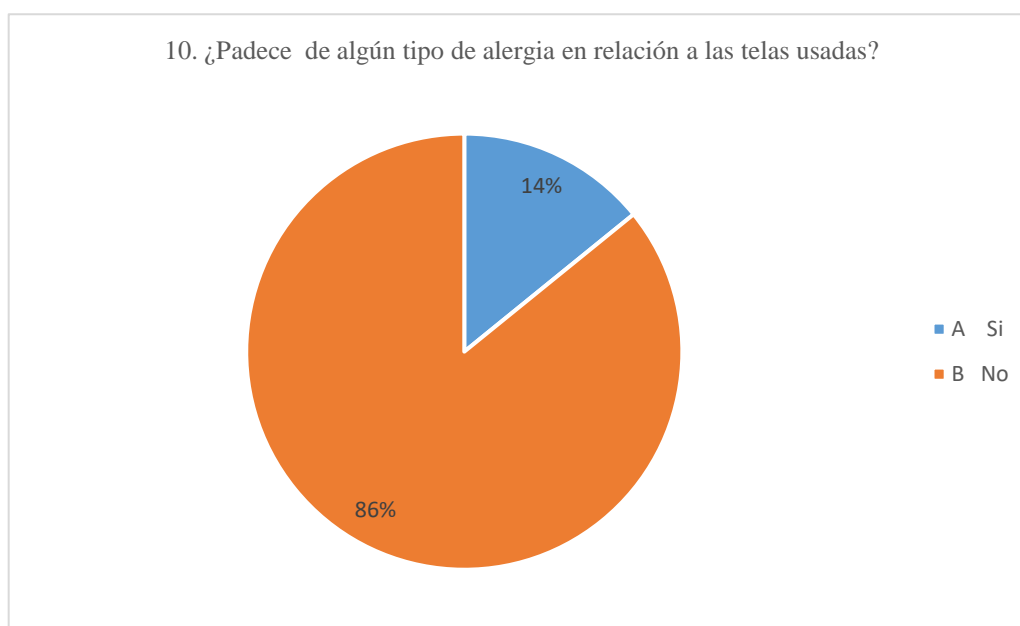
como también no generen ningún tipo de molestia por el material con el que estará confeccionado, y es así que pudimos observar que la combinación de ambos productos como el sintético como el algodón son usados de manera cotidiana, esta respuesta nos ayudará ya que pretendíamos introducir uniformes con ambos materiales en porcentajes no perjudiciales para la salud.

Tabla N° 37. 10. ¿Padece de algún tipo de alergia en relación a las telas usadas?

10. ¿Padece de algún tipo de alergia en relación a las telas usadas?		Porcentaje	
A	Si	30	14%
B	No	182	86%
Total		212	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 25. 10. ¿Padece de algún tipo de alergia en relación a las telas usadas?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Este porcentaje de personas quienes contestaron de manera positiva tenían problemas de tipo alérgicos con algunos materiales como el sintético, nos comentan que en algunos

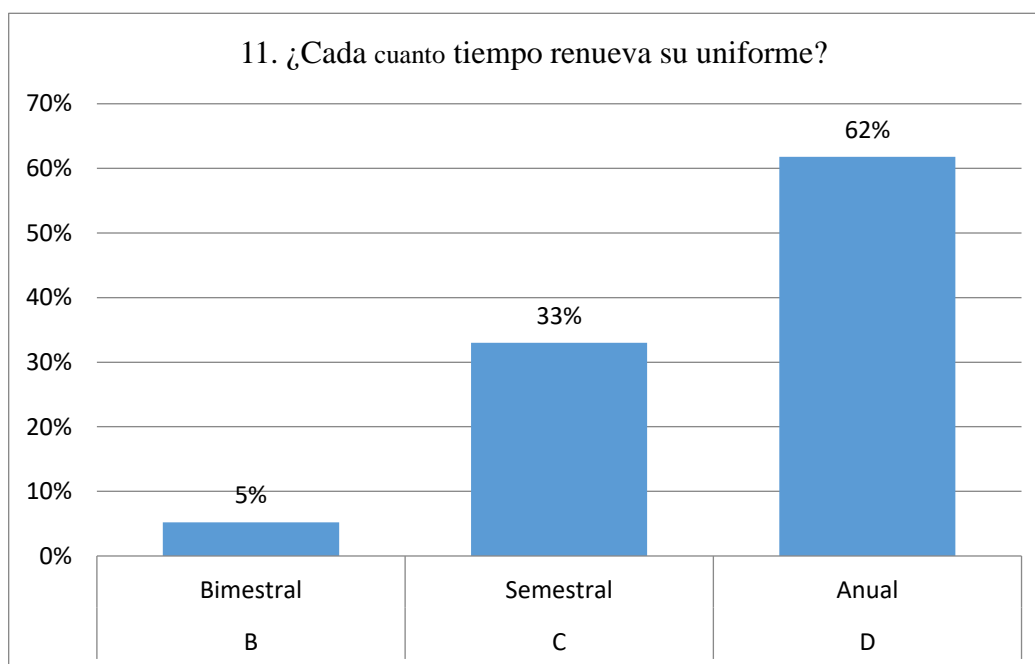
casos usan ropa manga larga de algodón para que el uniforme no tenga contacto directo con la piel, es una manera adecuada de poder cuidar su piel, al representar el 14% es posible que tengamos uniformes especiales para este tipo de casos, claro está el cobro sería ligeramente elevado por el tipo de material.

Tabla N° 38. 11. ¿Cada cuánto tiempo renueva su uniforme?

11. ¿Cada cuánto tiempo renueva su uniforme?			Porcentaje
A	Mensual	0	0%
B	Bimestral	11	5%
C	Semestral	70	33%
D	Anual	131	62%
Total		212	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 26. 11. ¿Cada cuánto tiempo renueva su uniforme?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

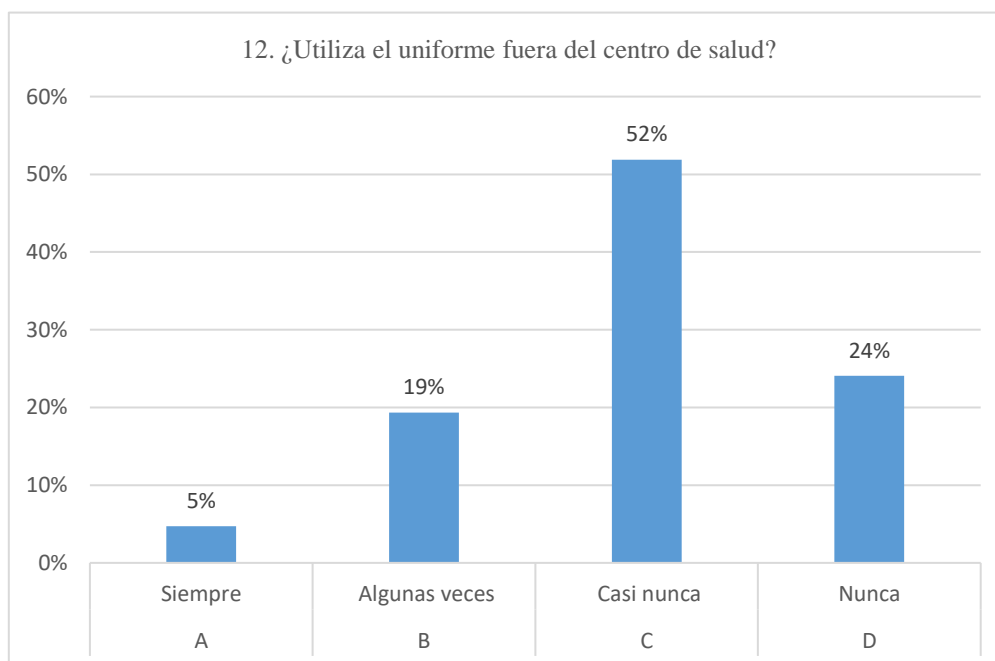
Según la encuesta existe un predominante número de encuestados que cambian el uniforme cada año, según lo investigado un uniforme medico al estar propenso a tantas enfermedades debe ser cambiado máximo a término de los 6 meses de uso.

Tabla N° 39. 12. ¿Utiliza el uniforme fuera del centro de salud?

12. ¿Utiliza el uniforme fuera del centro de salud?		Porcentaje	
A	Siempre	10	5%
B	Algunas veces	41	19%
C	Casi nunca	110	52%
D	Nunca	51	24%
Total		212	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 27. 12. ¿Utiliza el uniforme fuera del centro de salud?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con esta pregunta queríamos comprobar la teoría inicial acerca de la cantidad de personas que veíamos en las calles con el uniforme de la institución, si bien es cierto existe el

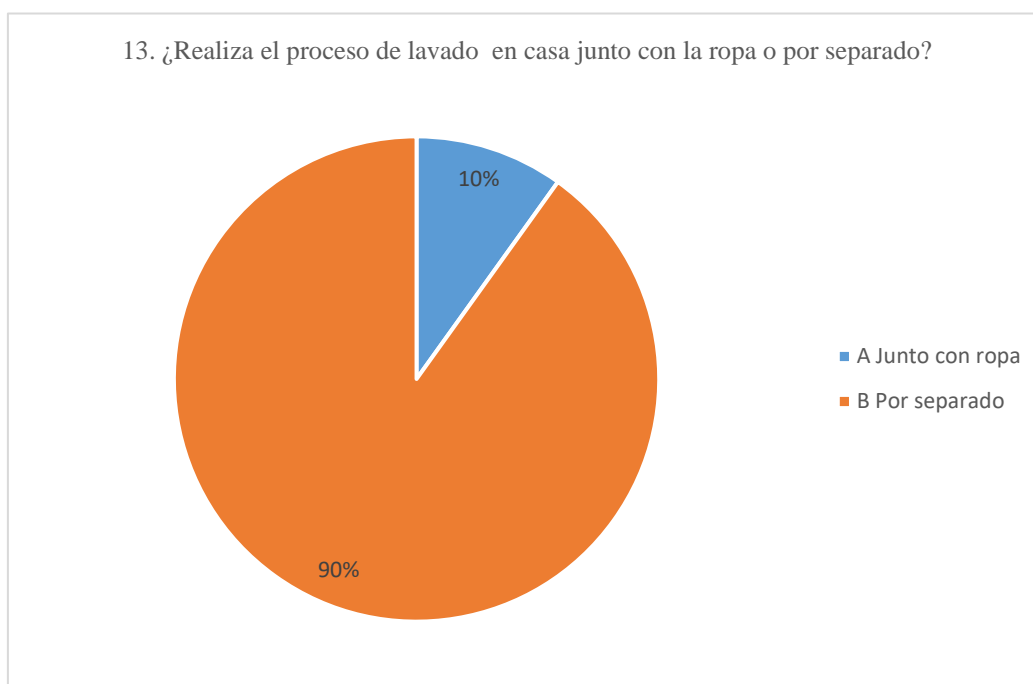
conocimiento que no es lo que deberían hacer por las respuestas obtenidas aun así lo hacen en las etiquetas A, B y C podemos observar que tenemos un considerable número de personas que salen de las instalaciones con el menor cuidado.

Tabla N° 40. 13. ¿Realiza el proceso de lavado en casa junto con la ropa o por separado?

13. ¿Realiza el proceso de lavado en casa junto con la ropa o por separado?			Porcentaje
A	Junto con ropa	21	10%
B	Por separado	191	90%
Total		212	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 28. 13. ¿Realiza el proceso de lavado en casa junto con la ropa o por separado?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación

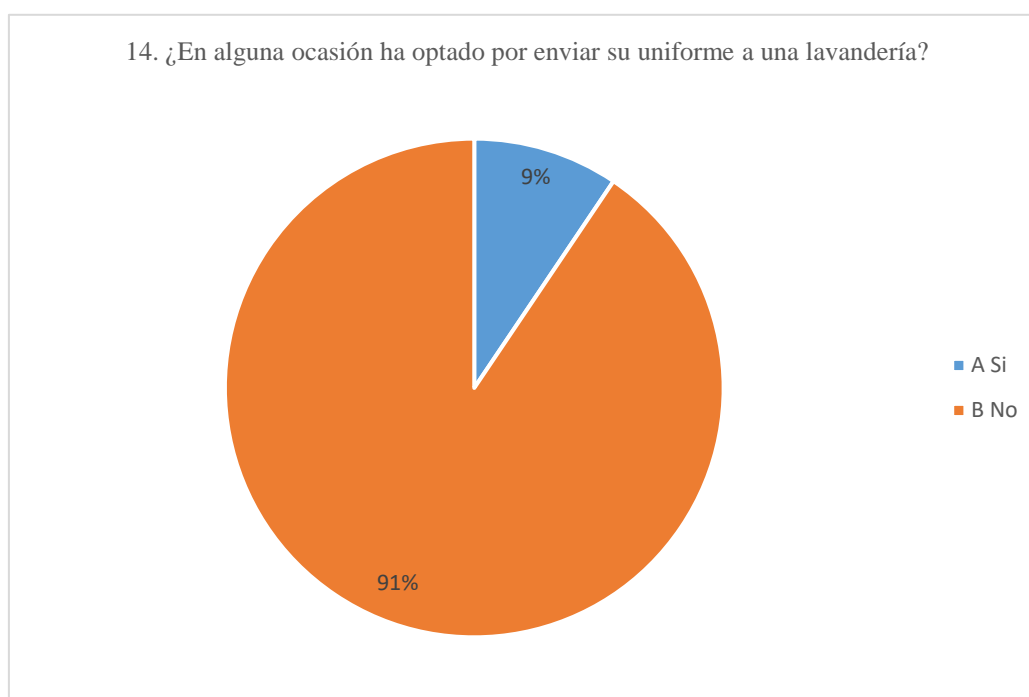
Según las encuestas tenemos un 10% que no realiza el proceso adecuadamente, estas prendas se encuentran contaminadas no es recomendable lavarlas junto con el resto de ropa, ya que se corre el riesgo de la propagación de alguna enfermedad potencialmente contagiosa.

Tabla N° 41. 14. ¿En alguna ocasión ha optado por enviar su uniforme a una lavandería?

14. ¿En alguna ocasión ha optado por enviar su uniforme a una lavandería?			Porcentaje
A	Si	20	9%
B	No	192	91%
Total		212	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 29. 14. ¿En alguna ocasión ha optado por enviar su uniforme a una lavandería?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

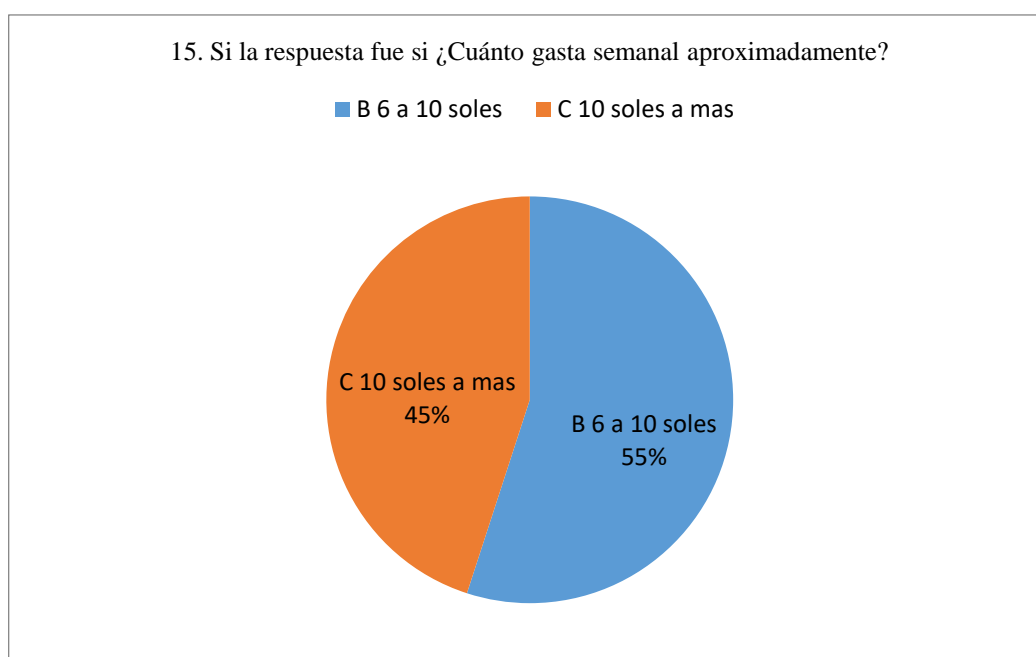
Poco porcentaje de encuestados no contestaron que si optaron por una lavandería, y es que normalmente tienen familia y suelen tener un día de lavado en el cual aprovechan el día en realizar dicha labor, el 9% que nos contestó de forma afirmativa nos comentó que lo ha realizado rara vez, cuando no ha tenido el tiempo de lavar en casa por temas personales, pero prefieren realizarlo en casa, por confianza y también por el tema económico.

Tabla N° 42. 15. Si la respuesta fue si ¿Cuánto gasta semanal aproximadamente?

15. Si la respuesta fue si ¿Cuánto gasta semanal aproximadamente?		Porcentaje
A	1 a 5 soles	0
B	6 a 10 soles	11
C	10 soles a mas	9
Total		20
		100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 30. 15. Si la respuesta fue si ¿Cuánto gasta semanal aproximadamente?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

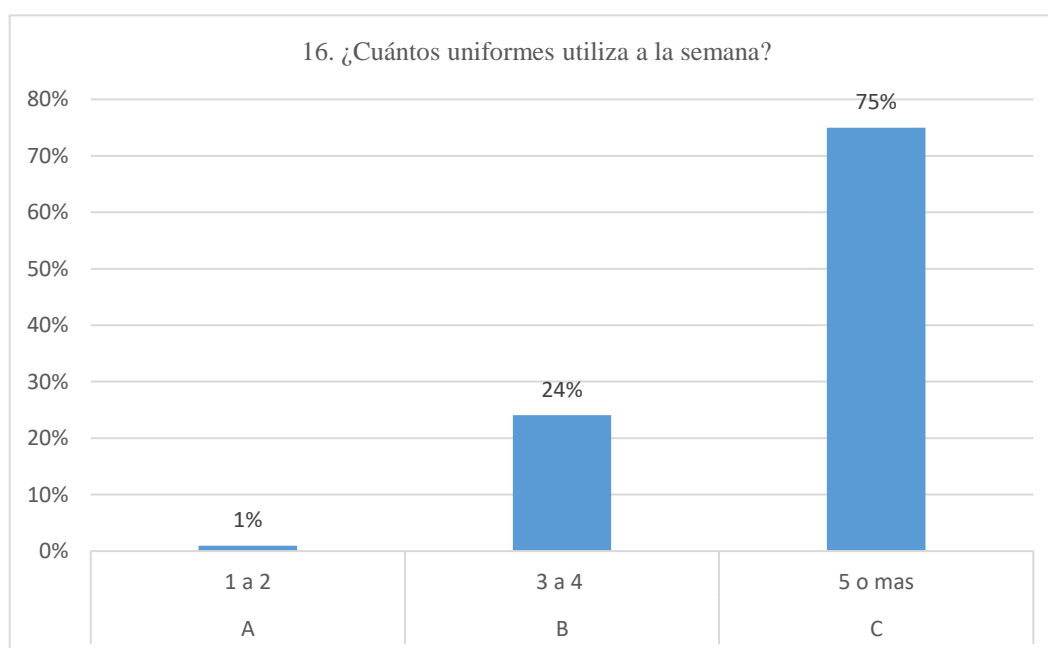
Como se comentó en la respuesta anterior el tema económico juega un rol importante en la decisión del uso de lavandería hay un importante porcentaje que el costo es de S/ 10.00 a más el común denominador en la población, el factor económico es determinante a pesar que ahorre un tiempo significativo siempre la decisión final es acorde al dinero con el que se cuenta.

Tabla N° 43. 16. ¿Cuántos uniformes utiliza a la semana?

16. ¿Cuántos uniformes utiliza a la semana?			Porcentaje
A	1 a 2	2	1%
B	3 a 4	51	24%
C	5 s más	159	75%
Total		212	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 31. 16. ¿Cuántos uniformes utiliza a la semana?



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El nivel que tiene de rotación de uniformes es importante para poder en cuenta la frecuencia que debemos realizar la reposición., lo recomendable es realizar el cambio diario, por el tema de higiene.

Conclusiones a las que se llegaron:

- El proyecto se acomoda a las necesidades actuales del mercado.
- Es beneficioso para ambos lados, tanto usuarios como clientes, por el lado de los usuarios el tiempo que les ahorrara es considerable, por el lado de los clientes con las nuevas normativas que puedan surgir ante la ola de epidemias van a tener que adoptar este de servicios que les aseguren un lugar inocuo, limpios de toda bacteria
- El factor económico siempre va a ser determinante para la toma de decisiones, en la primera impresión los encuestados que les agrado la idea optan por la opción más económica mientras que otro porcentaje optan por las que le mayores beneficios por el precio pagado.
- El tema de la salud es bastante delicado, no se puede tomar a la ligereza el cambio de uniformes ya que son un foco de infección para bacterias potencialmente contagiosas, es de suma importancia realizar el lavado correcto incluyendo un proceso de desinfección.

Inconvenientes estudio de mercado:

- El tiempo del personal de la salud es muy acotado, no se tiene el tiempo para poder tener una extensa entrevista.
- La paciencia de los doctores no siempre es la mejor, quizás es el estrés a los que se encuentran.
- Lograr una entrevista con un potencial cliente, es decir un jefe de logística es bastante difícil, ya que no cuentan con mucho tiempo libre,
- Las restricciones por políticas internas de las clínicas en cuanto a brindar información.

Mercados:

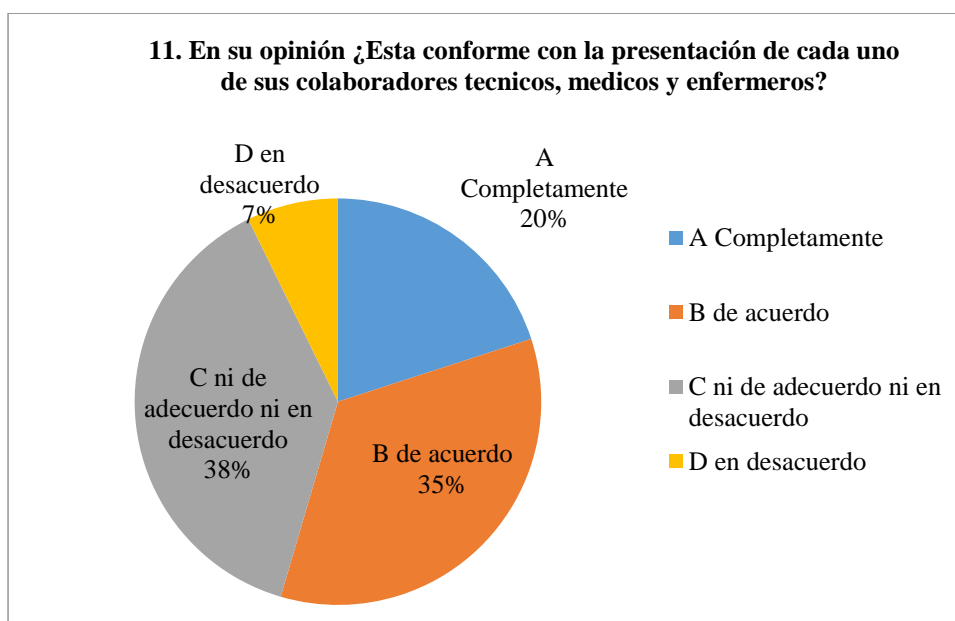
Realizamos una segmentación de habitantes, en donde solo nos quedamos con el personal de salud, según el último compendio del año 2018 realizado por el Ministerio de salud, el personal que trabaja en el sector salud representa el 1.08% de la población, es así que teniendo 10,295,249 de habitantes tenemos que el porcentaje representa a 111,189 de personal activo en salud, de este número tenemos según el mismo estudio que personal de salud, sean enfermeros, médicos o técnicos son el 99.3%, teniendo como resultado final a 110

410 personas como personal de salud, de los cuales son 45,587 que pertenecen al sector privado que se encuentran distribuidas en 56 clínicas de Lima.

El Mercado potencial nos viene del resultado de la siguiente pregunta:

11. En su opinión ¿Está conforme con la presentación de cada uno de sus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros?

Gráfico N° 32. Mercado Potencial



Dejamos de lado aquellos encuestados que están completamente conforme (20%) con la presentación de sus colaboradores y tomamos aquellos potenciales clientes podrían acceder a nuestra propuesta.

Negativo : A Completamente
 Positivo : B De acuerdo
 C ni de acuerdo ni en desacuerdo
 D En desacuerdo

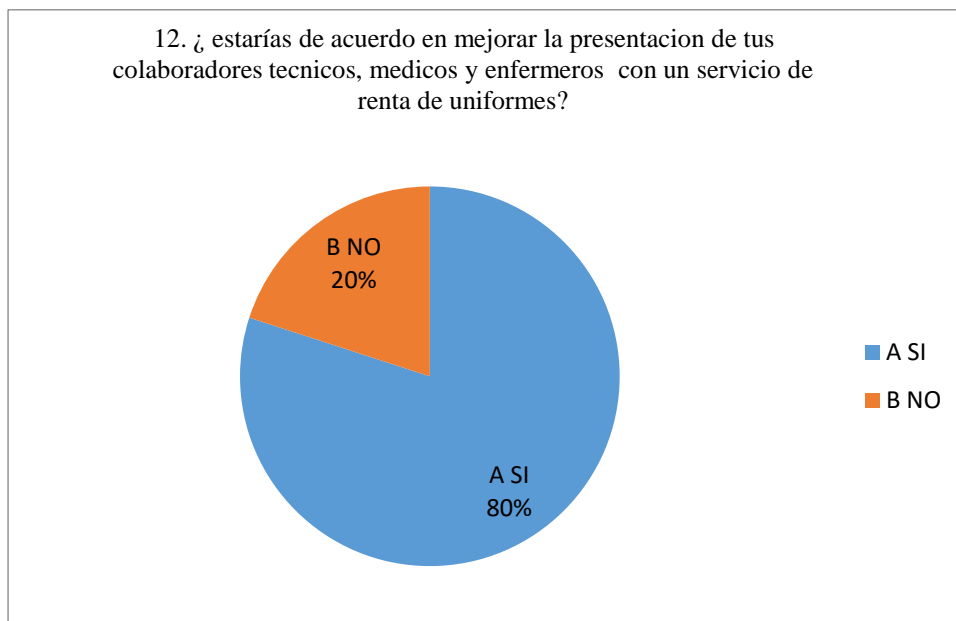
Mercado Potencial	
Positivo	Negativo
80%	20%
45	

Conclusión: tomando que en el sector privado laboran 45,587 personas agrupadas en 56 clínicas, nos da como resultado 45 clínicas como mercado potencial.

El mercado disponible fue el resultado de la siguiente pregunta:

12. ¿Estarías de acuerdo en mejorar la presentación de tus colaboradores técnicos, médicos y enfermeros con un servicio de renta de uniformes?

Gráfico N° 33. Mercado Disponible



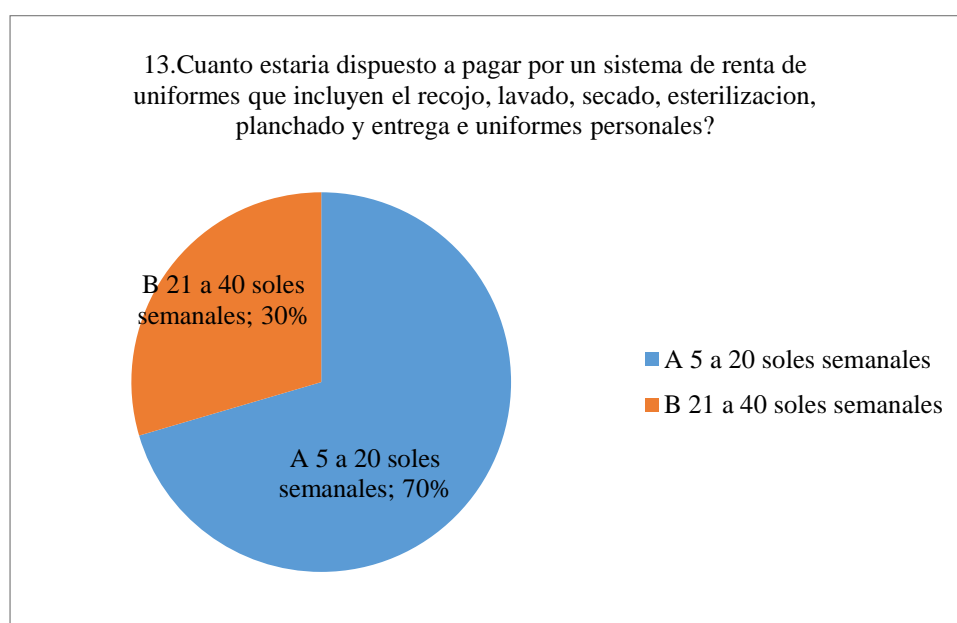
Mercado Disponible	
Si	No
80%	20%
36	

Conclusión: teniendo como referencia nuestro mercado potencial y las respuestas afirmativas representando el 80% nos da como resultado que 36 clínicas serían nuestro mercado disponible.

El Mercado Efectivo viene del resultado de la siguiente pregunta de encuesta:

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un sistema de renta de uniformes que incluyen el recojo, lavado, secado, esterilización, planchado y entrega de uniformes personales?

Gráfico N° 34. Mercado Efectivo



Mercado Efectivo	
A	B
70%	30%
25	

Conclusión: Nuestro mercado efectivo, viene del resultado de la pregunta realizada a los clientes, de la cantidad a pagar, una vez que tuvimos la información de la compra se propone un precio el cual es aceptado por el cliente, por consiguiente, tenemos un mercado efectivo de 25 clínicas.

Mercado Objetivo:

En la pregunta número 12 nos indicaron que el 80% estaría interesado en adquirir el servicio siendo conservadores estamos tomando el 15% del mercado efectivo que equivalen a 4 clínicas.

Mercado Objetivo	
A	B
15%	85%
4	

Conclusión: hemos concluido que podremos atender a 4 clínicas acorde con nuestra capacidad instalada.

Capacidad instalada maquinaria:

Para poder analizar la capacidad instalada de la maquinaria tomamos en cuenta las horas y días trabajados dentro del local, así como también la capacidad de carga de las principales maquinas obteniendo un promedio de capacidad semanal, posteriormente lo convertimos en mensual.

MAQUINARIA	CAPACIDAD	PRENDAS	HORAS LABORALES	DÍAS	CAPACIDAD SEM.	CAPACIDAD MENSUAL
LAVADORA	140 KILOS	105 POR HORA	7	5	3,675	14700
SECADORA	77 KILOS	58 POR HORA	7	5		

Pudimos obtener que la capacidad de nuestra maquinaria es de 14,700 prendas al mes en ambos procesos lavado y secado.

A nivel de Maquinaria tiene la capacidad de realizar el lavado de aproximadamente 420 prendas por ciclo.

En cuanto al secado tiene la capacidad de secar aproximadamente 230 prendas por cada ciclo.

Al iniciar las operaciones contaremos con 2 operarios, los mismos que se encargarían de los procesos de lavado, secado, planchado, desinfectado y empacado.

Se realizó un estudio del tiempo en que un operario realiza todo el proceso de limpieza y se determinaron los siguientes tiempos:

Acción	Tiempo
• Separación y colocado de ropa en lavadora	20”
• Desinfección de ropa	20”
Ingreso y retiro de ropa de secadora	20”
• Planchado y doblado por conjunto (2 piezas)	1”
• Almacenado	10”

En síntesis, al contar con dos operarios tenemos la capacidad de cubrir la demanda de 14,700 prendas al mes, equivale aproximadamente a 2,450 personas que podemos atender al mes.

Los primeros 6 meses de operación tenemos proyectado atender 3 clínicas que cuenten con 300 colaboradores aproximadamente, estas clínicas serían Providencia, San Judas Tadeo y San Gabriel, hablamos de 900 usuarios por atender.

Después de 6 meses de operaciones y ya con experiencia en servicio, tenemos proyectado conseguir un cliente adicional con 300 colaboradores aproximadamente, sumando 1,200 usuarios atender.

Según las entrevistas que hemos tenido con personal que labora en diferentes clínicas, en el mes de diciembre suelen salir de vacaciones, por los días festivos normalmente baja la afluencia de público, por tal motivo nuestra proyección es atender 900 personas, tomamos en cuenta que por clínica sale el 30% de personal de vacaciones.

Tasa de Crecimiento:

Según las proyecciones estamos convencidos a tener una tasa de crecimiento a nivel EBITDA de 19%, la explicación es la siguiente, El proyecto está diseñado para atender

clínicas con una cantidad de usuarios superior a las 200 colaboradoras por sede, según el PBI el Perú podría crecer 3% en el proyecto queremos crecer un porcentaje superior al cerrar contratos.

Tabla N° 44. Proyección de demanda Año 1

Costos AÑO 1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	900	900	900	900	900	900	1200	1200	1200	1200	1200	900
Horario	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00
Mensual	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.46,800.00
	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.8,424.00
Mensual	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.55,224.00

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

5.1 Mercado (características y segmentación)

En Lima Metropolitana contamos con 10 295 249 habitantes de los cuales según el Minsa 1.06% trabajan en el rubro de la salud.

Según el Ministerio de salud nos indica que un 97.03% son enteramente personal de salud de todas las ramas, como, por ejemplo: médicos, enfermeros técnicos, etc.

Dentro del tamaño de muestra encuestamos a 55 personas que pertenecen al personal administrativo de las clínicas quienes son el cliente final.

Tabla N° 45. Cálculo de habitantes en sector salud

Cálculo de habitantes en sector salud	
Número de personas	10,295,249.00
Porcentaje sector salud	1.08%
Total, número de habitantes en sector salud	111,188.69

Cálculo de habitantes profesionales de la salud	
Porcentaje trabajadores en clínicas y hospitales	99.30%
Total, habitantes profesionales de la salud	110,410.37

Tamaño de muestra	382.83145
Cliente Final (Clínica)	55
Testeo Producto	337

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 46. Mercado Potencial - Disponible - Efectivo

El mercado objetivo lo hemos obtenido según capacidad instalada e interés de compra

- Lavadora industrial con capacidad de 140 kilos.
- Los ciclos de lavado demoran entre 2 y 4 horas.
- La capacidad por prendas a lavar es de 420 prendas por ciclo.
- Se considera un turno de 8 horas de trabajo.

MERCADO OBJETIVO A ATENDER EN EL

PROYECTO

4 clínicas privadas

Fuente: Elaboración propia

5.2 Marketing Mix (producto, precio, plaza y promoción)

MARKETING MIX:

Precio:

- Según las encuestas podemos tener un precio de S/ 5 a S/ 20 semanales estableciendo una media aritmética de S/13.00 por persona, tenemos la posibilidad de bajar hasta S/ 9 y aun seguir teniendo un margen de ganancia de 55%.
- Se espera obtener un margen de ganancia superior al 50% por persona atendida.
- Economía de escala, siguiendo este concepto, mientras mayor sea el número de clientes menor será el costo de arrendamiento.

Producto y Servicio:

Producto:

- Características: Ropa Clínica especial, 85% algodón 15% Poliester, diseños y logos de acuerdo especificaciones del cliente, Tallas desde XL hasta 46, de acuerdo a la necesidad.

- **Funcionalidad:** Uso médico, chip dentro de prenda para identificación con código, el cual nos informa a través de una base datos si salió del recinto, así como también a quien le pertenece.
- **Beneficio:** Creamos cultura de orden, ayudamos a la no propagación de enfermedades virales que se encuentren en las prendas, a través del tratamiento especial.
- **Costo:** El costo de estos uniformes se encuentra entre los S/ 18 y S/ 20

Tabla N° 47. Tabla de Productos

Ropa Hospitalaria:

Scrubs (Chaqueta y Pantalón)	
Composición	85% algodón - 15% poliéster
Color	Gris azul
Bordado	Depende del cliente
Ojales	En bolsillo superior
Color del cuello	Gris azul
Chip	En cada prenda
Tamaños	Desde XS hasta talla 46



Bata de doctor

Bata de Doctor	
Composición	85% algodón 15% poliéster
Color	Blanco
Bordado	Depende del cliente
Chip	Cuello
Tamaños	Desde XS hasta talla 46



Uniforme de enfermera

Uniforme De Enfermera (chaqueta y pantalón)	
Composición	85% algodón 15% poliéster
Color	Celeste
Bordado	Depende del cliente
Chip	Cuello
Tamaños	Desde XS hasta talla 46



Servicio:

- Características: Servicio Delivery, recojo, lavado, secado, planchado, desinfección y entrega de uniformes clínicos.
- Funcionalidad: Uniformes cumpliendo con los horarios de entrega y las especificaciones de calidad.
- Beneficio: tanto para los pacientes como al usuario la tranquilidad que tiene uniformes siempre limpios en buen estado y desinfectado, asimismo no propagando ninguna enfermedad viral ya que tienen el tratamiento adecuado.

Tabla N° 48. Servicios

Servicios	
Alquiler	prendas textiles, repuestos relacionado al cuidado de la salud clínica u hospitalaria
Lavandería	Lavado, secado y planchado de las prendas hospitalarias (uniforme medico).
Delivery	recojo de prendas del centro de salud al igual que el retorno de la prenda al centro de salud limpia
Sistema De Trazabilidad	Sistema de chip que almacena un código, el mismo que se asocia a una base de datos, en donde tenemos información sobre el colaborador a quien le pertenece y trazabilidad del uniforme.

Ropería	Dotación de ropa para el correcto funcionamiento de la operativa clínica, acorde a las especificaciones emitidas por la institución, adicional garantizar un stock de reserva ante cualquier eventualidad.
Costura	Se contará un servicio de costura en donde se podrá bordar logos de la empresa contratante de ser necesario, así como también ajustes de ropa en cuanto tallas del personal.

Fuente: Elaboración propia

Logo:



Color:

Según los psicólogos el color azul y blanco son colores que tranquilizan asimismo denotan limpieza y pulcritud, se asocian a centros hospitalarios y clínicos.

Objetos:

Se buscó resumir en logo nuestros productos y que contienen a través de símbolos los cuales son:

- **Prenda:** queremos transmitir que nos dedicamos a un renting de ropa
- **Balde:** con burbujas: con este dibujo estamos transmitiendo que nos dedicamos a la lavandería junto con el agua y burbujas que produce el detergente.
- **Frasco:** este material está demostrando que no solo nos dedicamos al lavado y al alquiler de prendas, sino que el proceso final es el desinfectado de las prendas.
- **Señal Wifi:** con esta señal queremos concluir que estas prendas se encuentran bajo un sistema de control, de manera inalámbrica por nuestro personal

Estrategia de marca:

Como Nombre de marca no podíamos denotar que se trata de una común lavandería ya que nosotros en el proyecto estamos ofreciendo aún más que ello, las lavanderías tradicionales suelen llevar y entregar la ropa, en nuestro proyecto Smart (inteligente) Clothes (ropa), queremos brindarle a nuestro cliente una ropa inteligente, que sea asignada a un colaborador en específico, gracias a la identificación con los chips.

Servicios post venta:

Contar un servicio Post venta en nuestro negocio es de vital importancia, ya que al ser un servicio de renting nuestra comunicación con el cliente debe ser constante, asimismo la idea de negocio es contar con una personal in house en la clínica donde estaremos brindando el servicio, el mismo que solo se dedique a la entrega de uniformes, sino que también recoger dudas, consultas e inquietudes de los usuarios.

PLAZA:

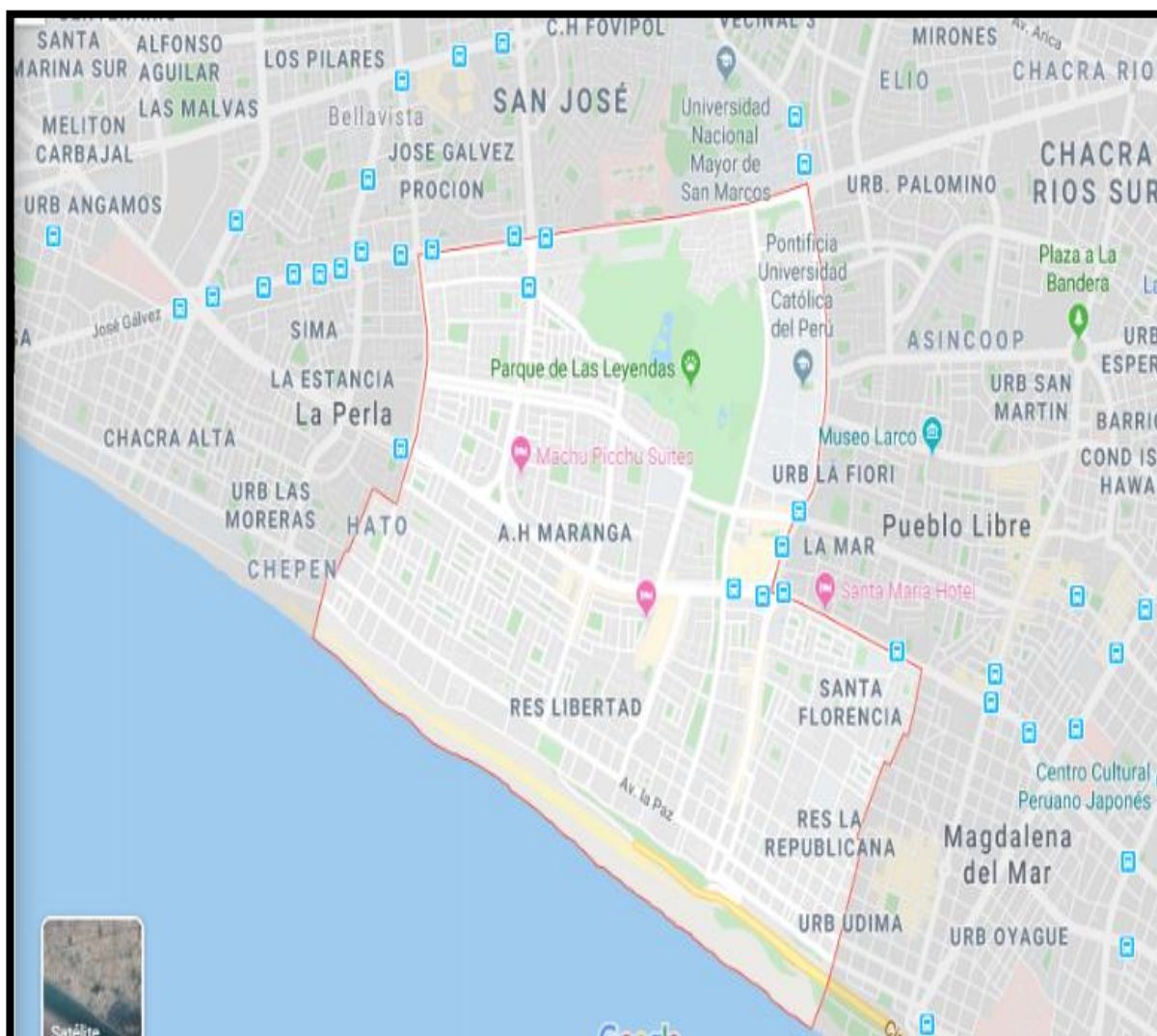
La Localización del Local Principal, es el distrito de “San Miguel”, porque:

- Es un distrito céntrico, cuenta con las avenidas principales, así como también alternas para ocasiones de modificación de tránsito.
- Los precios de venta oscilan entre S/3 000.00 a S/ 6 000.00 el metro cuadrado, mientras que los alquileres se encuentran en un rango de S/ 50 a S/300.

Hemos elegido como plaza la zona 6 de lima la cual comprende distritos como Jesús María, Lince, Pueblo Libre, Magdalena y San Miguel en el cual estaremos ubicados.

La elección de ubicarnos en San Miguel ES POR QUE ENCUENTRAN ALREDEDOR LAS CLÍNICAS que queremos cubrir con nuestro servicio en primera instancia y ya que podremos atenderlos de manera rápida y eficaz al estar dentro de la zona.

Gráfico N° 35. Localización del Local



Fuente: Google Mapas

PROMOCIÓN:

Nuestro Producto y Servicio al tratarse de ser industrial, no tendremos éxito en promocionarnos a través de redes sociales, se buscarán otros tipos de mercadeos.

- Cartas de presentación en clínicas.
- Página Web, con dominio propio.
- Entrevistas con representantes de clínicas.
- Ferias tecnológicas productos para salud “Tecno salud”

Cartas de presentación:

Iremos presentando nuestro producto y servicio a las clínicas dentro de nuestra segmentación así nos iremos insertando en el mercado.

Página web:

Usaremos un dominio propio y dándole la seguridad al cliente que contamos con una página asegura a si daremos una imagen de empresa sería la cual requiere el sector.

Participación en ferias:

Como Tecno salud ya que es el punto de encuentro de los profesionales de la salud con las novedades del sector. En este salón se presenta lo último en instrumental y equipos médicos, productos farmacéuticos, odontológicos y de laboratorio, maquinaria y mobiliario para asistencia clínica hospitalaria, entre otros.

Plan de ventas**Plan de Marketing digital**

- Publicidad en Facebook e Instagram enfocada a personal de Salud.
- Actualización de contenido a cargo del Community, nuestro representante de ventas estará a cargo de la cuenta.
- Reportes estadísticos del alcance obtenido.
- Posicionamiento de palabras clave en Google Adwards.
- Campaña E-mailling, dirigido a empresarios del rubro de la salud.
- El representante de ventas estará comisionando 1% de las ventas realizadas.

Metas

- Alcance a 15,000 personas, Venta meta 960 servicios (Punto de equilibrio)
- Conseguir 300 seguidores mensuales
- Reconocimiento de la Marca.

Tabla N° 49. Plan de Marketing

Presupuesto de Marketing (soles S/)

Categoría	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1 Redes Sociales	390		390		390		390		390		390	190	2530	2530	2530	2590	2810
Facebook	290		290		290		290		290		290	190	1930	1930	1930	1930	1950
Instagram	100		100		100		100		100		100		600	600	600	660	860
2 Impresiones	270					270						270	810	810	940	940	1040
Catalogo	150					150						150	450	450	580	580	580
Tarjetas personales	120					120						120	360	360	360	360	460
3 Merchandising	780				320	460						780	2340	2580	2581	2601	2600
Bolsas Ecológicas	320				320							320	960	1200	980	980	980
Lapiceros Ecológicos	200					200						200	600	600	821	821	821
Libretas Ecológicas	260					260						260	780	780	780	800	800
4 Material AudioVisual	300					300							600	705	730	818	877
Videos	300					300							600	705	730	818	877
5 Comunicación	600	600	600	400	200	400	200	400	200	400	200	200	4400	4400	4600	4800	4800
Pagina Web +SEO	400	400	400	400		400		400		400			2800	2800	2800	3000	3000
E-mailling	200	200	200		200		200		200		200	200	1600	1600	1800	1800	1800
Totales	2340	600	990	400	910	1430	590	400	590	400	590	1440	10680	11025	11381	11749	12100

Comisiones	Enero	febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Año
Venta Meta	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Ventas Un	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,200	1,500	1,500	1,500	1,500	1,500	900	
Comisión 1%	S/252.00	S/252.00	S/252.00	S/252.00	S/252.00	S/252.00	S/315.00	S/315.00	S/315.00	S/315.00	S/315.00	S/189.00	S/2520.00

Fuente: Elaboración propia

5.3 Formulación estratégica ANSOFF

La matriz de Ansoff es una herramienta de análisis estratégico y de marketing que se enfoca en identificar las oportunidades de crecimiento de una empresa.

Su objetivo principal es servir de guía a las empresas como la nuestra que buscan crecer. Ya sea en el mercado en el que actualmente participan o en otros mercados aún no explorados.

Tabla N° 50. Matriz ANSOFF

		PRODUCTOS	
		ACTUALES: alquiler de ropa hospitalaria con servicio de lavado y entrega delivery	NUEVOS: ropa de cama para los pacientes
MERCADOS	ACTUALES	PENETRACIÓN DEL MERCADO: abarcar mayor porcentaje de mercado: actualmente atendemos tres clínicas con una cantidad de 300 colaboradores, nuestra meta es tener contrato con dos clínicas mas con la misma cantidad aproximada de colaboradores.	DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS: ofrecer ropa de cama para los pacientes de los centros salud en cal también cuente con un sistema de trazabilidad y el servicio completo de lavado y entrega.
	NUEVOS	DESARROLLO DE NUEVO MERCADO: Sector retail	DIVERSIFICACIÓN: entrar al sector retail con uniformes para el personal de venta en campo (mercaderistas) a través de uniformes inteligentes que puedan mapear la ruta que estos recorren y el empleador pueda asegurarse de esta a través del chip insertado en este uniforme

Fuente: Elaboración propia

Penetración de mercado: Corresponde al primer cuadrante que es la combinación de mercados y productos actuales. En este caso la estrategia tiene como objetivo incrementar la cuota en el mercado, es decir, aumentar las ventas con los mismos productos. Nosotros como empresa atendemos en inicios a tres clínicas con aproximadamente 300 colaboradores (área medicina en general) abarcaremos mayor porcentaje de mercado aumentando nuestra área de operaciones conforme vamos creciendo para que pueda cubrir la demanda de al menos dos clínicas más; con la misma cantidad de colaboradores así mismo dándonos a conocer con el trabajo que hacemos.

Desarrollo de nuevos mercados: Es el cuadrante de la combinación productos actuales con nuevos mercados. En este caso el objetivo de la estrategia consiste en identificar nuevos mercados en los cuales nuestros productos puedan ser valorados. En este caso buscamos entrar al sector retail.

Desarrollo de productos: Corresponde al cuadrante de la combinación nuevos productos en mercados actuales. El objetivo de esta estrategia consiste en crear y desarrollar productos novedosos que puedan ser vendidos en el mercado actual. En el cual hemos optado por tener una variedad de productos ya no solo uniformes para médicos si no también ropa de cama para el paciente con el mismo sistema.

Diversificación: Es el cuadrante con la combinación nuevos productos en nuevos mercados. Acá el objetivo de la estrategia consiste en abrir nuevos mercados a través de la venta de productos nuevos. Como nuevo mercado apuntamos por el sector retail ya que encontramos una oportunidad de entrar con nuevos uniformes para el personal de ventas que muchas veces trabaja en campo todo el día. Pero el empleador no sabe con exactitud si en colaborador realmente está haciendo su trabajo día a día en sus rutas asignadas.

5.4 Proyección de Ventas

Para realizar la Proyección de ventas en primer lugar nos basamos en las encuestas en donde el 80% de las clínicas estuvieron interesadas en adquirir el producto, paso siguiente quisimos ser conservadores tomando el 15% del mercado efectivo, asimismo según encuestas las clínicas tienen entre 300 a 400 colaboradores entre médicos, técnicos y enfermeros, consideramos que la atención por clínica es de 300 colaboradores.

Tabla N° 51. Proyección de Ventas Año 1

Proyección de Ventas AÑO 1											
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Producto											
Cantidad	900	900	900	900	900	900	1200	1200	1200	1200	1200
Valor de venta unitario	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00
Valor de venta mensual	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00
IGV	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00
Precio de Venta mensual	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO VI PLAN TÉCNICO

6.1 Localización de la empresa. (Matriz de localización)

Se ha establecido que la zona donde se implementará será en el distrito de San Miguel, según datos del APEIM ubicado en la zona 6, comprendiendo los distritos de Jesús María, Lince Pueblo Libre y San Miguel.

Se utilizó el método de matriz de localización para ubicar al local en lugar cerca de las principales clínicas del sector, quedándonos entre las avenidas principales: La Marina, Universitaria y Sucre.

Tabla N° 52. Matriz de Localización

Clínica	COORDENADA		LOCALIZACIÓN	
	S		X	Y
Clínica Providencia	(1;18)		2	18
Clínica San Judas Tadeo	(4;15)		4	15
Clínica San Felipe	(9;10)		9	10
Clínica Virgen Del Rosario	(6;9)		6	9
Clínica San Gabriel	(1;16)		1	16

Clínicas	Ctd. Uniformes	COSTO DE TRANSPORTE	X	Y
Providencia	360	8.00	2	18
San Judas Tadeo	450	9.00	4	15
San Felipe	900	13.00	9	10
Virgen del rosario	120	8.00	6	9
San Gabriel	300	9.00	1	16

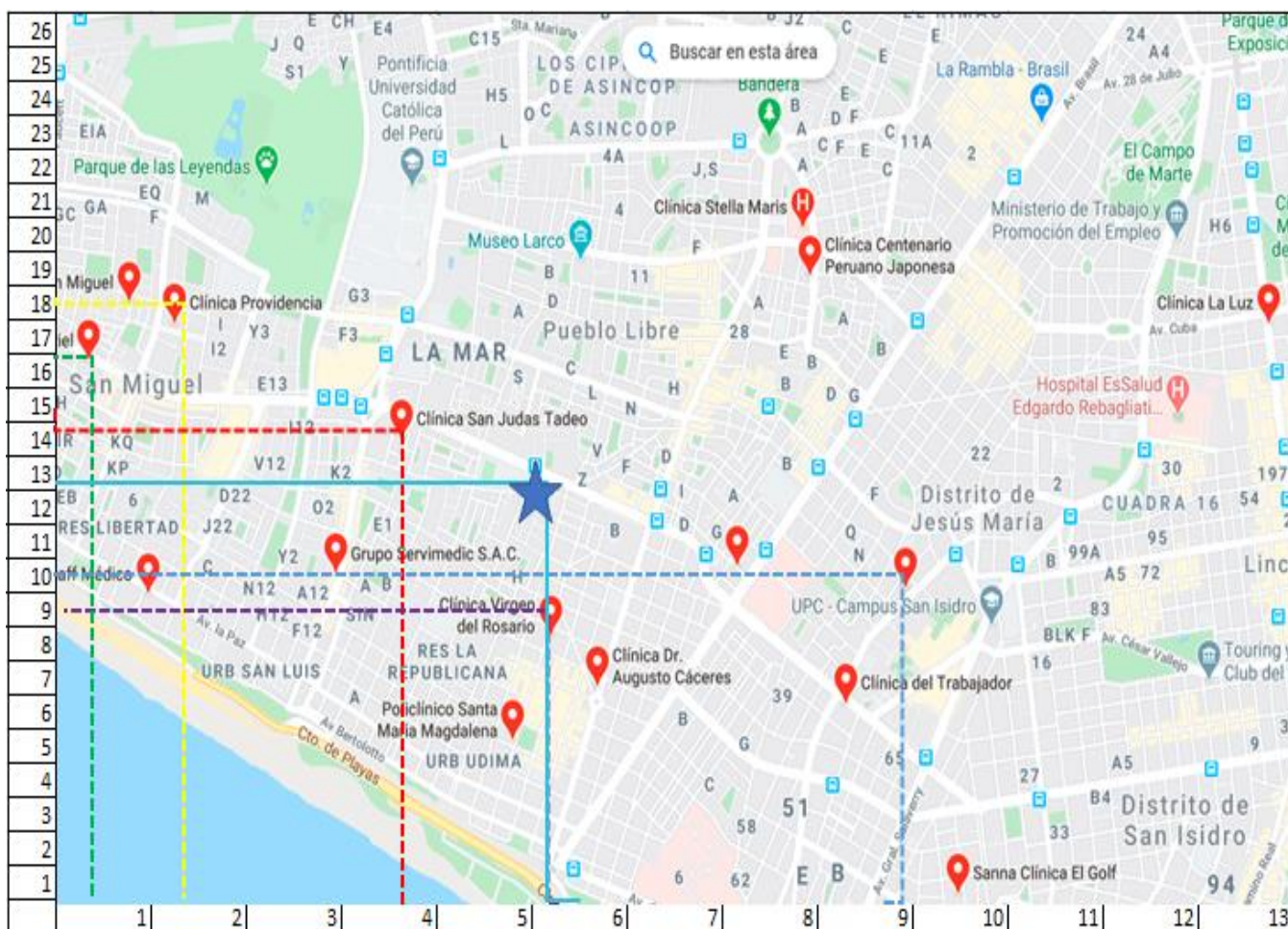
	X	Y
Providencia	2	18
San Judas Tadeo	4	15
San Felipe	9	10
Virgen del rosario	6	9
San Gabriel	1	16

Fuente: Elaboración propia

Localización Local

X	6
Y	13

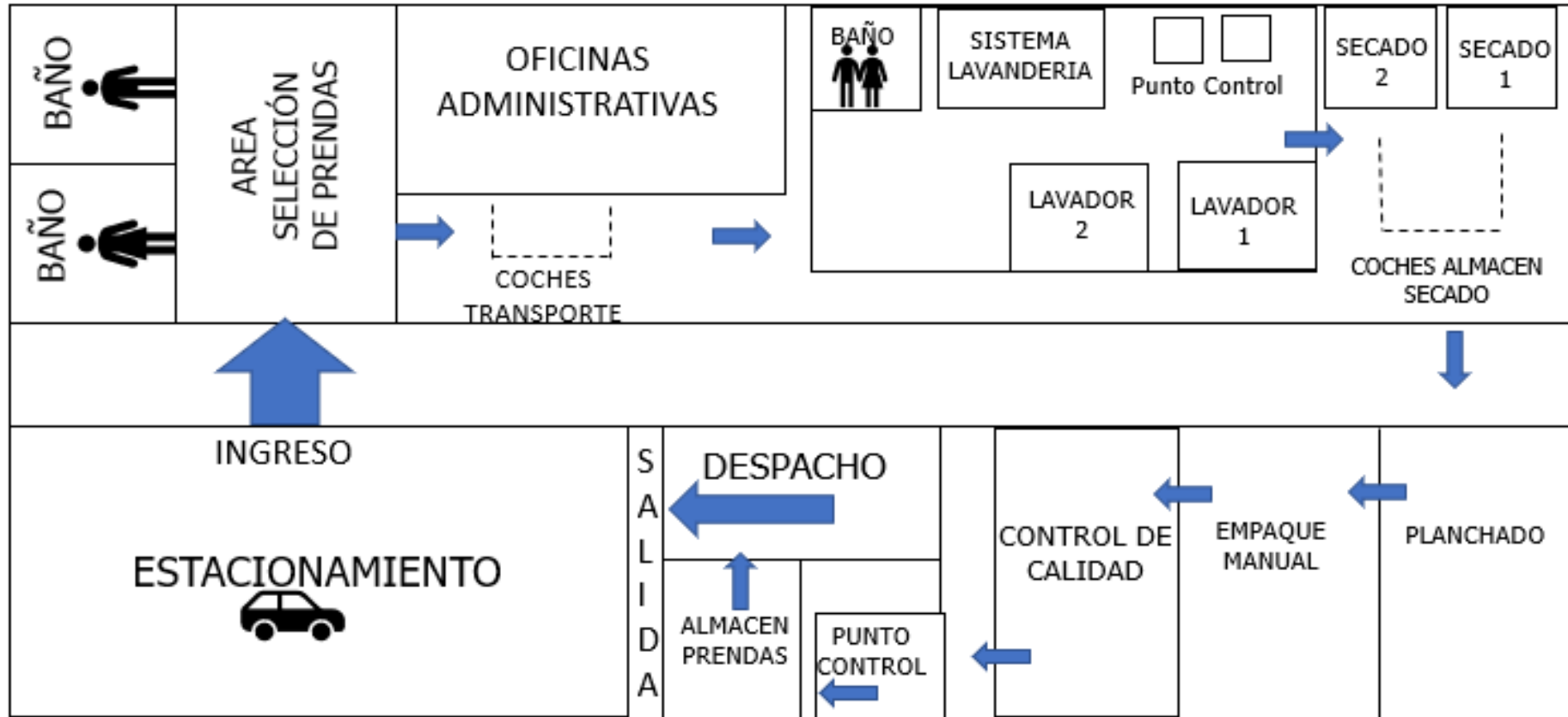
Gráfico N° 36. Localización del Local



Fuente: Elaboración propia

6.2 Tamaño del negocio (capacidad instalada) (LAYOUT)

Gráfico N° 37. Layout



Capacidad instalada maquinaria

Para poder analizar la capacidad instalada de la maquinaria tomamos en cuenta las horas y días trabajados dentro del local, así como también la capacidad de carga de las principales maquinas obteniendo un promedio de capacidad semanal, posteriormente lo convertimos en mensual.

MAQUINARIA	CAPACIDAD	PRENDAS	HORAS LABORALES	DÍAS	CAPACIDAD SEM.	CAPACIDAD MENSUAL
LAVADORA	140 KILOS	105 x HORA	7	5	3,675	14,700
SECADORA	77 KILOS	58 x HORA	7	5		

Pudimos obtener que la capacidad de nuestra maquinaria es de 14,700 prendas al mes en ambos procesos lavado y secado.

6.3 Necesidades (maquinarias y equipos, mano de obra y materia prima)

Maquinaria y equipos:

LAVADORA EXTRACTORA CON BARRERA SANITARIA – MODELO

LEB-240

Procedencia: brasileña

Detalles del Producto:

- Capacidad de 140KG con ciclos de 2 – 4 Horas.
- Monitoreo de entradas y salidas, alarmas y comandos interbloqueos impidiendo operaciones simultáneas entre los ambientes Procesos protegidos por contraseñas.
- Sistema antivibración con balance de carga convergente y suspensiones activas por bolsas neumáticas con regulador de presión y válvulas independientes y procesos que impide la centrifugación si no hay suficiente presión.
- Sistema de seguridad que impide la apertura de las puertas mientras la cesta está en movimiento. Posicionamiento automático del cesto exclusivamente con las

puertas cerradas. Apertura automática de las puertas externas al final de las operaciones.

- Tiene 3 niveles de lavado, con visualización en el IHM y en la pantalla frontal. Drenaje por válvulas de alto caudal, con la posibilidad de ahorro de agua por medio de la reutilización.
- Acero inoxidable AISI 304 para cesto, revestimiento del eje y todas las partes de la máquina en la que hay contacto con agua y / o productos químicos. Base inferior entera galvanizada a fuego. Las capacidades hasta 140 kg tienen una cesta bipartida. Capacidad de 240 kg tiene una cesta tripartita.

Gráfico N° 38. Lavadora Extractora con Barrera Sanitaria – Modelo LEB-240



Fuente: Google

SECADOR INDUSTRIAL UNIMAC

Marca UNIMAC

Detalles del Producto:

- Controlador digital de temperatura y tiempo con aviso sonoro y posibilidad de enfriamiento al final del ciclo.
- Amplia puerta de acceso con fácil apertura y cierre.

- Botón de emergencia y sistema de seguridad con traba electromecánica que permite su apertura sólo después de la parada total del cesto e impide el funcionamiento del equipo mientras la misma esté abierta.
- Parte frontal y laterales con Revestimiento interno en fibra cerámica, proporcionando reducción en el consumo de energía y mayor agilidad y calidad en el proceso de secado.
- Sistemas de calefacción con encendido automático y monitorización de la temperatura por medio de sensores.
- Gas con tubo quemador en «flauta».
- Vapor con válvula solenoide, filtro y purgador.
- Cajón colector de felpas frontal de fácil acceso y limpieza.
- Capacidad de 77 kilos, ciclo de 3-4 horas.

Gráfico N° 39. Secador Industrial Unimac



Fuente: Google

PLANCHA INDUSTRIAL VAPOR SILVER STAR ES-300

Marca: SILVER STAR

Detalles del producto:

- **Plancha** 110 V.
- Tanque de agua que baja por gravedad.
- El agua se calienta en la base de la **plancha** para producir el **vapor**.

- Diseño predefinido.
- Peso 2.1 kg.
- Base de aluminio anodizado.
- Asa de uretano diseñada por bio-ingeniería para un agarre cómodo.

Gráfico N° 40. Plancha Industrial Vapor Silver Star Es-300



Fuente: Google

LAPTOP INTEL CORE I3

Marca: HP

Detalles del producto

- Memoria Ram 4GB
- Modelo del procesador Intel Core i3-8130U
- Peso 1,8 KG
- Conectividad Wifi
- Tamaño de pantalla 14 pulgadas
- Tipo de pantalla WLED

Gráfico N° 41. Laptop Intel Core 13

Fuente: Google



IMPRESORA MULTIFUNCIONAL COLOR

Marca: CANON

Detalles del producto:

- Tipo de impresión: Color
- Conexión Bluetooth: No
- Conexión WiFi: Sí
- Entradas USB: 1
- Marca: Canon
- Modelo: G3110
- Tipo: Impresoras multifunción
- Alto: 16.3 cm
- Ancho: 44.5 cm
- Profundidad: 33.0 cm
- Peso: 6.3 kg
- Velocidad de impresión a color: 5.0 ipm
- Resolución del scanner: 600x1200 dpi

Gráfico N° 42. Impresora Multifuncional Color



Fuente: Google

ANTENA RFID

Marca: ZEBRA

Detalles del producto:

- Bandas de frecuencia múltiples.
- Opciones de montaje interior/externo

- Baja relación axial - define la calidad de la polarización circular, mejora la fiabilidad de leer las etiquetas rfid.
- Diseño robusto – son antenas rfid que se utilizan normalmente.
- Para en entornos difíciles, como almacenes y líneas de producción.
- La construcción toda de metal.
- Polarización circular de Lado izquierdo (LH) y lado derecho (RH) circular.
- Polarización lineal Vertical (VPOL) y Polarización lineal horizontal (HPOL).

Gráfico N° 43. Antena Rfid



Fuente: Google

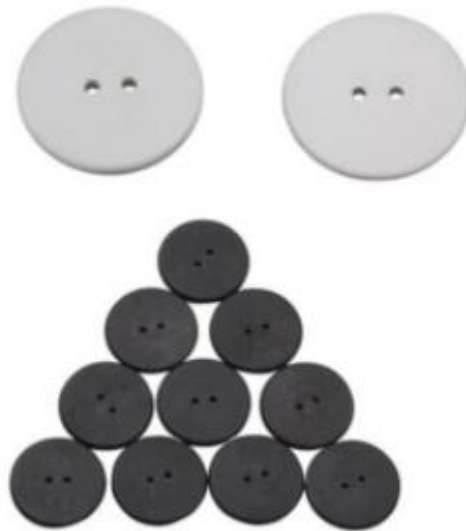
CHIPS DE RECONOCIMIENTO

Procedencia Brasil

Detalles del producto:

- Resistente al agua y a altas temperaturas (50°C a 85°C)
- Frecuencias UHF
- Rango de lectura de 1 cm a 200cm.
- Capacidad de memoria 512 bits.
- Precio aproximado de mercado de 1 a 5 centavos de dólar.

Gráfico N° 44. Chips de Reconocimiento



Fuente: Google

MANO DE OBRA:

EQUIPOS DE PROTECCIÓN PARA EL PERSONAL EPPS


RESPIRADOR DESECHABLE N95

Detalles:

- Aprobado por NIOSH: N95
- Aprobado por la FDA para su uso como mascarilla quirúrgica
- Ayuda a proteger contra ciertas partículas biológicas transportadas por vía aérea
- Resistente a los fluidos y desechable

El respirador de asistencia médica para partículas y la mascarilla quirúrgica ayudan a proporcionar protección respiratoria contra ciertas partículas biológicas transmitidas por vía aérea. Es desechable y resistente a las salpicaduras de líquido y sangre, así como de otros materiales infecciosos.


Especificaciones:

Aprobado por la FDA	SI	
correa de confort trenzada	SI	
Características	Medios electrostáticos avanzados	
Cartucho o Filtro incluido	SI	
Color	Verde azulado	
Normas / Homologaciones	N95 y Autorizado por FDA Aprobado por NIOSH	
Tipo de Producto	Respirador para Asistencia Médica	
Tipo de Protección Gas y Vapor	Partículas	

MASCARILLA QUIRÚRGICA DESECHABLE**Detalles:**

- Mascarilla desechable
- Con tejido no tejido de polipropileno de 3 capas
- Prevención contra partículas sólidas y líquidas del aire.
- Protección frente a salpicaduras de sangre y saliva.
- Suaves, cómodas.
- Se doblan para cargar fácilmente.
- Resistente a fluidos
- 99% de eficiencia de filtrado de bacterias
- Lazo Estándar para oreja



Especificaciones:

Tipo	Mascarilla quirúrgica desechable	
Longitud	17,5 cm	
Altura	9,7 cm	
Gramaje	14 g lm ² + 25 g lm ² + 22 g lm ²	
Color	Celeste / blanco	
Material	Tela no tejida triplecapa (SMS)	
Peso mínimo	25 g	

RESPIRADOR MONOVIA 3200**Detalles:**

- Mono vía, Respirador para polvo aprobado por norma asiática para usar en presencia de polvos, humos, metálicos, neblinas y vapores orgánicos; estos últimos en niveles molestos. Cumple norma NIOSH N95 / 42 CFR84
- Protección contra Partículas y niveles molestos de Vapores Orgánicos.
- Su tamaño y forma compacta entrega una gran visibilidad para la realización de los trabajos requeridos.
- Presenta gran facilidad y comodidad para respirar dado su bajo peso y poco calor generado en su interior.
- Protege contra niveles molestos de vapores orgánicos.
- Buena permeabilidad al aire.
- El gas filtrante purifica el aire de manera efectiva.

Marca	3M	
Material	Elastómero termoplástico hipoalergénico	
Modelo	3200	
Medidas	18 x 10 cm.	

Diseño	Diseñado para ser utilizado con Filtro Mixto intercambiable (3311LA-55) con protección contra Partículas y niveles molestos de Vapores Orgánicos.	 
Estructura	Su tamaño y forma compacta entrega una gran visibilidad para la realización de los trabajos requeridos. Presenta gran facilidad y comodidad para respirar dado su bajo peso y poco calor generado en su interior.	
Peso	56 gr. Con filtro instalado aprox. 100 gr.	
Color	Plomo	
Recomendaciones	Antes de usar su respirador lea y entienda todas las etiquetas e instrucciones. Lave su respirador en agua tibia con detergente suave o jabón, manténgalo limpio. Inspecciónelo a menudo. Guárdelo en un lugar limpio, fresco y seco.	


Especificaciones:

GORROS DE ENFERMERA DESECHABLES

Detalles:

- Cubre completamente el cabello
- Ligera y transpirable
- Calce cómodo y seguro, para usar todo el día


Gorros	Descartables tipo gusano	
Elaborado	Tela no tejida al 100%	
Color	Blanco y azul	

Material	Cofia de polipropileno	
Uso	Para industria farmacéutica	

Especificaciones:**GUANTES DE PROTECCIÓN QUÍMICA NITRILO****Detalles:**

- Guantes de seguridad de nitrilo
- Ofrece unos resultados óptimos tanto en medio seco como en húmedo donde resulte crucial una gran resistencia química.
- Totalmente reutilizable y con una resistencia a la abrasión inigualable
- El forro flecado de algodón combinado con la flexibilidad de la película de nitrilo ofrece un magnífico confort

Especificaciones:


Material de revestimiento	Nitrilo	
Estilo de puño de los guantes	Manopla	
Material	Nitrilo	
Tipo de producto	Guantes resistentes a productos químicos	
Tamaño	10	
Color	Verde	
Acabado exterior	Pila de arena	
Revestimiento	Aterciopelado	
Peso	0.4	
Longitud	18"	

LENTE DE SEGURIDAD MÁXIMA**Detalles:**

- Excelente nivel de protección ocular

- Diseño envolvente que permite una excelente cobertura y protección lateral, como así también un amplio campo de visión.
- Livianos
- Policarbonato transparente que otorga mayor resistencia a las rayas al empañamiento.
- Protección contra radiaciones UV 99%
- Permiten una mejor visión y reconocimiento de colores
- Reduce el brillo y el reflejo
- Se acondiciona a condiciones de escasa y abundante luminosidad

Especificaciones:


Modelo	Maxim	
Color	Transparente	
Ocular / Lente	Policarbonato	
Montura	Nylon	
Patillas	Nylon	
Puente Nasal	Goma / caucho	
Tornillo	Acero inoxidable	
Espectro Luz Visible LV	92	

BOTAS DE GOMA PVC

Detalles:

- Botas de seguridad elaboradas en PVC, caña larga con puntera de policarbonato.
- Livianas, resistentes a impactos y compresión.
- Con forro interior de malla de algodón, y soporte externo para descalzar, impermeable, repele líquidos y fluidos.
- Antideslizante y posee un diseño ergonómico.


Especificaciones:

Producto	Botas de Seguridad en PVC	
Forro	Media que permite disfrutar de gran frescura, suavidad, higiene y limpieza.	
Plantilla	Elaborada en poliuretano altamente flexible.	
Puntera	Con puntera de Policarbonato	
Color	Blanco / Negro	
Caña	Fabricada en PVC de gran resistencia y flexibilidad, libertad de movimiento de la pierna.	
Material	PVC / Malla de Algodón	
Aislamiento eléctrico	Si	
Impermeabilidad	100%	

CUBRECALZADO**Detalles:**

- Mantiene fuera la suciedad y el polvo
- Suela antideslizante.
- Libres de látex
- Mantienen el equilibrio en los pisos y superficies resbaladizas.
- Resistente al agua.

Modelo	Cubre calzado	
Material	Polipropileno	
Uso	Protección Personal	

Certificación	ISO 9000 paños industriales	
Espesor	35 gr aprox.	
Color	Celeste	
Medidas	16x14x8 cm	

Especificaciones:**OREJERAS SOBRE LA CABEZA CONSERVACIÓN DE LA AUDICIÓN****Detalles:**

- La construcción de acero inoxidable es resistente a la flexión y la deformación.
- Los puntos de giro se inclinan para comodidad y eficiencia óptimas.
- Cojines de orejera ligeros con relleno de líquido/espuma.
- Codificación de color para cumplimiento de avistamiento.
- Para niveles de ruido de hasta 95 Dba.

Especificaciones:

Aislado Eléctricamente	NO	
Color	Amarillo / Negro	
Estilo de protección auditiva	Sobre la cabeza	
Forma	Orejeras	
Serie de producto	Optimo	
Índice de reducción del ruido	25	
Material	ABS	
Tipo de Producto	Orejeras	

Tabla N° 53. Lista de Precios

Lista de Precios					
Enseres	Cantidad	UMB	Costo	Unidad	Necesidad
Cubre calzado	1	CJ	S/	0.40	S/ 40.00
Orejas audición	2	UN	S/	82.00	S/ 164.00
Lentes de Protección	2	UN	S/	3.00	S/ 6.00
Botas de goma	2	Par	S/	21.00	S/ 42.00
Mascarilla	48	UN	S/	25.00	S/ 1,200.00
Guantes protección	9	Par	S/	12.00	S/ 108.00
Gorros descartables	1	CJ	S/	0.10	S/ 10.00
Mascarilla desechable	2	CJ	S/	0.70	S/ 70.00
Chips	3	Mil	S/	0.30	S/ 900.00
Total					S/ 2,540.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 54. Inversión Fija Tangible

RUBROS	Importe
INVERSION FIJA TANGIBLE	
Local	S/.4,500
KIT MATERIAL CLINICO PARA RENTAR	S/.64,800
Muebles y Enseres	S/.9,200
Maquinarias	S/.22,000
Computadoras e impresoras	S/.12,460
Vehículos	S/.30,600
TOTAL, INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/.143,560

Fuente: Elaboración propia

MATERIA PRIMA:**DETERGENTE – DETERMATIC BR-20**

Uso : Lavandería

Productor : Neodeter S.A.C.

Propiedades fisicoquímicas	Especificaciones	Instrucción de análisis	Resultado
Apariencia	Líquido traslúcido, verde a azul verdoso	Visual	OK
pH (concentrado a 25°C)	7.5 +- 0.5	I-CAL-26	8.0
% Materia activa aniónica	8,9-10,9	I-CAL-13	10.53
Nivel de espuma	2,5+-1	I-CAL-57	2.1



ALCALINO - NEOALKADETER

Uso : Lavandería

Productor : Neodeter S.A.C.

Propiedades fisicoquímicas	Especificaciones	Instrucción de análisis	Resultado
Apariencia	Líquido traslúcido, incoloro	Visual	OK
% Alcalinidad (como NaOH)	13,00 - 17,00	I-CAL-01	15.62
Solubilidad	Completa en agua	Visual	OK



PERÓXIDO DE HIDROGENO AL 50%

Agua oxigenada

Uso : Lavandería

Productor : Químicos Goicochea S.A.C.



Parámetros	Especificaciones	Resultado
Pureza (%)	50.0 min	50.40
Estabilidad (%)	99.0 min	99.80
Residuos evaporación (ppm)	1000 max	910.00
Acidez libre (ppm)	500 max	220.00
pH (20°)	2.0 max	0.90



LEJÍA – HIPOCLORITO DE SODIO AL 7.5%

Hipoclorito de sodio al 7.5%

Lejía

Uso : Lavandería

Productor : Químicos Goicochea S.A.C



Parámetros	Unidad	Resultados del ensayo	Método del ensayo
Apariencia		Amarillo verdoso	
Hipoclorito de sodio, NaClO	% w/w	7.5	NTP311.030
Cloro útil, Cl	% w/w	8.1	NTP311.030
Hidróxido de sodio, NaOH	g/L	14.25	NTP311.030
Densidad (25°C)	g/cc ³	1,124	NTP311.030



Tabla N° 55. Costo de producción por conjunto

Costo de Producción por conjunto				
PRODUCTO UNIFORMES CLINICOS	Cantidad a consumir por uniforme	Unidad de medida	Costo en S/ por unidad de medida	Costo Unitario en S/
Agua para lavado en m3	0.010	M3	S/.2.83	S/.0.03
Gas	0.002	GLS	S/.5.14	S/.0.01
Determatic	0.003	LITROS	S/.8.47	S/.0.03
Alkalinos	0.250	LITROS	S/.4.26	S/.1.07
Peroxido	0.005	LITROS	S/.2.49	S/.0.01
Hipoclorito	0.003	LITROS	S/.1.91	S/.0.01
Sal en sacos 25 kg	0.007	SACOS	S/.20.65	S/.0.14
alquiler	1	unidad	S/.0.27	S/.0.27
Transporte	0.005	Galon	S/.6.80	S/.0.03
Bolsa compostable	2	unidad	S/.0.04	S/.0.08
TOTAL, MATERIALES				S/.1.67
Factura por tercerización: MOD y Costos Indirectos de Fabricación.				S/.0.00
COSTO UNITARIO POR LAVADO CONJUNTO				S/.1.67

Costo por Usuario de cliente final						
Mes 1						
Descripción	Costo UN	Costo semanal	Costo mensual	Costo total	Ingreso Mensual	Diferen cia
Chip (por única vez)	S/ 0.30	-	-	S/ 0.30	S/ 52.00	-S/ 28.40
Uniforme (3 kit cada 6 meses)	S/60.00	-	-	S/ 60.00		
Lavado	S/ 1.67	S/ 5.01	S/ 20.04	S/ 20.04		
Transporte	S/0.005	S/ 0.01	S/ 0.06	S/ 0.06		
Total				S/ 80.40		

Fuente: Elaboración propia

Mes 2						
Descripción	Costo UN	Costo semanal	Costo mensual	Costo total		
lavado	S/ 1.67	S/ 5.01	S/ 20.04	S/ 20.04	S/ 52.00	S/ 31.90
transporte	S/ 0.005	S/ 0.01	S/ 0.06	S/ 0.06		
Total				S/ 20.10		
Mes 3						
Descripción	Costo UN	Costo semanal	Costo mensual	Costo total		
lavado	S/ 1.67	S/ 5.01	S/ 20.04	S/ 20.04	S/ 52.00	S/ 31.90
transporte	S/ 0.005	S/ 0.01	S/ 0.06	S/ 0.06		
Total				S/ 20.10		
Mes 4						
Descripción	Costo UN	Costo semanal	Costo mensual	Costo total		
lavado	S/ 1.67	S/ 5.01	S/ 20.04	S/ 20.04	S/ 52.00	S/ 31.90
transporte	S/0.005	S/ 0.01	S/ 0.06	S/ 0.06		
Total				S/20.10		
Mes 5						
Descripción	Costo UN	Costo semanal	Costo mensual	Costo total		
lavado	S/ 1.67	S/ 5.01	S/ 20.04	S/ 20.04	S/ 52.00	S/ 31.90
transporte	S/ 0.005	S/ 0.01	S/ 0.06	S/ 0.06		
Total				S/ 20.10		
Total, Ingreso y Egreso				S/ 160.78	S/ 260.00	S/ 99.22

6.4 Costos (directos e indirectos).

Tabla N° 56. Acondicionamiento del Local

Acondicionamiento del Local			
Descripción	Costo	IGV	Total
Pintado de paredes	S/ 2,400.00	S/ 432.00	S/ 2,832.00

Instalaciones de drywall	S/ 1,700.00	S/ 306.00	S/ 2,006.00
Instalación de alarmas, extintores y señalización	S/ 2,310.00	S/ 415.80	S/ 2,725.80
remodelación sanitarios	S/ 2,130.00	S/ 383.40	S/ 2,513.40
Total			S/ 10,077.20

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 57. Inversión en maquinaria y equipos

Inversión en maquinarias y equipos			
Descripción	Costo	IGV	Total
Lavadora Industrial 20 KG	S/ 6,400.00	S/ 3,600.00	S/ 10,000.00
Secadora Industrial	S/ 6,400.00	S/ 3,600.00	S/ 10,000.00
Planchado	S/ 1,793.00	S/ 207.00	S/ 2,000.00
Total			S/ 22,000.00

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 58. Muebles y Enseres

Muebles y Enseres			
Concepto	Cantidad	Costo unitario	Total
Escritorios	8	S/ 700.00	S/ 5,600.00
Anaqueles	4	S/ 210.00	S/ 840.00
Sillas giratorias	10	S/ 120.00	S/ 1,200.00
Armarios	4	S/ 290.00	S/ 1,160.00
Sillas fijas	10	S/ 40.00	S/ 400.00
Total			S/ 9,200.00

Fuente: Elaboración propia

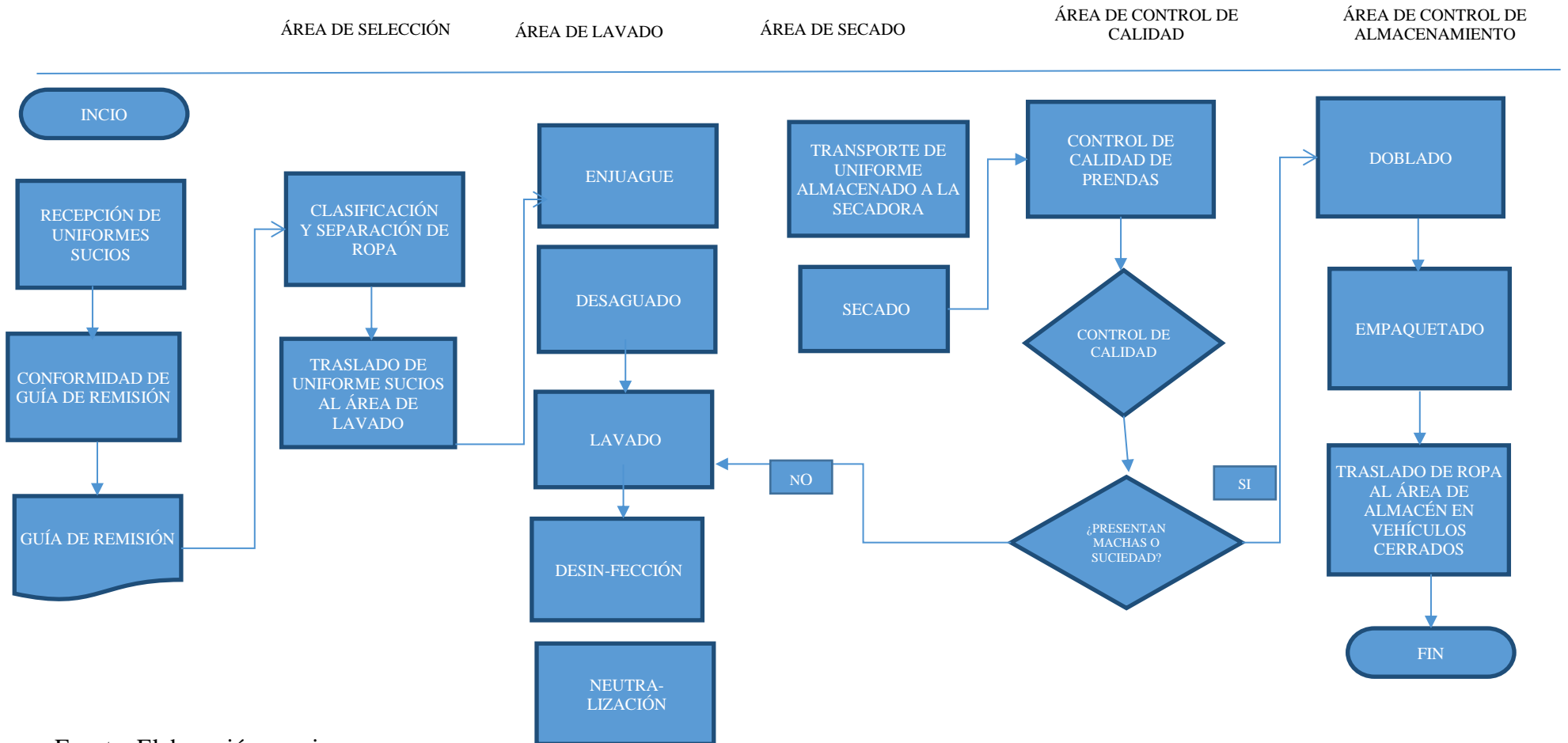
Tabla N° 59. Computadoras e Impresoras

Concepto	Cantidad	Costo unitario	Total
Computadora 1	2	S/. 1,890.00	S/. 3,780.00
Computadora 2	2	S/. 1,890.00	S/. 3,780.00
Impresora 1	2	S/. 560.00	S/. 1,120.00
Antena RFID	2	S/. 1,890.00	S/. 3,780.00
Total			S/. 12,460.00

Fuente: Elaboración propia

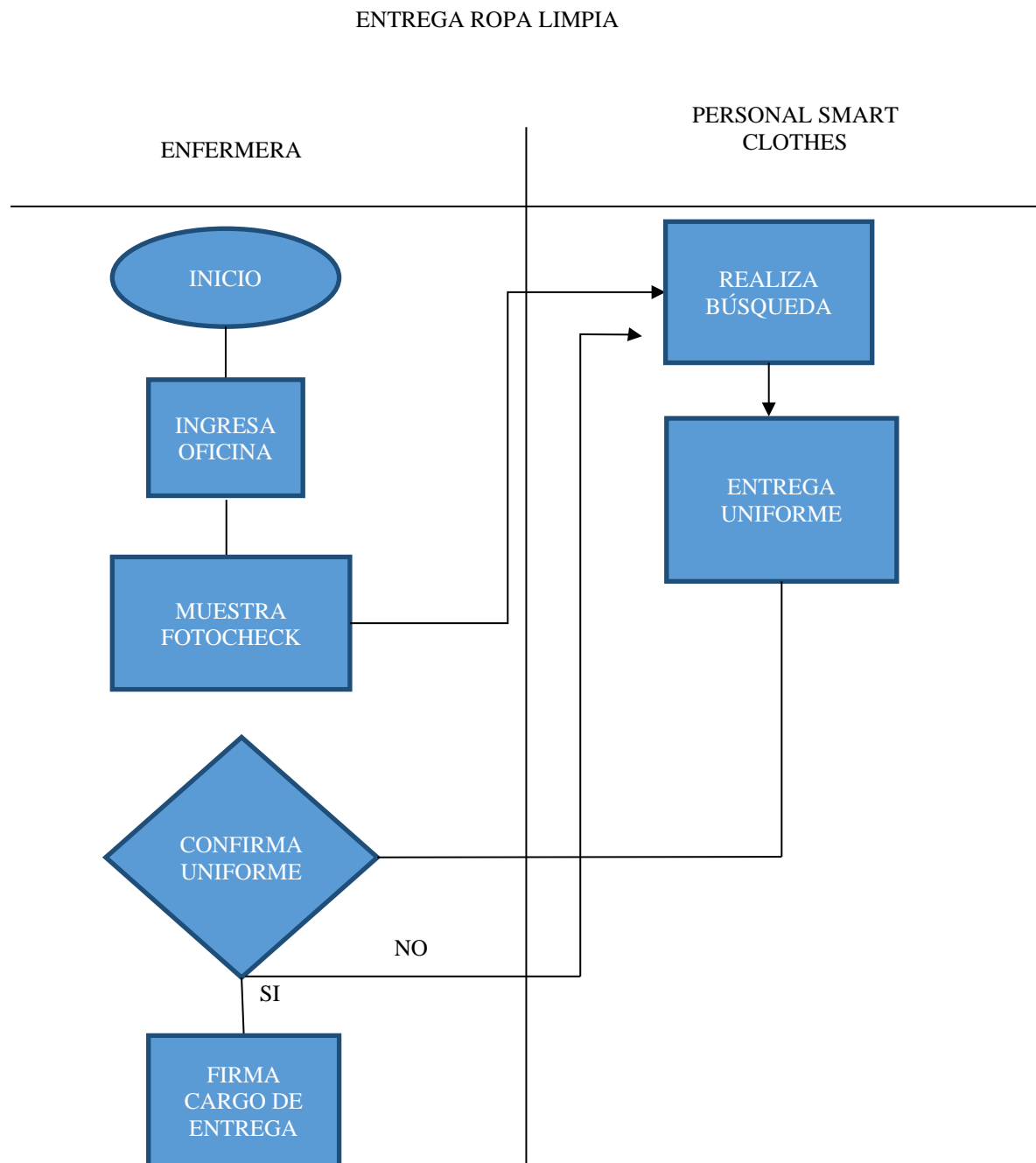
6.5 Proceso de producción u operación (diagrama de flujo).

Gráfico N° 45. Flujograma proceso ropa sucia



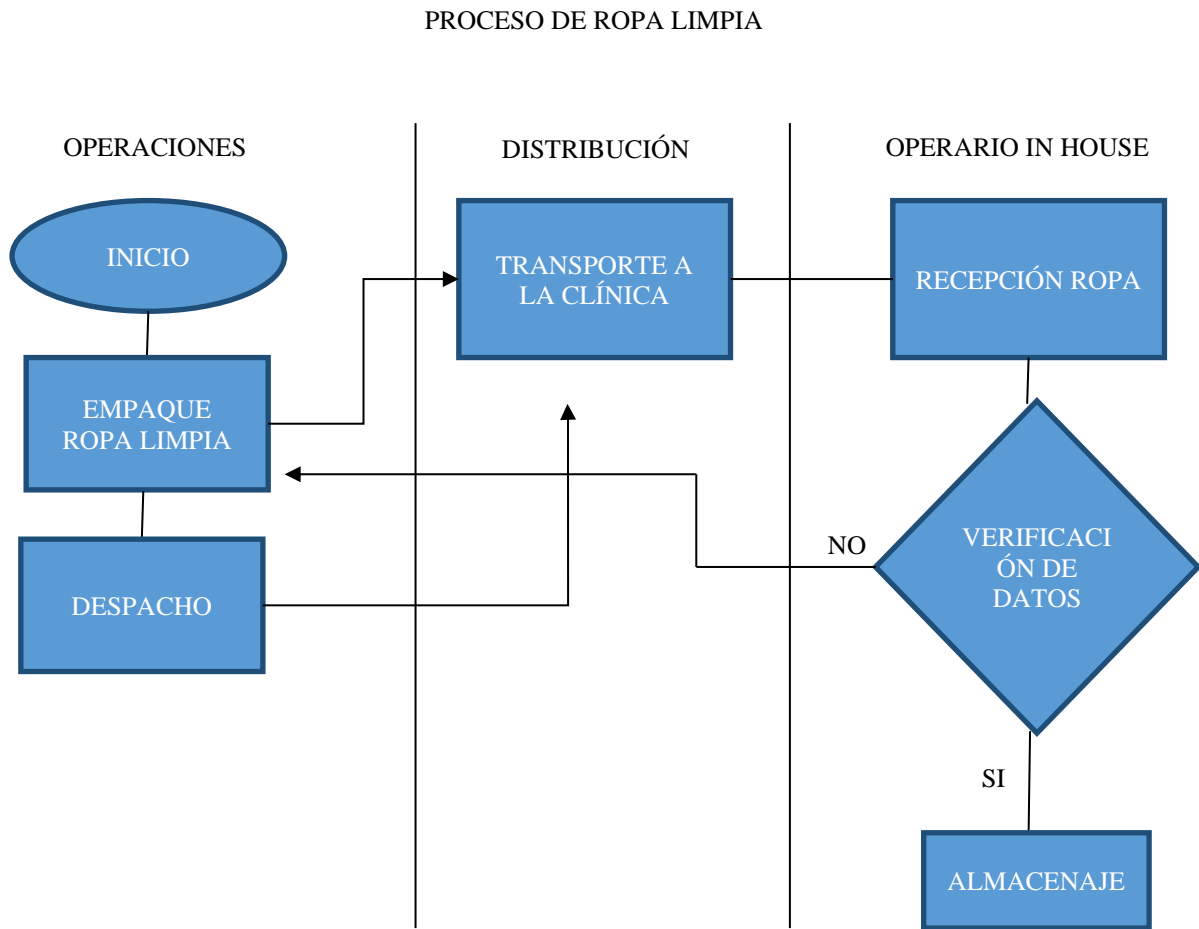
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 46. Flujograma Entrega Ropa Limpia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 47. Flujograma Proceso de Ropa Limpia



Fuente: Elaboración propia

6.6 Certificaciones necesarias

Certificado INDECI:

1. Requisitos para inspección
1. Formato de solicitud de inspección técnica de seguridad de edificaciones
2. Declaración jurada de cumplimiento de condiciones de seguridad en la edificación con nivel de riesgo bajo S/ 85.70
3. Croquis de ubicación
4. Plano de arquitectura de la distribución existente y detalle de cálculo de aforo
5. Plano de distribución de tableros eléctricos, diagramas unifilares y cuadro de cargas S/ 225.6
6. Certificado vigente de medición de resistencia de puesta a tierra S/ 494.40
7. Plan de seguridad del objeto de inspección
8. Memoria o protocolos de pruebas de operatividad y/ o mantenimiento de los equipos de seguridad y protección contra incendio.

Licencia de funcionamiento:

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles, los siguientes requisitos:

1. **Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará lo siguiente:**
 - Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante.
 - DNI o carné de extranjería del representante legal.
2. **Copia de la vigencia de poder del representante legal.**
3. **Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad de hasta 100m² con un costo de S/ 39.5 entregada en 10 días hábiles**
4. **Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA.**
5. **Adicionalmente serán exigibles los siguientes requisitos:**
 - Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.
 - Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada

- Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que, conforme a Ley, la requieren de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento
- Copia simple de autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296. Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación.

6.7 Impacto en el medio ambiente

Para reducir el impacto de los plásticos en el medio ambiente se busca realizar el empaque de nuestros productos en bolsas compostables las mismas que al comprarse al por mayor tienen un costo de S/ 0.07 a S/0.17. Tengamos en cuenta la diferencia entre una bolsa Biodegradable con una bolsa compostable.

El hecho de que un plástico sea biodegradable no quiere decir que también sea compostable, es decir, que sirva para hacer compost o abono orgánico. La clave está en el tiempo que se tarda para llevar a cabo los dos procesos.

El compostaje se realiza normalmente como un proceso de reciclado de la fracción orgánica (restos de comida o alimentos) de los residuos sólidos domésticos, además de los restos vegetales provenientes de las podas, hojas de los árboles, limpiezas de jardines, etc.

Si un proceso es compostable, significa que ese material se degrada biológicamente produciendo dióxido de carbono, agua, compuestos inorgánicos y biomasa a la misma velocidad que el resto de materia orgánica que se está compostando con éste, sin dejar residuos tóxicos visibles o distinguibles.

Asimismo, todos los detergentes e insumos usados en el proceso del lavado se encuentran en el rubro de eco-amigables.



CAPÍTULO VII

PLAN ORGANIZACIONAL, DE PERSONAL Y LEGAL

7.1 Constitución de la empresa (proceso, trámites, permisos y costos)

Para iniciar nuestras actividades en el distrito de San Miguel, deberemos constituir formalmente una empresa para brindar nuestro servicio, así mismo también para que pueda actuar legalmente y sea capaz de ejercer cada uno de los derechos que como empresa obtiene y responder por sus obligaciones frente a la sociedad. Para ello es necesario tramitar ante la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) el Registro Único del Contribuyente (RUC), para poder tener la calidad de contribuyentes y poder realizar actividades económicas dentro de régimen tributario de tercera categoría, y así mismo también obtener una Licencia de Funcionamiento en el distrito donde se iniciará la parte comercial del negocio.

Constitución de la empresa:

En la actualidad hay 6 tipos de empresas según la legislación peruana, nosotros contamos con 3 accionistas que aportaran monetariamente en partes iguales, consideramos que el tipo de constitución que más se adapta a nuestro negocio “Smart clothes” es la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L), ya que es la que más se acomoda al giro de nuestro negocio. La sociedad seleccionada, la responsabilidad se encuentra limitada por el monto de sus aportes y los socios no responden con el patrimonio personal de cada uno de quienes lo conforman, por un posible caso de alguna deuda de la empresa. Así mismo también se constituye con un mínimo de 2 socios y tiene un límite máximo de 20 socios.

El capital de esta empresa deberá estar íntegramente suscrito y pagado al momento de constituirse la misma así mismo el capital se divide en participaciones iguales, que no pueden ser incorporadas en forma de acciones. La denominación adoptada debe incluir la indicación “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o estar acompañada de su abreviatura: S.R.L. De acuerdo a este tipo de sociedad seleccionada se deberá establecer obligatoriamente una junta general de socios, que será el órgano supremo de la sociedad (conformada por los 3 socios),

el gerente será la persona en quien recae la representación legal y de gestión de la sociedad. El gerente convoca a la junta de accionistas.

Procedimiento para la constitución y Legalización de la empresa:

Paso 1 elaborar la minuta de constitución firmada por un abogado

Paso 2 elaboración de la escritura pública ante un notario público

Paso 3 inscripción en los registros públicos como persona jurídica

Paso 4 tramitar el registro único del contribuyente RUC, realizada en la SUNAT

Paso 5 inscribir a los trabajadores en ESSALUD

Paso 6 Solicitar permiso, autorización o registro especial, en DIGESA

Paso 7 obtener la autorización del libro de planillas en el ministerio de trabajo

Paso 8 Legalizar los libros contables ante un notario

Búsqueda y reserva del nombre:

Ante todo, el nombre de nuestra empresa se verificara en la SUNARP de que no exista en el mercado (razón social) igual o similar a la que pondremos a nuestra empresa “smart clothes S.R.L”. Una vez ya confirmada el nombre de la empresa se reserva la razón social en la Sunarp para que ninguna otra empresa pueda inscribirse con el mismo nombre.

Este es un paso importante ya que sabemos que el nombre comercial o marca con la que nuestra empresa realizara sus actividades comerciales, donde básicamente se identifica el producto o servicio en el mercado, ese mismo es el que será registrado ante INDECOPI; mientras que nuestro nombre se va registrando ante la Sunarp es aquel que identificara a la empresa para temas estrictamente de orden legal (Estructura, representación, Surat, etc.)

Elaboración de la Minuta:

La minuta es el documento privado, elaborado y firmado por un abogado o un notario. Esto contiene la declaración de constituir a empresa, “Smart clothes”, aquí se detalla el tipo de modalidad empresarial en el cual estaremos, así como también los datos de los 3 accionistas, los estatutos, es decir, las pautas direccionales como las sanciones, responsabilidades, cargos, entre otros. Los requisitos son:

1. La reserva de nombre en la SUNARP

Esto nos permite ver la modalidad en la nuestra empresa se va adoptar, así mismo nos permitirá comprobar que no existen otras empresas con un nombre similar o igual al de nosotros.

2. Presentación de los documentos personales de los socios.

Todos los socios deberán presentar una copia simple de su DNI vigente, los socios que se encuentren casadas deberán adjuntar una copia del documento de identidad del cónyuge.

3. Descripción de la actividad económica firmada por los socios

La descripción será presentar en una hoja suelta redactada y firmada por los socios.

4. Capital de la empresa

Aquí se indica el aporte de cada uno de los socios que se hace para la constitución de la empresa, los aportes serán detallados en bienes dinerarios (aporte del capital que se hace en efectivo) y bienes no dinerarios (aporte del capital que se realiza en máquinas, equipos, muebles o enseres).

5. Estatuto que regirá a la empresa

Aquí deberá ir el estatuto que regirá a la empresa (régimen de directorio, la gerencia, la junta general, los deberes y derechos de los socios, entre otros)

Tabla N° 60. Constitución de la Empresa

Constitución de la empresa	Costo
Búsqueda y reserva del nombre	S/. 22.00
Elaboración de la minuta	S/. 300.00
Elevar la minuta a escritura publica	S/. 150.00
Elevar la escritura en la SUNARP	S/. 90.00
Inscripción en la SUNAT	S/. -
Total	S/. 562.00

Fuente: Elaboración propia

Según lo señalado por SUNAT nuestra empresa “Smart clothes”, estaremos acogida al Mype Tributario, es un régimen especialmente creado para las micro y pequeñas empresas con el objetivo de promover nuestro crecimiento al brindarnos condiciones simples para cumplir con sus obligaciones tributarias, también esto es debido a que los ingresos netos anuales que tendremos no superaran los 1700 UIT anual, por ser una empresa que recién está ingresando al mercado.

Régimen Mype Tributario:

El Régimen Mype Tributario está orientado para las medianas y pequeñas empresas, las que pueden ser: Personas naturales, jurídicas entre otras. Nosotros somos persona jurídica (empresa), y si bien lo mencionamos anteriormente, este régimen puede permanecer siempre que no superen las 1700 UIT de ingresos Netos en el año.

Se puede emitir los siguientes comprobantes de pago:

- Facturas
- Boletas de Venta
- Tickets
- Liquidaciones de compra
- Notas de crédito y débito
- Guías de Remisión

No es obligatorio emitir boletas de venta o tickets por ventas menores a s/.5.000 salvo que el comprado lo exija.

Para el Régimen MYPE Tributario tendrá las siguientes tasas:

- El impuesto General a las Ventas (IGV) el cual tiene una tasa del 18%.
- El Impuesto a la Renta dependerá del siguiente cuadro:

7.2 Obligaciones (tributarias y laborales)

Tasas mensuales impuesto a la renta:

Tabla N° 61. Impuesto a la renta mensual

Pagos a Cuenta Mensuales	
Ingresos Netos	Tasa
Hasta 300 UIT	1%
Más de 300 UIT hasta 1700 UIT	Coeficiente o 1.5%

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 62. Impuesto a la renta neta

Impuesto a la Renta Anual*	
Renta Neta	Tasa
Hasta 15 UIT	10%
Más de 15 UIT	29.5%

Fuente: Elaboración propia

Declaración de impuestos:

Determinada la deuda tributaria corresponde la declaración de los impuestos tomando en cuenta la fecha de vencimiento establecida en el cronograma de obligaciones tributarias, lo podemos presentar a través de:

- PDT 621
- Declaración simplificada
- Libros en el RMT

Para la obligación de llevado de cada uno de los libros en el RMT va de acuerdo a los ingresos obtenidos, así tenemos lo siguiente:

En cuanto a los libros contables en el RMT si los ingresos netos anuales fueran hasta 300

UIT se llevará:

- Registro de Ventas

- Registro de Compras
- Libro Diario de Formato Simplificado

Ingresos brutos anuales mayores de 300 UIT y que no superen las 500 UIT.

- Registro de Ventas
- Registro de Compras
- Libro Diario
- Libro Mayor

Base Legal:

- Artículo 55 de la Ley del Impuesto a la Renta.
- Artículo 28 de la Ley del Impuesto a la Renta.
- Art. 1° del T.U.O. de la Ley del Impuesto General a las Ventas aprobado por Decreto Supremo N° 055-99-EF y Artículo 2 del Reglamento de la Ley del IGV, Decreto Supremo N° 029-94-EF.
- Tasa del IPM -Impuesto de Promoción Municipal - Art. 76° - Decreto Legislativo N° 776.

Fuente: <http://emprender.sunat.gob.pe/regimen-mype>

Obligaciones laborales:

MICROEMPRESA	
NÚMERO DE TRABAJADORES	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
VENTAS ANUALES	Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*)

- Remuneración: no menor a la remuneración mínima vital (930)
- Jornada máxima de 08 horas diarias o 48 horas semanales.
- Descanso semanal y en días feriados
- Descanso vacacional 15 días calendarios
- Remuneración por trabajo en sobretiempo
- Indemnización por despido de 10 días de remuneración por año de servicios (con un tope de 90 días de remuneración).
- Cobertura de seguridad social en Salud a través del Seguro Integral de Salud - SIS (Incluye al titular del negocio, trabajadores y Derechohabientes).
- Cobertura Previsional, incluye un Sistema de Pensiones Sociales.

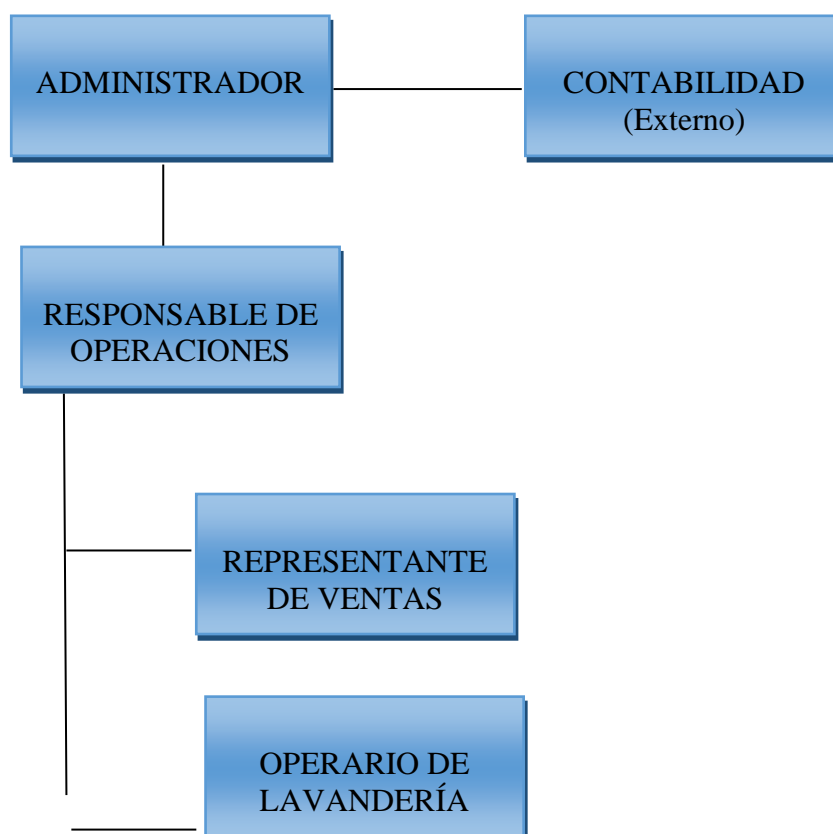
7.3 Estructura organizacional

Nuestra empresa tiene como razón social “Smart Clothes S.R.L”, elegimos esa razón social por que la responsabilidad está limitada al capital aportado, y, por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no responde con el patrimonio personal de los socios, sino al aportado en dicha empresa. Se presenta como una sociedad de tipo capitalista en la que el capital, que estará dividido en participaciones sociales, se integrará por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Esté negocio estará conformada por los siguientes accionistas:

- ❖ Juan Escobedo Ávila 40%
- ❖ Berna Vílchez Chávez 30%
- ❖ Tifany romero 30%

Gráfico N° 48. Organigrama



Para la empresa instauraremos una estructura vertical ya que es la opción que se adecua para los inicios de la empresa, en la cual siempre tendrá la última palabra la persona

que está al mando de la empresa, en este caso, el Administrador y luego de ello le sigue el responsable de operaciones, que tendrán a cargo subordinados a su mando. Así como también por ser una empresa que recién se está integrando al mercado vamos a necesitar tener un control y supervisión en cada una de las decisiones que se pueda tener. Este organigrama vertical lo llevaremos por un corto plazo ya que en la empresa se encontrará en proceso de crecimiento y requerirá nuevas áreas que generaran nuevos puestos.

Tabla N° 63. Identificación del Cargo - Administrador(a)

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del puesto	Administrador(a)
A quien supervisa	Responsable de operaciones
Reporta	Dueños
Perfil de contratación	
Nivel educativo alcanzado	Profesional técnica / Universitario de administración de empresas
estudios complementarios	cursos o diplomados administrativos
Experiencia laboral previa	No menor a 02 años de experiencia en cargo similares
Conocimientos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • informática nivel avanzado • ingles nivel intermedio
Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de planificación y organización • pensamiento crítico comunicativo • creatividad • Empatía • Proactividad • Capacidad de negociación • Trabajar en equipo • Liderazgo
Objetivos	

- Cumplir con los objetivos y metas trazados por la junta de socios; satisfaciendo las necesidades de los clientes
- Generar una buena comunicación e integración en cada una de las áreas.
- Garantizar el cumplimiento de normas y reglamentación que obliga la actividad.
- Asegurar la calidad del producto, para poder obtener mercado.
- Solución de problemas: Identificando fallas de los procesos y corregirla con la correcta toma de decisiones
- Controlar la ejecución de las tareas y Velar por mantener un costo bajo en inventario.
- Ver que los trabajadores conozcan cada una de las funciones que desempeñan y crecer profesionalmente como en el entorno laboral.

Función específica	Procedimiento
Administrar estratégica y objetivamente el establecimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación, organización, dirección, control y evaluación de cada una de las actividades que se involucran en el desarrollo de la empresa • asignar responsabilidades al responsable de operaciones.
Controlar el desarrollo de las actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de procesos de lavado. • Atención sobre el orden de las instalaciones y el funcionamiento adecuado. • Presentación de personal • Control entrada y salida de personal, cumplimiento de horario • Supervisión del comportamiento y realización de funciones del personal • Solución de incidencias.
Manejo y control tributario	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza cálculos y ajustes necesarios relativos a la declaración de impuestos tributarios.
Verificar procesos de costos e ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Aprobación de proveedores • Revisión de inventarios a cierre de mes

Realizar evaluaciones periódicas del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo y seguimiento a cada de una de las áreas que están dentro de la empresa. • Evalúa mensualmente el cumplimiento de cada una de las funciones que cada colaborador desempeña en su área.
--	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 64. Identificación del Cargo - Responsable de operaciones

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del puesto	Responsable de operaciones
Dependencia	Administrador
Puesto que supervisa	operario de lavandería y representante de ventas
Reporta	Administrador
Perfil de contratación	
Nivel educativo alcanzado	Carrera técnica de administración/logística/negocios
estudios complementarios	Cursos o diplomados en procesos, liderazgo.
Experiencia laboral previa	No menor a 01 año de experiencia en el cargo
Conocimientos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • informática nivel intermedio • ingles nivel básico
Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • comunicativo • creatividad • empatía • iniciativa • trabajar en equipo • liderazgo
Objetivo	

Velar por que los procesos de la empresa sean óptimos para llevar un buen producto y servicio a nuestro cliente, así como el cumplimiento de metas establecidas se lleve a cabo.
Funciones
<ul style="list-style-type: none"> • Responsable directo de supervisar el proceso de lavado desde inicio a fin. • supervisar que el personal operativo cumpla con sus funciones, así como el personal de ventas. • Verificar la recepción correcta de uniformes provenientes de los centros de salud pasando por el proceso de separación como el de revisión de este. • Revisar que los uniformes que van a ser llevados a los distintos centros de salud se encuentren en óptimas condiciones. • Seguir el proceso de distribución de uniformes. • Acercarse a los distintos centros salud a verificar que se den los distintos procesos de entrega de uniformes a los usuarios, así como recolectar información del proceso.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 65. Identificación de Cargo - Representante de ventas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del puesto	Representante de ventas
Dependencia	Responsable de operaciones
Reporta	Responsable de operaciones
Perfil de contratación	
Nivel educativo alcanzado	técnico en Mkt/ relaciones publicas/ comercialización
estudios complementarios	cursos o diplomados en comercialización/técnicas de negociación
Experiencia laboral previa	No menor a 02 años de experiencia en cargo similares
Conocimientos necesarios	<ul style="list-style-type: none"> • informática nivel básico • ingles nivel básico

Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • comunicación asertiva • buena organización • trabajo en equipo • Sociable • Ser creativo • capacidad de negociación
Objetivo	
<p>Conseguir nueva cliente a corto plazo de un año. Conociendo y realizando seguimiento a cada uno de nuestros clientes para poder cumplir con las expectativas de nuestros servicios haciendo que la empresa pueda obtener una rentabilidad y que el plazo no sea tan largo.</p>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • conocer todas las características de nuestros servicios y productos. • Planificar visitas comerciales y cumplir con los tiempos asignados. • Aumentar el mercado, buscando continuamente nuevos contratos • Atender reclamos o sugerencias de nuestros clientes. • Dar a conocer promociones u ofertas disponibles. • Realizar demostración de nuestro servicio- • Obtener nueva información del mercado. • Captar nuevos clientes. • Elaborar y comunicar un reporte de ventas (clientes atendidos, clientes captados, ruta del vendedor, servicios ofrecidos, cobros realizados, reclamos recogidos y resueltos, productos devueltos. 	

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 66. Identificación del Cargo - Operario de lavandería

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del puesto	Operario de lavandería
Dependencia	Responsable de operaciones
Reporta	Responsable de operaciones
Perfil de contratación	
Nivel educativo alcanzado	secundaria completa mínima, estudios en curso o estudios trancos
Experiencia laboral previa	no menor a 6 meses en empresas industriales

Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • trabajo en equipo • ordenado • proactivo
Objetivo	
Realizar tareas de ejecución operativa del proceso de lavado de inicio a fin aplicando los procesos establecidos.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener limpia el área de trabajo • Recepcionar los uniformes provenientes de distintos establecimientos de salud. • Clasificar la ropa • Programar el lavado según el tipo de suciedad • Cargar lavadoras con la ropa a procesar • Llenar reporte respectivo • Verificar los filtros de la lavadora • Otras actividades asignadas por el jefe inmediato. 	

Fuente: Elaboración propia

Adaptado Mof Liderman:

<http://www.liderman.com.pe/webanterior/images/liderman/sgi/sgi/pdfs/210105.pdf>

7.4 Descripción de funciones

Funciones o responsabilidades que debe realizar la empresa como declaración de impuestos, pagos a proveedores

Pago a proveedores:

- Se busca realizar el pago a 30 días útiles, de esta manera logramos tener una liquidez monetaria
- Pagos a través de transferencia, cheques y efectivo dependiendo del proveedor

Declaración de impuesto:

- Esta declaración se realizará de manera personal a través de la página web de la SUNAT
- En el momento que la empresa haya crecido la declaración la realizaremos a través de un estudio contable.

Presupuesto Planilla

Planilla año 1

Tabla N° 67. Presupuesto de Planilla año 1

Micro Empresa	Sueldo	Asignación Familiar	SUB TOTAL	SIS	SUB TOTAL	Gratificación	CTS	Vacaciones	TOTAL/MES	TOTAL, ANUAL
Costo Operativo	S/. 2,910.00	S/. 0.00	S/. 2,910.00	S/. 45.00	S/. 2,955.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 121.25	S/. 3,076.25	S/.36,915.00
Trabajador A	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 970.00	S/. 15.00	S/. 985.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 40.42	S/. 1,025.42	S/.12,305.00
Trabajador B	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 970.00	S/. 15.00	S/. 985.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 40.42	S/. 1,025.42	S/.12,305.00
Trabajador c	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 970.00	S/. 15.00	S/. 985.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 40.42	S/. 1,025.42	S/.12,305.00
Gasto Administrativo	S/. 3,200.00	S/. 0.00	S/. 3,200.00	S/. 30.00	S/. 3,230.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 133.33	S/. 3,363.33	S/.40,360.00
Trabajador D	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 2,000.00	S/. 15.00	S/. 2,015.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 83.33	S/. 2,098.33	S/.25,180.00
Trabajador E	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 15.00	S/. 1,215.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 50.00	S/. 1,265.00	S/.15,180.00
Gasto de Ventas	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 15.00	S/. 1,215.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 50.00	S/. 1,265.00	S/.15,180.00
Trabajador G	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 15.00	S/. 1,215.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 50.00	S/. 1,265.00	S/.15,180.00
TOTAL, PLANILLA	S/. 7,310.00	S/. 0.00	S/. 7,310.00	S/. 90.00	S/. 7,400.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 304.58	S/. 7,704.58	S/.92,455.00

Fuente: Elaboración propia

Planilla año 2

Pequeña Empresa	Sueldo	Asignación Familiar	SUB TOTAL	SIS	ESSALUD	SUB TOTAL	Gratificación	Bon Excepcional	CTS	Vacaciones	TOTAL	TOTAL, ANUAL
Costo Operativo	S/. 2,910.00	S/. 0.00	S/. 2,910.00	S/. 0.00	S/. 261.90	S/. 3,171.90	S/. 242.50	S/. 21.83	S/. 131.35	S/. 121.25	S/. 3,688.83	S/.44,265.95
Trabajador A	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 87.30	S/. 1,057.30	S/. 80.83	S/. 7.28	S/. 43.78	S/. 40.42	S/. 1,229.61	S/.14,755.32
Trabajador B	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 87.30	S/. 1,057.30	S/. 80.83	S/. 7.28	S/. 43.78	S/. 40.42	S/. 1,229.61	S/.14,755.32
Trabajador c	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 970.00	S/. 0.00	S/. 87.30	S/. 1,057.30	S/. 80.83	S/. 7.28	S/. 43.78	S/. 40.42	S/. 1,229.61	S/.14,755.32
Gasto Administrativo	S/. 3,200.00	S/. 0.00	S/. 3,200.00	S/. 0.00	S/. 288.00	S/. 3,488.00	S/. 266.67	S/. 24.00	S/. 144.44	S/. 133.33	S/. 4,056.44	S/.48,677.33
Trabajador D	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 2,000.00	S/. 0.00	S/. 180.00	S/. 2,180.00	S/. 166.67	S/. 15.00	S/. 90.28	S/. 83.33	S/. 2,535.28	S/.30,423.33
Trabajador E	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 108.00	S/. 1,308.00	S/. 100.00	S/. 9.00	S/. 54.17	S/. 50.00	S/. 1,521.17	S/.18,254.00
Trabajador F	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/.0.00
Gasto de Ventas	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 108.00	S/. 1,308.00	S/. 100.00	S/. 9.00	S/. 54.17	S/. 50.00	S/. 1,521.17	S/.18,254.00
Trabajador G	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 108.00	S/. 1,308.00	S/. 100.00	S/. 9.00	S/. 54.17	S/. 50.00	S/. 1,521.17	S/.18,254.00
Trabajador H	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/.0.00
Trabajador I	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/.0.00
TOTAL, PLANILLA	S/. 7,310.00	S/. 0.00	S/. 7,310.00	S/. 0.00	S/. 657.90	S/. 7,967.90	S/. 609.17	S/. 54.83	S/. 329.97	S/. 304.58	S/. 9,266.44	S/.111,197.28

CAPÍTULO VIII
PLAN ECONÓMICO - FINANCIERO

8.1 Inversiones (estructura)

Tabla N° 68. Información Financiera y Económica para Evaluar Proyectos de Inversión

INFORMACION FINANCIERA Y ECONOMICA PARA EVALUAR PROYECTOS DE INVERSION.	
A. ESTRUCTURA DE INVERSIONES	
RUBROS	Importe
INVERSION FIJA TANGIBLE	
Local	S/.4,500
KIT MATERIAL CLINICO PARA RENTAR	S/.64,800
Muebles y Enseres	S/.9,200
Maquinarias	S/.22,000
Computadoras e impresoras	S/.12,460
Vehículos	S/.30,600
TOTAL INVERSIÒN FIJA TANGIBLE	S/.143,560
INVERSION FIJA INTANGIBLE	
Estudios de pre - inversión	S/.1,800
Registros Públicos y Notariales	S/.562
Licencia de funcionamiento y defensa civil	S/.1,611
Acondicionamiento del local	S/.10,077
Libros contables: Legalización	S/.0
Acondicionamiento vehiculo	S/.6,000
Registro de compras y ventas	S/.0
Comprobantes de pago: Boletas y facturas	S/.0
Movilidad y otros	S/.110
TOTAL, INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/.20,160
TOTAL, INVERSIONES A LARGO PLAZO	S/.163,720

Tabla N° 69. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	S/.42,749.10
Garantía del alquiler y pago adelantado	S/.4,500.00
COSTOS OPERATIVOS	S/.29,682.77
Personal en planilla	S/3,076.25
Materias Primas	S/21,295.52
Costo de tercerización	S/0.00
Costos Operativos indirectos	S/5,311.00
Bienes	S/106.00
Útiles de escritorio	S/20.00
Materiales de limpieza	S/56.00
Materiales de computación	S/10.00
Otros	S/20.00
Servicios	S/5,205.00
Luz	S/900.00
Agua	S/.700.00
Teléfono	S/.30.00
Internet	S/.15.00
Alquiler	S/.2,250.00
Mantenimiento y reparación	S/.300.00
Movilidad	S/.120.00
Otros(Redes)	S/.890.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/.5,373.33
Personal en planilla	S/.3,363.33
Bienes	S/.154.00
Útiles de escritorio	S/.54.00
Materiales de limpieza	S/.30.00
Materiales de computación	S/.50.00
Otros	S/.20.00
Servicios	S/.1,856.00
Luz	S/.150.00
Agua	S/.30.00
Teléfono	S/.90.00
Internet	S/.40.00
Alquiler	S/.1,350.00
Mantenimiento y reparación	S/.100.00
Movilidad	S/.76.00
Otros	S/.20.00

GASTOS DE VENTAS	S/.3,193.00
Personal en planilla	S/.1,265.00
Bienes	S/.115.00
Útiles de escritorio	S/.20.00
Materiales de limpieza	S/.15.00
Materiales de computación	S/.60.00
Otros	S/.20.00
Servicios	S/.1,813.00
Luz	S/.100.00
Agua	S/.30.00
Teléfono	S/.100.00
Internet	S/.25.00
Alquiler	S/.900.00
Mantenimiento y reparación	S/.120.00
Movilidad	S/.70.00
Otros (Comision)	S/.468.00
TOTAL, INVERSIONES	S/.206,469.24

Fuente: Elaboración propia

Capital de trabajo:

Se presupuestó el capital de trabajo para un mes de operaciones, desde el primer mes se llega al punto de equilibrio, los podemos observar en el siguiente cuadro en donde nuestro punto de equilibrio es de S/ 18,857.25 y a partir del primer mes estamos cubiertos.

Tabla N° 70. Punto de Equilibrio Mensual

Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
S/46,800.00	S/46,800.00	S/46,800.00	S/46,800.00	S/46,800.00	S/62,400.00	S/62,400.00	S/62,400.00	S/62,400.00	S/62,400.00	S/46,800.00	S/639,600.00
S/18,047.05	S/18,047.05	S/18,047.05	S/18,047.05	S/50,103.00	S/24,062.73	S/24,062.73	S/24,062.73	S/24,062.73	S/24,062.73	S/50,103.00	S/310,754.91
S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/5,311.00	S/63,732.00
S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/3,076.25	S/36,915.00
S/26,434.30	S/26,434.30	S/26,434.30	S/26,434.30	S/58,490.25	S/32,449.98	S/32,449.98	S/32,449.98	S/32,449.98	S/32,449.98	S/58,490.25	S/411,401.91
S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/2,010.00	S/24,120.00
S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/3,363.33	S/40,360.00
S/1,928.00	S/1,928.00	S/1,928.00	S/1,928.00	S/1,928.00	S/2,084.00	S/2,084.00	S/2,084.00	S/2,084.00	S/2,084.00	S/1,928.00	S/23,916.00
S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/1,265.00	S/15,180.00
S/8,566.33	S/8,566.33	S/8,566.33	S/8,566.33	S/8,566.33	S/8,722.33	S/8,722.33	S/8,722.33	S/8,722.33	S/8,722.33	S/8,566.33	S/103,576.00
S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/1,567.67	S/18,812.00
S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/336.00	S/4,032.03
S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/1,903.67	S/22,844.03
S/36,904.30	S/36,904.30	S/36,904.30	S/36,904.30	S/68,960.25	S/43,075.98	S/43,075.98	S/43,075.98	S/43,075.98	S/43,075.98	S/68,960.25	S/537,821.94
S/9,895.70	S/9,895.70	S/9,895.70	S/9,895.70	-S/22,160.25	S/19,324.02	S/19,324.02	S/19,324.02	S/19,324.02	S/19,324.02	-S/22,160.25	S/101,778.06
S/18,857.25	S/18,857.25	S/18,857.25	S/18,857.25	S/18,857.25	S/19,013.25	S/19,013.25	S/19,013.25	S/19,013.25	S/19,013.25	S/18,857.25	S/227,067.03
0.6143793	0.6143793	0.6143793	0.6143793	-0.0705769	0.6143793	0.6143793	0.6143793	0.6143793	0.6143793	-0.0705769	0.5141418
S/30,693.18	S/30,693.18	S/30,693.18	S/30,693.18	-S/267,187.23	S/30,947.09	S/30,947.09	S/30,947.09	S/30,947.09	S/30,947.09	-S/267,187.23	S/441,642.82

Fuente: Elaboración propia

Para la constitución de la empresa se realizará con aportes personales de 3 socios, los porcentajes serán 40%, 30% y 30%, estos porcentajes determinarán el nivel de participación en la empresa.

Tabla N° 71. Estructura de Financiamiento y en Porcentaje del Proyecto

B. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO Y EN PORCENTAJE DEL PROYECTO.			
	SOCIOS	CAPITALES DE TERCEROS	
RUBROS	APORTE		TOTAL
	Tasa del sector	TCEA: TEA + gastos + seguro	
	Costo de oportunidad	de desgravamen	
	COK		
INVERSION TOTAL	S/.206,469.24	S/.0.00	S/.206,469.24
ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	100.00%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

8.2 Ingresos y egresos

A continuación, tenemos el detalle de los costos y gastos mensual y del periodo de 5 años.

Tabla N° 72. Proyección de Venta Año 1

Costos AÑO 1												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	900	900	900	900	900	900	1200	1200	1200	1200	1200	900
Unitario	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00	S/.52.00
Mensual	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.46,800.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.62,400.00	S/.46,800.00
	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.8,424.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.11,232.00	S/.8,424.00
Mensual	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.55,224.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.73,632.00	S/.55,224.00

Costos de insumos COSTOS AÑO 1 Costo Directo variable												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	900	900	900	900	900	900	1200	1200	1200	1200	1200	900
Unitario	S/.20.05	S/.20.05	S/.20.05	S/.20.05	S/.20.05	S/.55.67	S/.20.05	S/.20.05	S/.20.05	S/.20.05	S/.20.05	S/.55.67
Mensual	S/.18,047.05	S/.18,047.05	S/.18,047.05	S/.18,047.05	S/.18,047.05	S/.50,103.00	S/.24,062.73	S/.24,062.73	S/.24,062.73	S/.24,062.73	S/.24,062.73	S/.50,103.00
	S/.3,248.47	S/.3,248.47	S/.3,248.47	S/.3,248.47	S/.3,248.47	S/.9,018.54	S/.4,331.29	S/.4,331.29	S/.4,331.29	S/.4,331.29	S/.4,331.29	S/.9,018.54
Mensual	S/.21,295.52	S/.21,295.52	S/.21,295.52	S/.21,295.52	S/.21,295.52	S/.59,121.54	S/.28,394.02	S/.28,394.02	S/.28,394.02	S/.28,394.02	S/.28,394.02	S/.59,121.54

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 73. Proyección de Costos Indirectos de Fabricación Año

de costos indirectos de fabricación AÑO 1

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Costos indirectos	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00	S/.5,311.00
	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00	S/.106.00
Alquiler	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00
de limpieza	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00	S/.56.00
de computación	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00	S/.10.00
	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00
	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00	S/.5,205.00
	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00
	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00	S/.700.00
	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00
	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00
	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.2,250.00
de mantenimiento y reparación	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00	S/.300.00
	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00
	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00	S/.890.00

Fuente: Elaboración propia

DE VENTAS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TC
BIENES Y													
OS	S/.1,928.00	S/.1,928.00	S/.1,928.00	S/.1,928.00	S/.1,928.00	S/.1,928.00	S/.2,084.00	S/.2,084.00	S/.2,084.00	S/.2,084.00	S/.2,084.00	S/.1,928.00	S/.
	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.115.00	S/.
escritorio	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.
de limpieza	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.15.00	S/.
de													
ón	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.60.00	S/.
	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.20.00	S/.
	S/.1,813.00	S/.1,813.00	S/.1,813.00	S/.1,813.00	S/.1,813.00	S/.1,813.00	S/.1,969.00	S/.1,969.00	S/.1,969.00	S/.1,969.00	S/.1,969.00	S/.1,813.00	S/.
	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.
	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.30.00	S/.
	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.100.00	S/.
	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.25.00	S/.
	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.900.00	S/.
iento y													
	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.120.00	S/.
	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.70.00	S/.
misión)	S/.468.00	S/.468.00	S/.468.00	S/.468.00	S/.468.00	S/.468.00	S/.624.00	S/.624.00	S/.624.00	S/.624.00	S/.624.00	S/.468.00	S/.
GASTOS													
STRATIVOS													
AS	S/.3,938.00	S/.3,938.00	S/.3,938.00	S/.3,938.00	S/.3,938.00	S/.3,938.00	S/.4,094.00	S/.4,094.00	S/.4,094.00	S/.4,094.00	S/.4,094.00	S/.3,938.00	S/.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 76. Flujo de Caja Proyectado

H. FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos totales		S/. 639,600	S/. 703,560	S/. 773,916	S/. 851,308	S/. 936,438
(-) Inversión total	-S/. 206,469					
(-) Costos totales		S/. 411,402	S/. 444,536	S/. 480,844	S/. 520,639	S/. 564,265
(-) Gastos administrativos		S/. 64,480	S/. 65,259	S/. 66,063	S/. 66,894	S/. 67,751
(-) Gastos de Ventas		S/. 39,096	S/. 33,266	S/. 33,850	S/. 34,453	S/. 35,076
(-) Impuesto a la Renta		S/. 28,498	S/. 37,167	S/. 45,985	S/. 53,684	S/. 64,901
FLUJO NETO ECONOMICO	-S/. 206,469	S/. 96,124	S/. 123,332	S/. 147,174	S/. 175,638	S/. 204,446
(+) Préstamo	S/. 0					
(-) Intereses de préstamo		S/. 0	S/. 0	S/. 0		
(-) Amortización del préstamo		S/. 0	S/. 0	S/. 0		
FLUJO NETO FINANCIERO	-S/. 206,469	S/. 96,124	S/. 123,332	S/. 147,174	S/. 175,638	S/. 204,446
(+) Aporte propio	S/. 206,469	utilidad neta				
FLUJO NETO	S/. 0	ganancia neta				
Diferencia Estado de Resultados y Flujo de Caja: DEPRECIACIÓN		-S/22,844	-S/22,844	-S/22,844	-S/22,844	-S/19,729

Fuente: Elaboración propia

Adicional al Flujo de Caja debemos tener en cuenta un estado financiero primordial para el análisis financiero de un proyecto o empresa, este análisis nos indica un Ebitda positivo en los años del proyecto.

Tabla N° 77. Estructura de costos y gastos

F. ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS						
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
COSTOS OPERATIVOS	S/. 411,401.91	S/. 444,535.95	S/. 480,844.02	S/. 520,639.04	S/. 564,265.04	S/. 2,421,685.96
Productos Terminados	S/. 411,401.91	S/. 444,535.95	S/. 480,844.02	S/. 520,639.04	S/. 564,265.04	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 64,480.00	S/. 65,259.08	S/. 66,063.32	S/. 66,893.53	S/. 67,750.57	S/. 330,446.49
Personal en planilla	S/. 40,360.00	S/. 40,360.00	S/. 40,360.00	S/. 40,360.00	S/. 40,360.00	
Bienes	S/. 1,848.00	S/. 1,907.69	S/. 1,969.31	S/. 2,032.92	S/. 2,098.58	
Servicios	S/. 22,272.00	S/. 22,991.39	S/. 23,734.01	S/. 24,500.62	S/. 25,291.99	
Depreciación y Amortización	S/. 22,844.03	S/. 22,844.03	S/. 22,844.03	S/. 22,844.03	S/. 19,729.03	S/. 111,105.14
GASTOS DE VENTAS	S/. 39,096.00	S/. 33,265.90	S/. 33,850.07	S/. 34,453.11	S/. 35,075.64	S/. 175,740.72
Personal en planilla	S/. 15,180.00	S/. 15,180.00	S/. 15,180.00	S/. 15,180.00	S/. 15,180.00	
Bienes	S/. 1,380.00	S/. 1,424.57	S/. 1,470.59	S/. 1,518.09	S/. 1,567.12	
Servicios	S/. 22,536.00	S/. 16,661.32	S/. 17,199.48	S/. 17,755.03	S/. 18,328.51	
Gastos Financieros	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00			
Intereses de préstamo	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00			
TOTAL, COSTOS MAS GASTOS	S/. 537,821.94	S/. 565,904.95	S/. 603,601.43	S/. 644,829.71	S/. 686,820.27	3,038,978.30
COMPROBACIÓN						3,038,978.30

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 78. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectado

G. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas totales	S/.639,600	S/.703,560	S/.773,916	S/.851,308	S/.936,438
(-) Costos totales	S/.411,402	S/.444,536	S/.480,844	S/.520,639	S/.564,265
UTILIDAD BRUTA	S/.228,198	S/.259,024	S/.293,072	S/.330,669	S/.372,173
Gastos administrativos	S/.64,480	S/.65,259	S/.66,063	S/.66,894	S/.67,751
Gastos de ventas	S/.39,096	S/.33,266	S/.33,850	S/.34,453	S/.35,076
Depreciación y Amortización acumulada	S/.22,844	S/.22,844	S/.22,844	S/.22,844	S/.19,729
UTILIDAD OPERATIVA	S/.101,778	S/.137,655	S/.170,315	S/.206,478	S/.249,618
Intereses de préstamo	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0	S/.0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/.101,778	S/.137,655	S/.170,315	S/.206,478	S/.249,618
Impuesto a la Renta	S/.28,498	S/.37,167	S/.45,985	S/.53,684	S/.64,901
UTILIDAD NETA	S/.73,280	S/.100,488	S/.124,330	S/.152,794	S/.184,717

Fuente: Elaboración propia

8.4 Flujo de caja (económico y financiero)

Tabla N° 79. Flujo de Caja Proyectado

H. FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos totales		S/. 639,600	S/. 703,560	S/. 773,916	S/. 851,308	S/. 936,438
(-) Inversión total	-S/. 206,469					
(-) Costos totales		S/. 411,402	S/. 444,536	S/. 480,844	S/. 520,639	S/. 564,265
(-) Gastos administrativos		S/. 64,480	S/. 65,259	S/. 66,063	S/. 66,894	S/. 67,751
(-) Gastos de Ventas		S/. 39,096	S/. 33,266	S/. 33,850	S/. 34,453	S/. 35,076
(-) Impuesto a la Renta		S/. 28,498	S/. 37,167	S/. 45,985	S/. 53,684	S/. 64,901
FLUJO NETO ECONOMICO	-S/. 206,469	S/. 96,124	S/. 123,332	S/. 147,174	S/. 175,638	S/. 204,446
(+) Préstamo	S/. 0					
(-) Intereses de préstamo		S/. 0	S/. 0	S/. 0		
(-) Amortización del préstamo		S/. 0	S/. 0	S/. 0		
FLUJO NETO FINANCIERO	-S/. 206,469	S/. 96,124	S/. 123,332	S/. 147,174	S/. 175,638	S/. 204,446
(+) Aporte propio	S/. 206,469	utilidad neta	ganancia	neta		
FLUJO NETO	S/. 0					
Diferencia Estado de Resultados y Flujo de Caja: DEPRECIACIÓN		-S/22,844	-S/22,844	-S/22,844	-S/22,844	-S/19,729

Fuente: Elaboración propia

8.5 Evaluación económica y financiera (VAN y TIR)

Para poder calcular la VAN trajimos los flujos de caja futuros al presente y lo restamos a la inversión inicial ósea al año 0, según la teoría si contamos con un valor mayor a 0 el proyecto es viable.

En Nuestro proyecto obtuvimos una VAN de S/ 373,345.09, un proyecto viable para la inversión propuesta ya que es mayor a 0.

La TIR es la tasa que hace que el van sea cero, la máxima tasa de retorno que puede obtener el proyecto para que sea rentable.

Del Resultado podemos observar que la TIR (54.91%) es superior al costo de oportunidad (8%) por lo que el proyecto es económicamente viable.

Tabla N° 80. VAN y TIR

VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO Y FINANCIERO Y TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO Y FINANCIERO			
VALOR ACTUAL NETO ECONÓMICO	S/.373,345.09	TASA INTERNA DE RETORNO ECONÓMICO	54.91%
Es la actualización de cada uno de los flujos económicos que permitan determinar la ganancia		A que tasa de descuento el VANE es cero	8.00%
o pérdida del proyecto.			
VALOR ACTUAL NETO FINANCIERO	S/.373,345.09	TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO	54.91%
Es la actualización de cada uno de los flujos financieros que permitan determinar la ganancia		A que tasa de descuento el VANF es cero	8.00%

TASA INTERNA DE RETORNO FINANCIERO - TIRF	0.5491	54.91%			
DEMOSTRACIÓN DEL VANF = 0	1.5491	2.3996	3.7171	5.7580	8.9195
	S/. 96,124	S/. 123,332	S/. 147,174	S/. 175,638	S/. 204,446

-S/. 206,469 S/.62,053.35 S/.51,397.40 S/.39,593.79 S/.30,503.31 S/.22,921.40 S.

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 81. Costo de Oportunidad

D. Costo de Oportunidad	
Costo de oportunidad	8%
COK	
Es la rentabilidad para el socio por la inversión en el proyecto	

Fuente: Elaboración propia

Se determinó el valor del Cok en base a los siguientes factores.

- Depósito a plazo fijo en bancos y cooperativas se maneja de 5% a 10%.
- Según el informe del INEI el sector de servicios en donde se ubican las lavanderías es un sector de crecimiento en el 2019 tuvo un crecimiento de 3.09%, según la Cámara de Comercio de Lima se espera un crecimiento de 4.6% para el 2020
- Finalmente, las empresas de seguros crecen en ventas 10% anual colocando cada vez más usuarios en el servicio de salud privado.
- Un porcentaje promedio entre el máximo porcentaje a pagar de los bancos junto con el crecimiento de sector nos arroja un 8.2% como costo promedio de oportunidad.

Determinamos un escenario conservador y muy cerca de la inversión segura, pero a su vez con un porcentaje favorable para la inversión.

Beneficio –Costo

Tabla N° 82. Beneficio - Costo

COSTO	BENEFICIO	
	ECONÓMICO	FINANCIERO
BENEFICIO	S/. 373,345.09	S/.373,345.09
COSTO	S/. 206,469.24	S/. 206,469

RELACION BENEFICIO/COSTO	1.8082	1.808
---------------------------------	---------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en el indicador del beneficio costo, nos indica que el proyecto presentado, por cada sol invertido podemos tener un retorno en beneficio de 1.80 soles.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo con el análisis financiero proyectado a 5 años, la empresa empezará con un capital social de S/206,469.24 con una VAN de S/373,345.09 un valor superior a cero y una TIR de 54.91%. un índice bastante favorable tanto para los accionistas superior al COK (8%)
2. Podemos concluir que la rentabilidad del proyecto nos dará la factibilidad de recuperar la inversión en el primer año de operaciones.
3. Según el costo beneficio analizado, en nuestro proyecto por cada sol invertido, tendremos una ganancia de S/1.80 como beneficio económico, al ser un valor mayor a 1, este proyecto se convierte en un negocio rentable e imitable.
4. En cuanto a nuestro punto de equilibrio nos arroja que debemos de generar S/ 18,857.25, mensuales, nuestras ventas proyectadas tenemos como un mínimo valor S/ 36,904.30, quiere decir, que estamos cubriendo los costos y gastos y estamos generando utilidad.
5. Con respecto a la propuesta, es innovadora y bastante atractiva, así como beneficioso, para el personal de salud y sobre todo para los pacientes que acuden por alguna dolencia a las clínicas.

RECOMENDACIONES

1. La presentación del modelo de negocio a los clientes es de suma importancia, debemos saber la manera de poder vender nuestro producto y servicio, el acercamiento es bastante difícil por la carga laboral que este rubro atraviesa, asimismo lograr que sea captado nuestro mensaje de responsabilidad y compromiso con la vida y salud de sus pacientes.
2. Al entrar al mundo tecnológico, no se puede perder la vanguardia como elemento principal del negocio, las tecnologías vienen cambiando constantemente, una de las recomendaciones más importantes es estar un paso delante de los cambios tecnológicos en el mundo.
3. La búsqueda constante del incremento de ventas es básica para la sostenibilidad del negocio, estar al tanto de los KPIS ayudara a que le negocio prospere, siempre analizando en que y en donde invertir el dinero ganado.
4. Llegar a liderar el mercado y mantener el liderazgo a través de la mejora continua, tanto en procesos como en gestión humana, colaboradores felices hacen un clima laboral armonioso, siempre al tanto de nuestros colaboradores es de suma importancia.
5. En cuanto a la ley Out del negocio, cada mes tomar los tiempos en cada estación de los materiales tratados, con la finalidad de optimizar los tiempos transformando un proceso eficaz en un proceso eficiente.
6. Al término del primer año de operaciones se debe cambiar de régimen tributario ya que se proyectan ventas superiores a las 150 UIT.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

Libro “Plan de negocios” editorial Macro por Luis E Moyano Gastillejo

<https://www.clinicainternacional.com.pe/> - Investigar de nuestros futuros clientes

<http://www.stellamaris.com.pe/> , <https://www.sanpablo.com.pe/>.

<http://www.industrialwash.com.pe/> , nuestro competidor

<https://www.peru-retail.com/peru-pbi-tercer-trimestre-2019/>

<https://elcomercio.pe/economia/peru/moodys-que-senala-la-agencia-sobre-la-situacion-crediticia-del-peru-y-el-crecimiento-economico-economia-peruana-america-latina-noticia/?ref=ecr>

<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=8542310000>

<https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/reporte-de-inflacion.html>

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2020/junio/reporte-de-inflacion-junio-2020.pdf>

https://www.mef.gob.pe/defensoria/boletines/arancel_aduanas_2017.pdf

https://www.dge.gob.pe/portal/docs/asis/Asis_peru19.pdf

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Nota-Semanal/2020/resumen-informativo-2020-06-18.pdf>

<https://elperuano.pe/noticia-buenas-noticias-para-peru-85708.aspx>

<https://peru21.pe/economia/salud-peruanos-gastan-promedio-us-207-salud-382684-noticia/>

<https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2019/10/01/per-tiene-dos-presidentes-y-una-crisis-politica-que-era-inevitable/>

<https://elcomercio.pe/economia/peru/coronavirus-por-que-afecta-al-precio-del-cobre-y-como-podria-impactar-en-la-economia-peruana-china-metales-lme-noticia/?ref=ecr>

<https://elcomercio.pe/economia/peru/coronavirus-y-suspension-de-temporada-de-pesca-afectarian-a-la-economia-en-primer-trimestre-de-este-ano-bcr-noticia/?ref=ecr>

<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2019/02/06/como-avanza-la-tecnologia-y-su-regulacion-en-el-peru/>

https://www.esan.edu.pe/cgi-bin/mt/mt-cp.cgi?_mode=view&id=18596&blog_id=11

<https://puentesdigitales.com/2018/08/13/que-paises-dominan-la-inteligencia-artificial-y-cuales-son-sus-estrategias-nacionales/>

<https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
'Plan de negocio para investigación de un estudio de mercado'

<http://apeim.com.pe/wp-content/uploads/2019/11/APEIM-NSE-2018.pdf>

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1671/libro.pdf

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1743/Libro.pdf

Manual de emprendedores Asociación pro-bienestar y desarrollo

ANEXOS

Cálculo de la depreciación

ACTIVOS FIJOS	Depreciación anual	Costo Activo Fijo	Dep/anual	Dep/mensual
	SUNAT LIR			
COSTOS OPERATIVOS				
INMUEBLES	5.00%	S/. 2,250.00	S/. 112.50	S/. 9.38
MUEBLES Y ENSERES	10.00%	S/. 2,660.00	S/. 266.00	S/. 22.17
MAQUINARIAS	10.00%	S/. 22,000.00	S/. 2,200.00	S/. 183.33
COMPUTADORAS E IMPRESORAS	25.00%	S/. 3,010.00	S/. 752.50	S/. 62.71
VEHÍCULOS	20.00%	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
TOTAL COSTOS OPERATIVOS		S/. 29,920.00	S/. 3,331.00	S/. 277.58
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
INMUEBLES	5.00%	S/. 1,350.00	S/. 67.50	S/. 5.63
MUEBLES Y ENSERES	10.00%	S/. 4,630.00	S/. 463.00	S/. 38.58
MAQUINARIAS	10.00%	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
COMPUTADORAS E IMPRESORAS	25.00%	S/. 3,780.00	S/. 945.00	S/. 78.75
VEHÍCULOS	20.00%	S/. 30,600.00	S/. 6,120.00	S/. 510.00
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS		S/. 40,360.00	S/. 7,595.50	S/. 632.96
GASTOS DE VENTAS				
INMUEBLES	5.00%	S/. 900.00	S/. 45.00	S/. 3.75
MUEBLES Y ENSERES	10.00%	S/. 3,030.00	S/. 303.00	S/. 25.25
MAQUINARIAS	10.00%	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
COMPUTADORAS E IMPRESORAS	25.00%	S/. 5,670.00	S/. 1,417.50	S/. 118.13
VEHÍCULOS	20.00%	S/. 30,600.00	S/. 6,120.00	S/. 510.00
TOTAL, GASTOS DE VENTAS		S/. 40,200.00	S/. 7,885.50	S/. 657.13
COSTO TOTAL ACTIVOS Y DEPRECIACIÓN		S/. 110,480.00	S/. 18,812.00	S/. 1,567.67