



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN
TRABAJO DE FIN DE GRADO ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS



PROYECTO DE NEGOCIO: LAVANDERÍA LIKENEW S.L.

AUTORES:

JOSÉ ANDRÉS TORREALBA CHOLAWSKI

JOSÉ MANUEL MARTINO PIRELA

MAURIZIO MANTOVANI DUFOUR

VICENTE ANDRÉS GONZÁLEZ MOLINA

TUTOR DEL PROYECTO: DR. MÁXIMO CORTÉS

CURSO ACADÉMICO: 2022-2023

Índice

Contenido

Introducción	3
Resumen ejecutivo	3
1. Presentación del proyecto	5
2. Actividad de la empresa. Sus productos y servicios.	11
3. Análisis de datos: entorno, mercado y competencia	13
3.1 Competencia	16
3.2 Análisis PESTEL	19
3.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	19
3.4 Análisis DAFO	20
3.5 Modelo CANVAS	21
3.6 Análisis Matriz de Ansoff.....	22
4. Marketing y comercialización.....	23
4.1 Determinación del precio de venta y política de precios	27
4.2 Previsión de ventas	28
5. Plan de operaciones y organización	31
5.1 Instalaciones, medios y equipos.....	31
5.2 Elementos de Transporte.....	37
5.3 Proceso de fabricación.....	39
5.4 Aprovisionamiento y gestión de stocks	40
5.5 Cálculo de costes de producción.....	44
5.6 Punto muerto.....	45
6. Localización	49
7. Aspectos principales del plan de recursos humanos.	51
8. Plan Económico Financiero.....	57
8.1 Inversión y financiación inicial.....	57

8.2 Amortización del activo	58
8.3 Cuadro de financiación bancaria.....	60
8.4 Cuadro de I.V.A.....	61
8.5 Cuenta previsional de Tesorería	61
8.6 Cuenta previsional de resultados.....	64
8.7 Balance de situación previsional.....	65
8.8 Ratios Financiero	68
8.9 Ratios financieros de rentabilidad	70
9. <i>Aspectos complementarios</i>	72
9.1 Imagen corporativa.....	72
9.3 Responsabilidad social / código de buen gobierno.....	84
9.4 Plan de expansión	85
9.5 Aspectos formales y jurídicos.....	85
9.6 Reparto accionarial y administradores	86
10. <i>Conclusiones</i>	91
11. <i>Bibliografía</i>	93
12. <i>Índice de figuras</i>	96

Introducción

Actualmente vivimos en una era dominada por increíbles avances tecnológicos que han logrado digitalizar todos los aspectos de nuestra vida cotidiana. En relación al mundo empresarial, existen miles de productos y servicios que utilizamos para facilitar el cumplimiento de tareas o resolución de problemas y tareas del día a día, desde las más simples hasta las más complejas.

Una de esas tareas que podrá ser muy simple pero esencial en la vida de las personas es el lavado y cuidado de la ropa, siendo algo tan personal que contribuye a un buen estado mental, elevada autoestima y a la tranquilidad general. Tomando esto en cuenta, el lavado de la ropa muchas veces resulta ser una actividad cansina, que suele consumir tiempo importante en la vida de las personas, afectando su dedicación a otras responsabilidades laborales o personales.

Por esta razón, hemos decidido enfocar este Trabajo Final de Grado hacia crear un servicio que cubra la necesidad de las personas de mantener la ropa limpia sin consumir una gran cantidad de tiempo valioso, a través de una aplicación móvil logística. Nuestro objetivo es penetrar un sector por medio de una segmentación elaborada, posicionándonos en un público de estudiantes universitarios y adultos jóvenes que disponen de un tiempo limitado para completar sus deberes laborales o de estudio, funcionando como nuestro mercado principal.

A lo largo de este trabajo de investigación, estaremos analizando diversos factores que nos permitan encontrar la verdadera viabilidad de este modelo de negocio, partiendo de parámetros, estimaciones y datos realistas del mercado, coherentes con nuestra visión a largo plazo.

Resumen ejecutivo

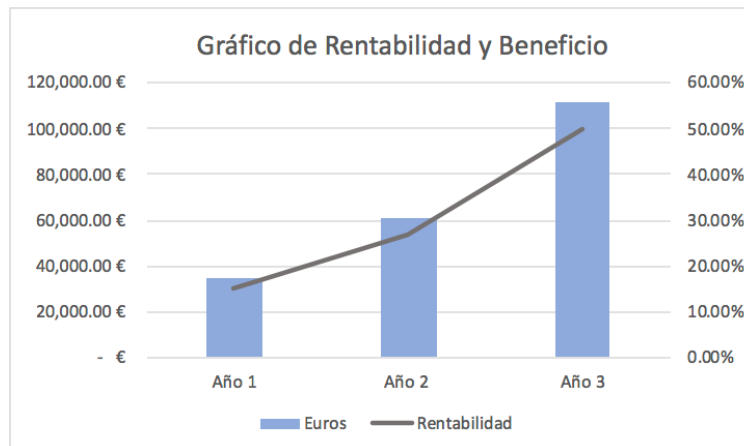
El siguiente resumen ejecutivo aborda la modernización del servicio de lavandería actual a través de la implementación de una APP móvil, esta aplicación ofrece a los usuarios un servicio de lavandería a través de una suscripción mensual.

En este proyecto, hemos desarrollado una aplicación que permite a los usuarios programar la recogida y entrega de sus prendas, todo mediante la suscripción mensual en la app móvil, estos usuarios pueden elegir el plan que más le convenga, cada uno ofreciendo diferentes opciones. Todos los planes incluyen: servicio de recogida y entrega, lavado, secado y planchado si es necesario.

Con este proyecto buscamos facilitarles la vida a todas esas personas que no cuentan con el tiempo o simplemente les quita tiempo realizar la tarea de lavandería, ya sea en el hogar o en las lavanderías convencionales. A través de esta app buscamos modernizar el servicio de lavandería convencional adaptándolo a las necesidades actuales de los usuarios. Una de las cosas que nos diferencia de las pocas empresas que ofrecen un servicio similar, es que somos una empresa concientizada con el ambiente, todos nuestros vehículos de recogida y entrega son de 0 emisiones.

Durante la realización del proyecto, hemos analizado el mercado y detectado que el mercado de lavandería actual en España está en auge, tanto así que en los últimos años solo en España se han abierto alrededor de más del 45% de las lavanderías que ya existían anteriormente, esto gracias al ritmo y estilo de vida actual de las personas. Hemos recopilado datos que demuestran la creciente satisfacción de los clientes al preguntarles sobre la existencia de un servicio como este. A su vez, hemos analizado y desarrollado la viabilidad del proyecto a través de diferentes métodos y análisis, que como podemos analizar en el proyecto han sido favorables.

En el siguiente gráfico podemos observar las ganancias esperadas en euros y por otro lado podemos observar la rentabilidad (ROE) de los accionistas.



Hemos podido observar y analizar que la modernización engloba a todos los sectores, y el sector de lavandería no se queda atrás. A través de este modelo de negocio logramos satisfacer y adaptarnos a las demandas del mercado actual obteniendo resultados financieros exitosos. La facilidad, comodidad y rapidez del servicio son factores claves para que los clientes de este servicio sean satisfechos.

1. Presentación del proyecto

Para nuestra empresa LikeNew S.L. Decidimos registrarla bajo la denominación de Sociedad Limitada, estando conformada por 4 socios iniciales con un nivel de aportación igualitario, optamos por esta debido a las ventajas que supone en temas de responsabilidad, ya que se limita a la aportación de los socios.

Los socios promotores estarían conformados por:

Maurizio Mantovani

Imagen 1: Foto del socio fundador Maurizio Mantovani



Fuente: Elaboración propia

Estudiante de último año de ADE con experiencia en el campo administrativo y contable. Nacido en Venezuela, con estudios en 3 países, Venezuela, Perú y España. Con experiencia actual en el área contable, culminando la carrera universitaria en el grado de ADE en la Universidad Europea de Madrid.

Mis habilidades en el área financiera-contable, me han ayudado mucho a poder desarrollar el trabajo de fin de grado junto a mis compañeros, cada uno aportando con grandes ideas.

Mi experiencia viviendo en 3 países a mi poca edad, me ha dado una perspectiva diferente de como funciona el mundo.

Mi experiencia laboral en la empresa lmesApi me ha ayudado a desarrollar grandes habilidades en cuanto al funcionamiento del área contable y financiera de una empresa.

José Martino

Imagen 2: Foto del socio fundador José Martino



Fuente: Elaboración propia

Estudiante de último año de ADE con habilidades comunicativas y de liderazgo. Nacido en Venezuela, con educación en escuelas americanas en este país y en los Estados Unidos. El grado en ADE me ha ayudado a expandir mis conocimientos en el ámbito empresarial, y ayudarme a orientarme hacia una especialización en las áreas de marketing y administración.

Mis habilidades comunicativas me han ayudado a desarrollar relaciones de negocios en los diferentes trabajos que he ejercido, principalmente como auxiliar administrativo en empresas medianas. La elaboración de este plan de empresa me ha servido como herramienta para fortalecer mis conocimientos de la planificación de un modelo de negocio realista y coherente con lo que he aprendido en mi formación.

El trabajo de fin de grado me ha ayudado tanto a mi como a mis compañeros a valorar la importancia del trabajo en equipo, ya que es un factor sumamente importante para nuestros futuros en los puestos de trabajo que desarrollaremos en un futuro cercano.

José Torrealba.

Imagen 3: Foto del socio fundador José Torrealba



Fuente: Elaboración propia

Estudiante de último año de ADE con experiencia en el sector financiero. Nacido en Venezuela con experiencia en la venta directa y el sector financiero con formación educativa en Venezuela, Estados Unidos y España, en este último estudiante Administración y Dirección de Empresas en la Universidad Europea de Madrid grado que se complementado con mi personalidad y experiencias previas brindando una formación de excelente calidad que ha facilitado la elaboración de este proyecto.

Este proyecto ha sido un excelente ejercicio de trabajo en equipo y complementación entre todos los integrantes quienes aportaron sus experiencias y capacidades para propiciar la buena ejecución del mismo.

La elaboración de este plan de empresa nos ha permitido no solo poner en práctica todo lo aprendido en estos años de estudio, sino que nos ha brindado la posibilidad de experimentar en cierta manera como es el proceso de llevar a cabo una idea desde que esta surge en la mente de cada socio hasta que es puesta en marcha y se logra cumplimentar todos los procedimientos que requiere poner dicha idea en funcionamiento.

Vicente González

Imagen 3: Foto del socio fundador Vicente González



Fuente: Elaboración propia

Estudiante de último año de Administración y Dirección de Empresas (ADE) con valiosas experiencias multiculturales que aportan una perspectiva internacional y la capacidad de ser un generador de ideas. Nacida en Venezuela, he tenido la oportunidad de vivir en diferentes lugares como Seattle, Miami y Madrid, lo que me ha proporcionado un profundo conocimiento de diversos entornos empresariales y culturales.

Mi formación en ADE me ha proporcionado una sólida base en principios de gestión empresarial, finanzas, marketing y estrategia. Sin embargo, lo que realmente me diferencia es mi capacidad para ver más allá de las fronteras y comprender cómo funcionan los negocios en diferentes partes del mundo.

Gracias a mi experiencia multicultural, he adquirido una perspectiva global que me permite identificar oportunidades de negocio internacionales y adaptar estrategias empresariales a mercados específicos. Mi conocimiento de los distintos mercados y mi capacidad de adaptación son activos clave en un entorno empresarial cada vez más globalizado.

La idea surge luego múltiples lluvias de ideas y luego encontrar todos los miembros del grupo una necesidad latente por ser cubierta en forma de un servicio de lavandería a domicilio que sea capaz de satisfacer las necesidades del público universitario y del mercado laboral que

no dispone de tiempo para realizar esta tarea por su cuenta pero que necesita un servicio que sea capaz de adaptarse a sus necesidades y principalmente que se pueda permitir costear con un presupuesto limitado.

Definimos nuestro proyecto como un servicio de lavandería a domicilio por sistema de membresía. Nuestra empresa lleva por nombre LikeNew S.L. y tenemos como objetivo brindar un servicio de lavandería conveniente y de gran calidad a nuestros clientes.

Trabajamos de la mano y para clientes tanto particulares como corporativos principalmente del sector de la hostelería, nuestro servicio dirigido a los clientes particulares se resume en el seguimiento de estos simples pasos: nuestros clientes se inscriben en nuestro sistema de membresía donde programan la recogida y entrega de su ropa a través de nuestra aplicación móvil o sitio web. Una vez que la ropa es recogida, nuestro equipo de logística la transporta a nuestras instalaciones de lavandería donde contamos con la tecnología más novedosa que nos garantiza la eficiencia y la utilización óptima de los recursos haciendo el proceso lo más sostenible posible, allí la ropa es lavada, secada y doblada con mucho cuidado y profesionalismo. Finalmente, la entregamos de vuelta al cliente en el momento y lugar acordado.

Nuestro sistema de membresía cuenta con diferentes planes de precios, desde paquetes individuales hasta paquetes de empresas diseñados para adaptarse a las necesidades de una amplia red de clientes que incluyen un mayor número de prendas y servicios adicionales como limpieza en seco o planchado. Además, nuestros clientes tienen la capacidad de cancelar o cambiar su membresía en cualquier momento, brindándoles de esta manera una gran flexibilidad.

Y en cuanto a los clientes corporativos el funcionamiento es un poco diferente ya que nos adaptamos a sus necesidades brindándoles un trato personalizado.

Dentro de nuestra visión empresarial sentimos como una necesidad realizar nuestra operación siendo conscientes con el medio ambiente y la sostenibilidad utilizando detergentes biodegradables y apostando por una opción de logística centrada en el uso de unas bicicletas eléctricas en la zona céntrica de Madrid.

En conclusión, nuestro proyecto consiste en un servicio de lavandería que les brinda a sus clientes la capacidad de desentenderse de esta labor, pero con la tranquilidad de que sus

prendas de vestir serán tratadas de manera profesional, con calidad y compromiso sin dañar al medio ambiente en el proceso además permitiendo planificar este servicio de acuerdo con su agenda mediante su suscripción la cual además no cuenta con permanencia.

2. Actividad de la empresa. Sus productos y servicios.

La actividad de la empresa se centrará principalmente en prestar un servicio, a través de una app para móviles de logística desarrollada y optimizada, con el fin de cubrir la necesidad básica de las personas de mantener sus prendas de ropa limpias sin tener que realizar esta actividad físicamente, lo cual ocupa tiempo importante que los consumidores preferirían destinar a sus estudios, trabajo y obligaciones diarias. El servicio principal que ofrece la app de LikeNew S.L. Sería el de recogida, lavada, y entrega a domicilio de ropa, permitiendo así a los consumidores realizar este proceso 1/2 veces como máximo por semana y evitar tener que lavar en casa 3 o 4 veces. Las lavadoras en los establecimientos de lavanderías tienen capacidades que varían entre los 8 y 20 kg en comparación a las lavadoras caseras que suelen tener entre 5 y 8 kg. El 80% de españoles poseen una lavadora en sus casas, pero la mayoría de estos, en especial los estudiantes universitarios y adultos jóvenes en un rango de edad de 18-45 años, no disponen del tiempo para lavar en sus casas.

Ilustración 1: Idea de modelo de negocio



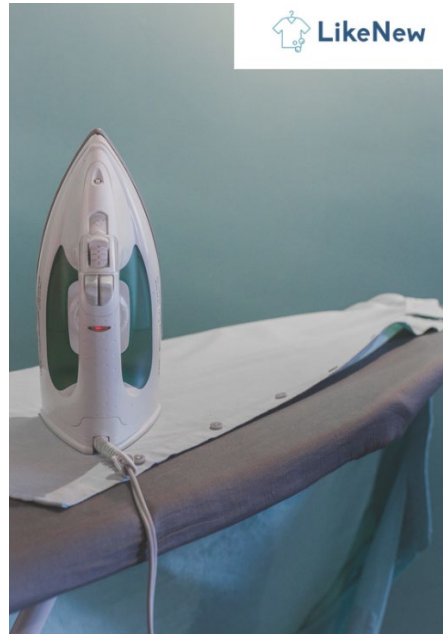
Fuente: Imágenes de Google

Para desarrollar la empresa de LikeNew S.L. y ofrecer el servicio que deseamos de lavandería a domicilio, aplicaremos tecnologías y utilizaremos herramientas esenciales presentes en el entorno actual, entre las que se incluyen las siguientes 5 principales.

1. Destinamos una gran cantidad de recursos al aspecto tecnológico del modelo de negocio como punto de venta principal, con el fin de crear una aplicación digital que sirva como la base del negocio, que le permitirá al cliente visualizar el proceso logístico y tener una interacción personal con el servicio ofrecido.
2. Siguiendo con el vínculo tecnológico, necesitaremos un software para la gestión de pedidos, el cual servirá como herramienta monitorea para administrar, controlar y organizar cada uno de los pedidos hechos por los clientes en tiempo real. También facilitará la comunicación con los clientes así como la programación del servicio requerido.
3. En cuanto al sistema de pagos, LikeNew S.L. contará con un punto de venta online, fácil de usar y atractivo para los consumidores. El sistema incluirá diversos métodos de pagos en línea, como tarjetas de crédito, cupones y criptomonedas, con el fin de brindarle comodidad sin dejar a un lado la seguridad.
4. Una buena gestión inventario del local físico de la empresa será imprescindible para el funcionamiento eficiente de la misma, por lo cual se destinarán recursos para implementar un software avanzado, optimizando el proceso productivo y logrando un uso eficiente de los recursos.
5. Por último, como factor adicional de la aplicación móvil, esta contará con diversas herramientas para el seguimiento de entregas, permitiendo que el cliente visualice en tiempo real el estado de su pedido. Esto le dará un aspecto de transparencia al servicio que no solo ayudará con la fidelidad de los clientes si no con la adquisición de cuota de mercado.

Como estrategia de protección para la marca principal de la empresa, como sería LikeNew S.L., le daremos prioridad al registro de la misma en la Oficina Española de Patentes y Marcas. Nos centraremos en registrar la marca oficialmente en España ya que es la región geográfica en la que estaremos realizando los procesos necesarios y creando la empresa. Esto nos brindará una protección del derecho de comercialización de los servicios ofrecidos, impidiendo que se comercialicen otros productos o servicios en el mercado con el nombre o

marca. El registro de la marca también ayudará a que los consumidores distingan nuestros servicios de otros, y ayudará a competir sirviendo como pilar en las estrategias de publicidad.



3. Análisis de datos: entorno, mercado y competencia

A través del estudio de mercado podremos conocer con mejor detalle el entorno que rodea nuestra empresa, para así poder analizar y tomar decisiones de una manera más certera. Para poder realizar este análisis usaremos herramientas que nos ayudarán a reconocer las tendencias del mercado actual, las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

Las herramientas que usaremos en este análisis serán el análisis PESTEL, las fuerzas de Porter, análisis DAFO, CANVAS y matriz de Ansoff.

En este caso nuestro modelo de negocio va dirigido al mercado de lavandería y tintorería en España, actualmente existen muchos tipos de servicios, como, por ejemplo: las lavanderías autoservicios, que básicamente son establecimientos abiertos a todo público que no necesitan de personal de supervisión en donde las personas van y realizan su lavado y secado ellos mismos. Por otro lado, tenemos las lavanderías convencionales, donde los usuarios dejan su ropa y esta empresa se encarga de lavarla, secarla y plancharla. Por último, tenemos el mercado que nosotros queremos atacar, las lavanderías a domicilio, donde el usuario no necesita salir de la comodidad de su hogar, ya que el mismo establecimiento va a

recoger y regresa la ropa o cualquier prenda al hogar, también ofreceremos el mismo servicio a empresas.

Según un estudio realizado por la consultora Nielsen en 2018, nos dice que alrededor de un 65% de los hogares españoles utiliza servicios de lavandería y tintorería, esto quiere decir que una gran cantidad de personas utiliza con regularidad este tipo de servicios.

Al cabo de los años el número de personas que utilizan las lavanderías ha ido aumentando con bastante notoriedad, esto lo podemos ver ya que en los últimos años el número de servicios de lavandería en España ha aumentado notoriamente, por ejemplo, según un estudio realizado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF), nos dice que en 2017 el número de lavanderías aumentó en un 45%, lo que supuso una facturación de 239 millones de €, un 51% más que año anterior.

Y esos datos son de años anteriores lo que indica que al pasar de los años el mercado ha seguido creciendo.

Esto ocurre por varias razones, las personas de clase media de España ya no quieren lavar su ropa, el cliente promedio que utiliza estos servicios son personas relativamente jóvenes, personas de entre 18 y 45 años. Según un estudio realizado por Mr Jeff, una start-up de lavandería a domicilio, nos dice que la media de tiempo que tiene que invertir una persona para poder realizar la lavandería en el hogar es de aproximadamente entre 1 y 2 horas a la semana, y este tiempo aumenta si la familia es numerosa. Según esta misma start-up, el 79% de los españoles les gustaría una suscripción mensual de servicio de lavandería. La principal razón por la cual a las personas le está empezando a agrandar este nuevo tipo de servicio es por el entorno en que vivimos actualmente, donde las horas del día no alcanzan para realizar todas las tareas pendientes.

Un potencial cliente serán las personas millennials, personas entre 25-35 años con una vida bastante agitada y con ingresos superiores a los mil euros mensuales. Otro potencial cliente serían las familias con hijos pequeños en donde los dos padres trabajen y su tiempo sea bastante reducido, con la idea de negocio que estamos ofreciendo podrán ahorrarse un tiempo de su día que lo podrán utilizar para otras cosas más importantes.

Otro cliente potencial serían los estudiantes, ya que normalmente les da bastante pereza realizar esta tarea doméstica, por ejemplo, en Madrid uno de los clientes más frecuentes en cuanto a las lavanderías de autoservicio son estos mismos.

Esta tarea resulta de bastante pereza ya que normalmente los hogares de la comunidad de Madrid no cuentan con secadoras en las casas, lo que implica que el deber de la lavandería sea aún más trabajoso.

Actualmente el sector de lavandería en España se encuentra en auge debido a que ha experimentado en los últimos años un gran incremento en la demanda de este. Actualmente un negocio muy prometedor y rentable son los autoservicios de lavandería, ya que a través de las franquicias de lavanderías resulta sumamente sencillo montar un establecimiento de estos, ya que no requiere de personal presente y el horario de apertura se extiende haciendo que sea aun así más rentable llegando a facturar unos 80 millones de euros es toda España. Actualmente en toda España existen alrededor de más de 2000 lavanderías de autoservicio, hemos visto como la demanda ha ido creciendo a lo largo de los años ya que en 2017 tan solo había unas 1.300 lavanderías de autoservicio.

Esto se debe al gran aumento de las nuevas costumbres de las personas, hoy en día es bastante común que personas de todas las edades, mayormente jóvenes, asistan a este tipo de establecimientos para ahorrar costo y tiempo de sus vidas.

Por otro lado, el mercado que nosotros atacaremos está muchísimo menos saturado, ya que es una idea innovadora que pocas empresas prestan este servicio actualmente.

Actualmente existen unas 20 empresas de servicio de lavandería a domicilio en la comunidad de Madrid, no lo suficientes para abastecer el mercado al que se ve enfrentado.

Según un estudio realizado por la empresa Observatorio del estudio sectorial DBK de INFORMA, líder en el suministro de información comercial, financiera, Sectorial y de Marketing en España y Portugal, nos dice que la facturación del sector de lavandería llegó a alcanzar una cifra de 760 millones de euros en 2018, hasta un 5% más que el año anterior y del año 2019 un 4,7% respecto al año anterior. Luego en el 2020 el sector se vio un poco perjudicado por la pandemia mundial que vivimos, pero en el 2022 se volvió a recuperar y sigue creciendo.

Según esta misma empresa nos dice que el sector ha crecido respecto al año 2012 un 50%. Este estudio también nos cuenta que el margen de explotación de las principales 32 empresas de lavandería en España, mayormente industriales, atacando el mercado de hostelería principalmente, logró alcanzar un 4,5% en el año 2018, este margen ha ido aumentando según los años van pasando.

En el caso de la competencia de lavanderías a domicilio de particulares, actualmente existen unas cuantas empresas que realizan este servicio a domicilio en Madrid, estas son las más conocidas por los usuarios.

3.1 Competencia

- WASHROCKS

Imagen 3: Logo de Washrocks



WASHROCKS

Tu app de lavandería y tintorería a domicilio

Fuente: Washrocks

- Mr Jeff

Imagen 4: Logo de Mr Jeff

Mr Jeff

Fuente: Mr Jeff

- WOSH

Imagen 5: Logo de Wosh



Fuente: Wosh

- TELELAVO

Imagen 6: Logo de TeleLavo



Fuente: TeleLavo

- LAVANAPP

Imagen 7: Lavanapp



Fuente: Lavanapp

- URBANCLEAN

Imagen 8: Logo de UrbanClean



Fuente: UrbanClean

- GOLDRYS

Imagen 9: Logo Goldrys



Fuente: Goldrys

Estas empresas son bastante parecidas entre sí, todas cuentan con recogida a domicilio y entrega de la ropa en un tiempo establecido, normalmente tardan en regresar la ropa en no menos de 48 horas, hay algunas que tienen planes mensuales, semanales y quincenales.

Por ejemplo, tenemos el caso de MR JEFF, es una empresa creada por españoles creada en el año 2015, esta es una de las preferidas por los usuarios, cuenta con la mayor cuota de mercado actualmente, su modelo de negocio es el servicio de recogida a domicilio y entrega de las prendas ya lavadas y planchadas a tu hogar, tú eliges la hora de recogida y la hora de entrega. Cuenta también con planes mensuales y semanales. Cuenta ya con servicios en varias ciudades de España como por ejemplo Barcelona, Valencia, Palma de Mallorca, etc.

Por otro lado, tenemos WASHROCKS, una de las preferidas del mercado, en este caso esta empresa no cuenta con las suscripciones mensuales o semanales, simplemente contratas el servicio por la página web, seleccionas la hora de recogida y dependiendo de la cantidad de ropa te cobran una cantidad, por ejemplo, una bolsa de 5kg de ropa te cobran 14,5€ y la bolsa de 10kg cuesta 22,45€. También depende de la prenda que mandes a lavar, en el caso de juegos de sábanas el precio puede variar. Un punto en contra de esta empresa es que los precios son un poco elevados, ya que no cuenta con las suscripciones mensuales y se paga por kilogramos y número de prendas, puede que al cliente le resulte un poco tedioso y costoso utilizar este servicio, ya que lo que busca el cliente es la comodidad. Esta empresa cuenta con establecimientos también en varias ciudades de España.

En este caso tenemos la empresa WOSH, esta empresa también da el servicio de recogida y entrega de prendas a domicilio, cuenta con una app en donde puedes elegir los planes mensuales, cuentan con 3 tipos de planes, el individual, pareja y el plan familiar. Los precios van desde los 70€ en el caso del plan individual, 94,90€ el plan de pareja y 119,90€ el plan familia. Estos planes incluyen una recogida y entrega a la semana con un máximo de kg.

3.2 Análisis PESTEL

Con este análisis se busca entender y evaluar el entorno externo que rodea nuestro proyecto. Nos permite analizar factores: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

Figura 1: Análisis PESTEL



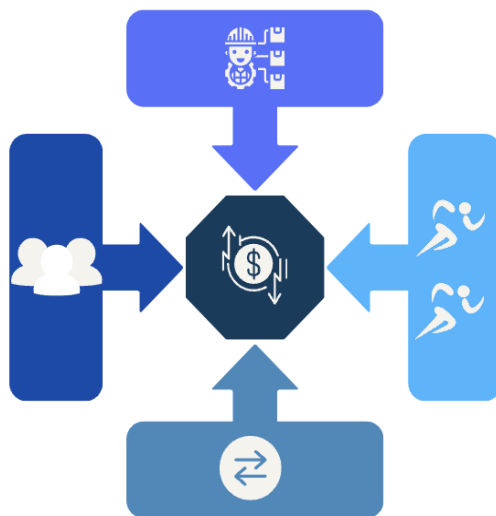
Fuente: Elaboración propia

3.3 Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Mediante este análisis podremos conocer y analizar las fuerzas competitivas del nuevo emprendimiento, para así aprovechar las oportunidades del mercado y minimizar los riesgos o amenazas.

En este análisis vamos a analizar las siguientes herramientas: Amenazas de nuevos competidores, poder de negociación de proveedores, poder negociación de clientes, rivalidad de competidores existentes y la amenaza de productos sustitutivos.

Figura 2: Análisis de las 5 Fuerzas de Porter



Poder de negociación de los clientes

- Grado: Medio
- Al ser un mercado en donde ya existen competidores, el poder de negociación del cliente se vería afectado en la comparación de los precios y la calidad del servicio ofrecido. El cliente no negociará los precios, pero si podría optar por utilizar otra empresa.

Poder de negociación de los proveedores

- Grado: Bajo
- Al ser un mercado donde los proveedores no son específicos, la negociación de estos se hace bastante escasa, los precios de los proveedores están bastantes regularizados.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

- Grado: Bajo
- Actualmente el mercado no está saturado, existen ya varias empresas que prestan este servicio, pero sigue habiendo cuota de mercado.

Amenaza de nuevos productos sustitutos

- Grado: Alto
- Como ya explicamos en el apartado de análisis de mercado, existen alternativas para poder cubrir esta necesidad, como por ejemplo: el lavado en casa, los autoservicios y las lavanderías convencionales. Así que las amenazas de productos sustantivos son bastante altas en este negocio.

Rivalidad entre los competidores

- Grado: Alto
- Al ser un sector nuevo con no muchos competidores, estos cada día luchan con la calidad ofrecida y los precios, ya que casi todas las empresas existentes ofrecen casi lo mismo. Lo único que les podría diferenciar serían los tiempos de entrega y recogida y alguna que otra ventaja competitiva que ofrezca cada empresa.

Fuente: Elaboración propia

3.4 Análisis DAFO

A partir del análisis DAFO podremos observar y analizar las debilidades, fortalezas, posibles amenazas y posibles amenazas del negocio.

A partir de este análisis se podrán tomar medidas y crear estrategias para poder afrontar las dificultades que nos encontremos a lo largo del emprendimiento

Figura 3: Análisis DAFO

Debilidades

- Falta de conocimiento e inexperiencia en el mercado.
- Falta de adaptación de parte de los clientes.
- Poco conocimiento de la población de este servicio.
- Falta de conocimientos de lavado industrial.

Fortalezas

- Gran equipo de trabajo con gente proactiva.
- Una gran cantidad de planes mensuales.
- Atención personalizada.
- Gran margen de horario de entregas y recogidas.
- Plazos de entregas.
- Buena plataforma con facilidad de uso.



Oportunidades

- Internacionalización.
- Obtener una buena cuota de mercado.
- Alianzas con empresas.
- Cambios en la percepción del cliente.
- Utilización de estrategias de comunicación para ampliar el mercado.

Amenazas

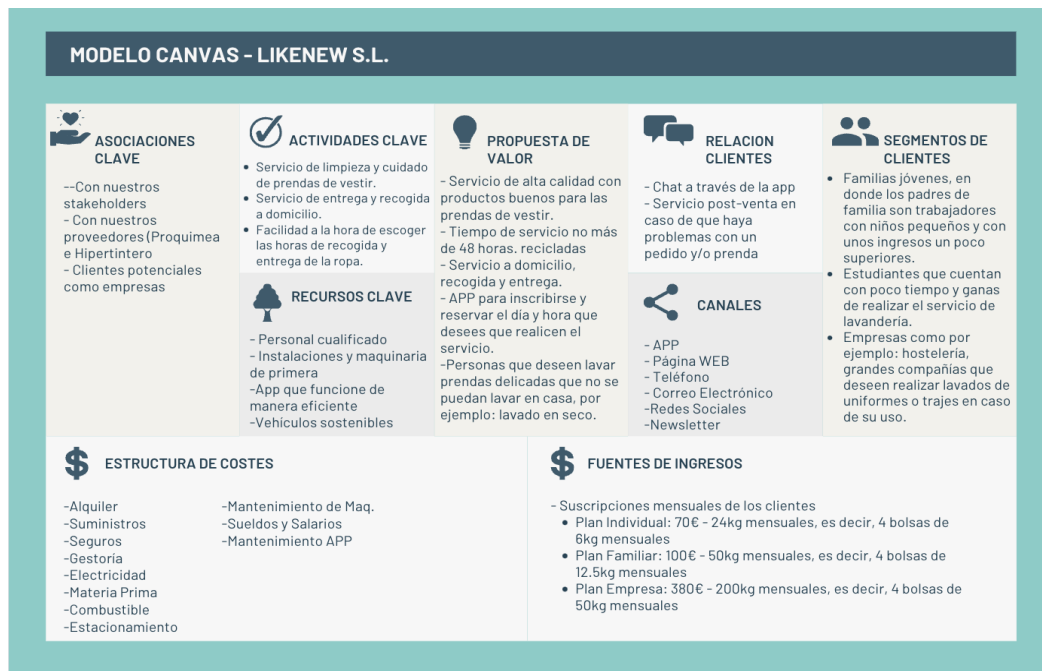
- Reducción de préstamos de parte de las entidades bancarias.
- Posibles competidores en el sector.
- Desconfianza de parte de los clientes.
- Altos niveles de costes.
- Estructuras legales a seguir.

Fuente: Elaboración propia

3.5 Modelo CANVAS

Este modelo nos permite trabajar en nuestra planificación estratégica del proyecto. Nos da una visión general de distintos puntos clave de la empresa y además nos facilita entender cómo se relacionan entre ellas.

Figura 4: Modelo Canvas

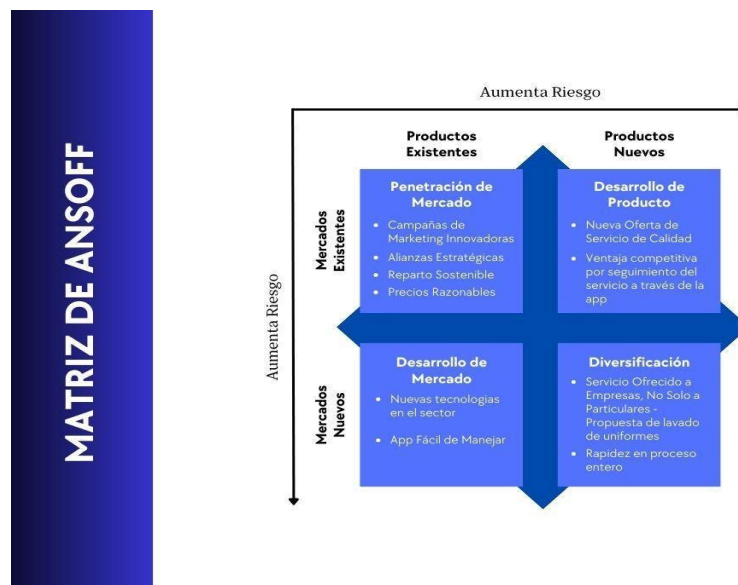


Fuente: Elaboración propia

3.6 Análisis Matriz de Ansoff

Mediante este análisis podremos tomar mejores decisiones en cuanto a la dirección que puede tomar el negocio, se enfoca en identificar las oportunidades de crecimiento de una empresa. Se analizarán las siguientes herramientas: penetración de mercado, desarrollo de productos, desarrollo de mercados, diversificación.

Figura 5: Matriz de Ansoff



Fuente: Elaboración propia

4. Marketing y comercialización

Hemos seleccionado LikeNew S.L. como nombre para nuestra empresa, ya que expresa claramente la promesa de nuestro servicio de dejar las prendas de nuestros clientes “como nuevas”.

LikeNew S.L. cuenta con un servicio diferenciado de cara al público en función del tipo de clientes potencial al que se dirige, distinguiéndose principalmente entre el público conformado por particulares, es decir, individuos que acceden al servicio de forma independiente mediante nuestras app y página web y el cliente corporativo, el cual necesita ser asistido de forma más personalizada en el proceso de compra.

Sin importar cual sea el cliente el proceso productivo a realizar es en la mayoría de los casos es el mismo (lavado, planchado y arreglos textiles) permitiéndonos de esta manera estandarizar en gran medida los procesos de trabajo.

Dentro de nuestra cartera de clientes potenciales estipulamos que la base de clientes que fungirá como piedra angular dentro de nuestro negocio será la rama de clientes particulares, por tratarse de un tipo de cliente al cual podemos alcanzar de forma masiva con nuestro producto que está específicamente diseñado para él. Esto tomando en cuenta que los

distintos planes (membresías mensuales) que ofrecemos están diseñados de forma específica para suplir sus necesidades.

Los servicios que hemos desarrollado para este grupo de clientes están compuestos por todo lo relacionado al lavado e higienización de sus prendas de vestir, sábanas y ropa de cama, toallas y en general cualquier producto textil, de igual manera que el planchado y posterior entrega de los mismos. Todos estos servicios están puestos a disposición tanto en la app como en la página web de manera que este cliente puede seleccionar la membresía que desee y posteriormente puede modificarla en función de su necesidad.

En cuanto al mercado corporativo, este será abordado de una manera completamente diferente dado que poseen un comportamiento muy diferenciado entre sí. Al tratarse de potenciales clientes corporativos como hoteles y restaurantes, los cuales nos garantizan un gran volumen de demanda al mes consideramos que lo más eficiente en la etapa inicial es abordar cada solicitud de forma personalizada, asegurándonos de esta manera de poder satisfacer al cliente y sus solicitudes de forma eficaz lo que nos permitirá en el mediano y largo plazo desarrollar un sistema que nos permita estandarizar este tipo de solicitudes de tal manera que puedan generarse de forma autónoma por parte del cliente como ocurre con los particulares.

Es bien sabido que el precio de un producto sobre todo durante su fase de introducción al mercado puede condicionar en gran medida sus posibilidades de éxito por lo que como empresa hemos decidido establecer nuestros precios tomando en cuenta los precios de nuestros competidores directos como una estrategia para penetrar el mercado logrando por consecuencia incidir en la cuota de mercados de nuestros principales competidores. Actuando de manera consecuente con nuestra propuesta de valor pensamos realizar campañas de marketing agresivas que no pasen desapercibidas, Incluyendo una de oferta de lanzamiento.

Habiendo completado el periodo de introducción al mercado y debidamente probado la rentabilidad de nuestro modelo prevemos encontraremos con una fase de crecimiento importante con una amplia captación de nuevos clientes, esto tomando en cuenta que es un negocio en el que se suscita mucho el marketing boca a boca donde un cliente le recomienda a otro nuestro servicio no por un beneficio económico sino como una forma de compartir con sus conocidos su amplia satisfacción por la marca y los valores de esta. Posteriormente nos encontraremos con el periodo de madurez durante el cual consideramos fundamental la

reinversión de las ganancias generadas con el fin de continuar creciendo no solo como negocio sino también como marca con la finalidad de intentar volver a generar un periodo de crecimiento considerando acciones como la internacionalización, en cualquier caso, esperamos que esta fase que cuente con una duración más prolongada donde ya hablaríamos de un largo plazo.

Hemos propuesto una campaña de marketing centrada en la segmentación, lo que nos da la posibilidad de enfocarnos en nuestro público objetivo que abarca desde los 18 a los 45 años. Al ser un público heterogéneo en principio por la brecha de edades, las estrategias de publicidad para hacernos visibles ante ellos son variadas y las ajustaremos según sea necesario. Para el público joven, por ejemplo, se desarrollarán campañas mediante TikTok ya que la media de edad son usuarios entre 17 y 25 por lo que se convierte en un canal perfecto para conectar con el público universitario.

Mientras que para con nuestro público adulto optamos por canales más tradicionales como publicidades en el metro y/o espacios de coworking. Como común denominador entre nuestro público establecemos que ambos tienen el tiempo limitado, bien por trabajo o por estudios y optan por darle un uso a su tiempo libre en actividades que realmente valoran y disfrutan. De esta manera con nuestro servicio somos capaces de proporcionarle una solución a su problema de manera fácil e inmediata.

Otro de los factores que resulta importante destacar son los relacionados a la cadena de suministros. Al momento de plantear el proyecto los socios activistas ejercieron un gran empeño en la adaptación del servicio para que contara con una cadena de suministros lo menos extensa y compleja posible.

Al tratarse de clientes **particulares** estaría estructurado de la siguiente manera.

1. **Pedidos de los clientes:** Los clientes realizan los pedidos por los canales App móvil y la página Web. Especificando sus necesidades de lavandería (selección de packs) y los horarios de recogida y entrega preferidos.

2. **Gestión de pedidos:** Al generarse la solicitud esta es registrada, y les son asignados identificadores únicos a los que se les hacen seguimiento durante todo el proceso. Permitiendo al cliente conocer en todo momento el estado de su servicio.

3. **Proveedores:** Estos nos proveen todos los productos químicos y detergentes necesarios para el proceso de lavado y perfumado, así como también el material de embalaje del textil.

4. **Gestión de inventarios:** Fase que nos permite llevar un control de los niveles de detergentes y distintos insumos previamente mencionados con la finalidad de determinar cuándo debemos realizar órdenes de compra siempre asegurando el stock para el óptimo funcionamiento.

5. **Logística de recogida y entrega:** Existe un sistema logístico para la recogida y entrega eficaz de los artículos textiles. Esto implica unas bicicletas especiales que serán las encargadas de la recogida y una furgoneta para el reparto, conductores y optimización de rutas para garantizar un servicio puntual y rentable.

6. **Clasificación y pretratamiento:** Una vez recibidos los artículos, estos son clasificados en función de factores como el color, el tipo de tejido. Según el caso puede realizarse un pretratamiento en caso de manchas o necesidades especiales de limpieza.

7. **Lavado, planchado y reparación:** Los productos previamente clasificados son enviados a lavar, utilizando detergentes y productos químicos de alta calidad suministrados por el proveedor especializado. Una vez limpias, se planchan y se doblan o planchan. En caso de ser necesario, personal previamente cualificado se encarga de las reparaciones.

8. **Control de calidad:** En este punto se realizan inspecciones en distintos puntos para garantizar la correcta limpieza de las prendas, el planchado adecuado, la calidad de las reparaciones y el cumplimiento de las instrucciones del cliente. Todo esto con el objetivo de mantener la calidad en el servicio.

9. **Embalaje:** Se preparan los artículos limpios para ser entregados haciendo uso de perchas y bolsas de embalaje preparadas para la correcta entrega.

10. **Entrega y satisfacción del cliente:** Los artículos que fueron empaquetados previamente se entregan a los clientes en los lugares y horas especificados.

En cuanto a los clientes **corporativos** el proceso es sólo diferente en la fase inicial de resto es igual al de los clientes particulares.

1. **Pedidos de los clientes:** Los clientes realizan los pedidos por los canales de la página web y por línea telefónica. Especificando sus necesidades de lavandería (selección de packs) y los horarios de recogida y entrega preferidos.

4.1 Determinación del precio de venta y política de precios

Para la determinación del precio de venta de nuestro servicio hemos tomado en consideración múltiples factores relacionados con la industria, nuestros competidores y principalmente los costes y la elasticidad en la demanda.

Se trata de un producto con demanda elástica lo que significa que conforme aumenta el precio la demanda disminuye esto tomando en cuenta que las personas poseen presupuestos limitados y por ello si el precio del servicio se incrementa mucho pueden decidir utilizar un producto sustitutivo.

En cuanto a las condiciones del mercado nos encontramos que este se encuentra en un continuo crecimiento y existen algunos competidores ya establecidos en el mercado por lo que en principio se prevé cierta competencia en precios en la fase introductoria.

En cuanto a los costes operativos los desglosamos entre fijos y variables: Alquiler del local comercial (fijo), maquinaria y mobiliario (fijo), salario de trabajadores (fijo), Dominio y mantenimiento de la página web (fijo), publicidad (variable), compra de insumos (variable, fijo), mantenimiento de máquinas (variable, fijo), mantenimiento vehículos de reparto (variable, fijo).

Tomando en cuenta la información mencionada con anterioridad podemos proceder realizar una estimación del precio estimado de venta de cada paquete ofrecido mediante la siguiente ecuación.

Precio por paquetes = costes operativos (prorratio) + costes de la cadena de suministro (prorratio) + 27% margen.

Tomando en consideración diversas variables los socios de LikeNew S.L. se han decantado por un canal de distribución propio como mecanismo de entre otras cosas tener mayor control dentro de las operaciones, con lo cual la empresa es la encargada no solo del proceso de higienización y reparación de los productos textiles, sino que también está

encargada de la logística necesaria para la recogida y posterior entrega de los productos sin intermediarios.

Con la finalidad de lograr una penetración exitosa al mercado y conseguir la adopción de usuarios LikeNew S.L. ha desarrollado una serie de estrategias y acciones de marketing y publicidad que comentaremos con mayor profundidad a continuación.

- **Marketing:** En cuanto a esta pieza crucial para el éxito del negocio los socios se han decantado por una estrategia de marketing digital encabezada por el diseño de una App móvil y una página web que, además, funcionarán como los principales canales de venta de nuestros servicios donde contarán con todo lo necesario para darse de alta y planificar y gestionar sus servicios de la manera más optimizada.

A su vez estos dos canales serán fundamentales para la realización de una estrategia de marketing de referidos que no solo contribuye a la lealtad de los clientes existentes ya que estos reciben recompensas, sino que nos ayudan a continuar creciendo.

Tenemos pensado complementar todo esto con la creación de perfiles en todas las redes sociales donde además se realizarán ciertas campañas de anuncios con el objetivo de ir creando una especie de comunidad para nuestros usuarios, como, por ejemplo, colaboración con micro influencers de Tik Tok e Instagram.

- **Publicidad:** En cuanto a la publicidad podemos destacar que, si bien en su mayoría será de carácter online, en redes sociales y en los principales motores de búsqueda como Google, también pensamos necesario tener una presencia en los canales directos principalmente porque consideramos que es la manera más eficiente de impactar en un público mayor no tan activo en redes sociales. Esta presencia será conseguida tanto mediante la repartición folletos como con la colocación de vallas en las estaciones de metro que se encuentran dentro de nuestro rango de operaciones

4.2 Previsión de ventas

Para realizar la previsión de venta hemos tomando en cuenta diversos factores como por ejemplo, el número de habitantes dentro del área geográfica de operación de LikeNew S.L., también hemos tomado en cuenta un estudio realizado por el periódico “El Economista” que prevé que el número de usuarios de las lavanderías en España se triplique en España dentro

de los próximos 10 años esto promovido por factores como el alza en los precios de energía, aumento de precios de productos como detergentes y suavizantes en los supermercados y la tendencia de cada vez pisos más reducidos en tamaño en el centro de Madrid que deja menos espacio para grandes electrodomésticos como lavadoras y secadoras. Todo lo antes mencionado ha contribuido a que cada vez resulte más atractivo para las personas optar por este tipo de servicios y ha ido borrando poco a poco esa percepción del servicio como algo de “lujo” o dirigido a minorías de la población.

Además, la adición del servicio de logística al servicio de lavandería ha sido percibido como una muy atractiva mejora en el servicio ya que elimina el inconveniente de tener que pasar horas en un establecimiento para poder realizar dicha tarea cotidiana.

Tomando en cuenta todo lo anterior nos encontramos que dentro del margen de operación de LikeNew S.L. viven alrededor de 500.000 personas que deben realizar esta tarea de manera periódica, sin embargo, al contar con una capacidad limitada de clientes que podemos atender en función de nuestros recursos disponibles y tomando en cuenta la competencia dentro del sector hemos realizado las siguientes estimaciones en función de diferentes escenarios (pesimista, esperado y optimista).

Tomando en cuenta que en LikeNew S.L. Disponemos de 3 paquetes disponibles (suscripción mensual) y también realizamos en menor medida trabajos particulares. Es por ello que en las siguientes estimaciones el cálculo se realizará en función de un año de operaciones es decir el equivalente a 12 mensualidades.

Paquete Individual: 60€ (precio) x 910 Suscripciones de un mes (12 mensualidades)
= 54.600€

Paquete Familiar: 100€ (precio) x 913 Suscripciones de un mes (12 mensualidades) =
91.300€

Paquete Empresas: 380€ (precio) x 95 Suscripciones de un mes (12 mensualidades)
= 36.100€

Total año 1= 182.000€ netos

Tipo impositivo = 21%

Los consiguientes años fueron calculados en base a un crecimiento el año 2 del 19% y el año 3 del 37%

Tabla 1: Escenario esperado

Escenario Esperado									
	Año 1			Año 2			Año 3		
	Individual	Familiar	Empresas	Individual	Familiar	Empresas	Individual	Familiar	Empresas
Ventas previstas (año)	910,00 €	913,00 €	95,00 €	1.439,00 €	759,00 €	144,00 €	1.742,00 €	1.042,00 €	235,00 €
Precio Unitario	60,00 €	100,00 €	380,00 €	60,00 €	100,00 €	380,00 €	60,00 €	100,00 €	380,00 €
Total (producto)	54.600,00 €	91.300,00 €	36.100,00 €	86.340,00 €	75.900,00 €	54.720,00 €	104.520,00 €	104.200,00 €	89.300,00 €
Total (año)	182.000,00 €			216.960,00 €			298.020,00 €		
Total IVA incluido	220.220,00 €			262.521,60 €			360.604,20 €		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Escenario optimista

Escenario Optimista									
	Año 1			Año 2			Año 3		
	Individual	Familiar	Empresas	Individual	Familiar	Empresas	Individual	Familiar	Empresas
Ventas previstas (año)	1.001,00 €	1.004,30 €	104,50 €	1.221,22 €	1.225,25 €	127,49 €	1.648,65 €	1.654,08 €	172,11 €
Precio Unitario	60,00 €	100,00 €	380,00 €	60,00 €	100,00 €	380,00 €	60,00 €	100,00 €	380,00 €
Total (producto)	60.060,00 €	100.430,00 €	39.710,00 €	73.273,20 €	122.524,60 €	48.446,20 €	98.918,82 €	165.408,21 €	65.402,37 €
Total (año)	200.200,00 €			244.244,00 €			329.729,40 €		
Total IVA incluido	242.242,00 €			295.535,24 €			398.972,57 €		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Escenario pesimista

Escenario Pesimista									
	Año 1			Año 2			Año 3		
	Individual	Familiar	Empresas	Individual	Familiar	Empresas	Individual	Familiar	Empresas
Ventas previstas (año)	819,00 €	821,00 €	85,00 €	941,00 €	944,15 €	97,75 €	1.091,56 €	1.095,21 €	113,39 €
Precio Unitario	60,00 €	100,00 €	380,00 €	60,00 €	100,00 €	380,00 €	60,00 €	100,00 €	380,00 €
Total (producto)	49.140,00 €	82.100,00 €	32.300,00 €	56.460,00 €	94.415,00 €	37.145,00 €	65.493,60 €	109.521,40 €	43.088,20 €
Total (año)	163.540,00 €			188.020,00 €			218.103,20 €		
Total IVA incluido	197.883,40 €			227.504,20 €			263.904,87 €		

Fuente: Elaboración propia

5. Plan de operaciones y organización

5.1 Instalaciones, medios y equipos

Para poder realizar toda la parte productiva de LikeNew S.L. necesitamos contar con la maquinaria necesaria.

Para la puesta en marcha del proyecto necesitamos contar con 3 lavadoras industriales de gran capacidad, 1 lavadora de menos capacidad para prendas más delicadas, 3 secadoras industriales y 2 planchas de ropa industriales.

En cuanto a lo necesario para poder realizar toda la logística de la recogida y entrega de las prendas, necesitamos: 1 furgoneta y una bicicleta de carga eléctrica.

Lavadora

HS6017

En primer lugar, la lavadora industrial que vamos a adquirir será la HS6017 de Girbau ya que, es un activo excelente para nuestro negocio de lavandería por varias razones de peso. Con sus impresionantes características y capacidades, es una valiosa incorporación que contribuirá al éxito y eficiencia de nuestras operaciones.

Características de la lavadora:

- Capacidad 19kg (1/9): 17kg (1/10)
- Logi, Inteli versions
- Calefacción eléctrica, agua caliente y vapor
- Diámetro del tambor 700 mm
- Volumen del tambor 173dm³
- Dimensiones 1404x868x962mm

Imagen 10: Lavadora HS6017



Fuente: Imágenes de Google

Una de las cualidades más destacadas de la HS6017 es su notable capacidad. Como empresa de lavandería comercial, necesitamos procesar un volumen considerable de ropa a diario. La HS6017 ofrece una gran capacidad de lavado, lo que nos permite manejar un número significativo de prendas de manera eficiente. Esto significa que podemos satisfacer las demandas de nuestros clientes con rapidez y mantener un alto nivel de productividad.

La eficiencia es un factor crítico en cualquier operación de lavandería, y la HS6017 destaca en este aspecto. Está diseñada con tecnologías avanzadas que optimizan el consumo de agua y energía. Al minimizar los costes de los servicios públicos, podemos gestionar eficazmente nuestros gastos y mejorar nuestros resultados. Además, la reducción del consumo de agua y energía se alinea perfectamente con nuestro compromiso con la sostenibilidad y la minimización de nuestro impacto medioambiental.

La durabilidad es otra característica clave de la HS6017. Girbau es reconocida por fabricar equipamiento de lavandería de alta calidad, y la HS6017 no es una excepción. Está construida para soportar los rigores de un uso intensivo en un entorno comercial, asegurando que nuestra inversión durará muchos años. La durabilidad de la HS6017 se traduce en un ahorro de costes a largo plazo, ya que podemos confiar en su rendimiento sin necesidad de reparaciones o sustituciones frecuentes.

La flexibilidad y la programabilidad son aspectos cruciales para satisfacer las diversas necesidades de nuestros clientes. La HS6017 ofrece una serie de opciones programables que nos permiten personalizar los ciclos de lavado en función de los distintos tipos de tejidos y requisitos de lavado. Esto garantiza que podamos tratar con eficacia diversas prendas, desde tejidos delicados hasta artículos de gran resistencia. Al ofrecer resultados de alta calidad de forma constante, podemos establecer una sólida reputación para nuestros servicios de lavandería y generar confianza con nuestros clientes.

Secadora

La secadora que adquiriremos será la ED340, ya que es un modelo de secadora fabricado por Girbau, empresa de reconocido prestigio en el sector del equipamiento para lavanderías. Esta secadora está diseñada para ofrecer un secado eficiente y fiable.

Cuenta con las siguientes características:

- Volumen 340 litros
- Control: Profesional
- Calefacción eléctrica, gas y vapor
- Capacidad 1/25-1/20: 13,6kg-17kg
- Tambor de acero inoxidable

Imagen 11: Secadora ED340



Fuente: Imágenes de Google

Esta secadora cuenta con una capacidad de unos 10-14 kilos, lo que permite secar una cantidad importante de ropa en cada ciclo. Está equipada con controles programables, que le permiten establecer y ajustar varios parámetros de secado como la temperatura, el tiempo y los ciclos de secado según las necesidades específicas de su colada.

Las secadoras Girbau son conocidas por su funcionamiento energéticamente eficiente, ayudando a reducir el consumo de energía y a disminuir los costes de funcionamiento con el tiempo. Además, son reconocidas por su alta calidad y durabilidad, está diseñada para soportar un uso intensivo en entornos comerciales, asegurando su longevidad y fiabilidad.

Girbau incorpora tecnología avanzada en sus equipos, como la detección de humedad y la optimización del flujo de aire, para ofrecer resultados de secado eficaces y eficientes minimizando el daño a los tejidos.

Lavadora para prendas puntuales

Miele PW5065

En el local también contaremos con esta lavadora industrial que a diferencia de la HS6017 es más pequeña. Por lo tanto, se utilizaría para casos muy puntuales como: productos que se destiñen, prendas muy delicadas, así que esta al ser más pequeña no es tan robusta

como la otra. Además, en casos particulares es preferible encender está a una de las HS6017 para menor consumo de servicios

Imagen 12: Lavadora Miele PW5065



Fuente: Imágenes de Google

Planchas industriales

SILC S/ARR

Para planchar las prendas utilizaremos la planchadora SILC S/ARR, ya que es un activo valioso para nuestro negocio de lavandería por varias razones de peso. Sus excepcionales características y capacidades la convierten en un complemento ideal que mejorará enormemente nuestros procesos de planchado y nuestra eficiencia general.

Imagen 13: Planchas SILC S/ARR



Fuente: Imágenes de Google

En primer lugar, la SILC S/ARR es famosa por su excelente rendimiento y calidad. Como planchadora profesional, está diseñada y fabricada para satisfacer las exigencias de las lavanderías comerciales. Su robusta construcción garantiza su durabilidad, permitiéndonos confiar en su rendimiento durante largos periodos sin necesidad de reparaciones o sustituciones frecuentes. Con la SILC S/ARR, podemos contar con un activo fiable y duradero que contribuirá al buen funcionamiento de nuestro negocio.

La eficiencia es un factor crítico en un negocio de lavandería, y la SILC S/ARR destaca en este aspecto. Está equipada con funciones avanzadas que mejoran la productividad y agilizan los procesos de planchado. La alta presión de vapor de la máquina y su amplia superficie de planchado nos permiten manejar un mayor volumen de prendas en menos tiempo. Esto se traduce en un aumento del rendimiento y una mejora de los plazos de entrega, lo que nos permite satisfacer las demandas de nuestros clientes de forma eficaz".

Otra ventaja significativa de la SILC S/ARR es su diseño fácil de usar y sus controles intuitivos. La máquina tiene un diseño ergonómico que garantiza la comodidad de nuestros operarios durante las largas horas de planchado. Los controles fáciles de usar y los ajustes regulables permiten personalizar el proceso de planchado según los distintos tipos de tejido y los requisitos de las prendas. Esta versatilidad nos permite ofrecer resultados de planchado de alta calidad de forma constante y satisfacer las necesidades únicas de nuestros clientes.

Además, la SILC S/ARR está diseñada con características de seguridad que priorizan el bienestar de nuestros empleados. Con funciones como el bloqueo de seguridad y los mecanismos de control de temperatura, podemos garantizar un entorno de trabajo seguro y minimizar el riesgo de accidentes o lesiones. El cumplimiento de las normas de seguridad por parte de la máquina nos proporciona la tranquilidad de saber que estamos priorizando la seguridad y el bienestar de los miembros de nuestro equipo.

5.2 Elementos de Transporte

Bicicleta eléctrica

Uno de los métodos para recoger y entregar las prendas será esta bicicleta eléctrica de carga, ya que nos facilita la entrega de repartos a poca distancia y cuenta con capacidad de llevar hasta 80 kilos de carga.

La bicicleta que escogimos fue la Riese & Muller – Transporter 85

Cuenta con las siguientes características:

Batería: 500-700 wh

Llantas delanteras: 20”

Llanta trasera: 26”

Motor: Bosch

Imagen 14: Bicicleta Riese & Muller



Fuente: Imágenes de Google

El Transporter 85 está específicamente diseñado para el transporte de carga, ofreciendo una gran capacidad. Ofrece un amplio espacio para el transporte de una cantidad significativa de ropa, por lo que es eficiente para los servicios de recogida y entrega.

Riese & Muller es conocida por producir bicicletas eléctricas de carga de alta calidad y durabilidad. El Transporter 85 está construido para soportar cargas pesadas y un uso regular, garantizando la fiabilidad y la longevidad, incluso en entornos comerciales exigentes.

Está equipada con funciones de asistencia eléctrica, lo que significa que puede proporcionar potencia adicional para facilitar el pedaleo, especialmente cuando se transportan cargas pesadas. Esta función permite a nuestro personal de reparto desplazarse por zonas accidentadas o cubrir distancias más largas con menos esfuerzo.

Cómo bicicleta de carga eléctrica, la Transporter 85 produce cero emisiones durante su funcionamiento, contribuyendo a un medio ambiente más limpio y sostenible. Se alinea con las iniciativas ecológicas y puede considerarse una opción positiva para los clientes concienciados con el medio ambiente.

Por otro lado, ofrece maniobrabilidad en entornos urbanos, lo que permite a su personal de reparto sortear el tráfico y las calles estrechas de forma más eficiente en comparación con vehículos de reparto más grandes. También puede acceder a zonas que podrían ser restringidas o difíciles para vehículos más grandes.

El uso de una bicicleta de carga eléctrica como la Transporter 85 puede ayudar a crear una imagen de marca positiva para Like New S.L. Muestra nuestro compromiso con la sostenibilidad, la innovación y las operaciones respetuosas con la comunidad. Esta diferenciación puede ser una ventaja de marketing, atrayendo a clientes concienciados con el medio ambiente.

Furgoneta

El siguiente método de transporte que utilizaremos será una furgoneta, elegimos la Nissan e-NV200.

Nissan e-NV200

Imagen 15: Furgoneta Nissan e-NV200



Fuente: Imágenes de Google

La e-NV200 es un vehículo eléctrico, lo que significa que funciona con cero emisiones del tubo de escape. Puede ayudar a reducir la huella de carbono de la lavandería y contribuir a un medio ambiente más limpio y sostenible.

Los vehículos eléctricos tienen costes de funcionamiento más bajos que los vehículos tradicionales de gasolina o diésel. El coste de la electricidad suele ser inferior al de los combustibles fósiles, lo que nos permite ahorrar potencialmente en gastos de combustible a largo plazo.

La e-NV200 funciona de forma silenciosa, lo que puede resultar beneficioso durante la recogida y entrega en zonas residenciales o entornos sensibles al ruido. Ayuda a minimizar las molestias y así mantendremos una relación positiva con sus clientes y la comunidad.

Además, cuenta con un espacio de carga flexible y personalizable, lo que nos permite configurar el interior para adaptarlo a las necesidades del negocio. Puede optimizar el almacenamiento de ropa y suministros de lavandería, garantizando procesos de carga y descarga eficientes.

Además, al estar ubicados en Madrid, podrá circular por todas las calles sin problema.

5.3 Proceso de fabricación

Fase 1: Damos a conocer y ofrecemos nuestros servicios a través de campañas de marketing y redes sociales a particulares y empresas.

Fase 2: EL contenido llega a nuestro público objetivo, acá cuando nuestros posibles clientes deben tomar la decisión si desean contratar nuestros servicios, ya sea por suscripción o por pedido único

Fase 3: Si los clientes no desean contratar nuestros servicios, se culmina el proceso. En caso de que desean contratarnos, se les ofrecerá los distintos paquetes que tenemos a través de la App móvil (si es por suscripción, si será un pedido único o si es una empresa).

Fase 4: El posible cliente se registra en la App móvil y contrata el plan que más cubre sus necesidades.

Fase 5: El cliente coordina mediante la App la hora de la recogida y entrega de las prendas que desea lavar.

Fase 6: El repartidor llega a la vivienda o al establecimiento requerido por el cliente, recoge las prendas y las lleva al local Like New S.L.

Fase 7: Una vez llegadas las prendas al local, el operario las recibe y las selecciona debidamente.

Fase 8: Las prendas se introducen en las lavadoras y realizan su ciclo de lavado. Al finalizar este, se sacan y las prendas que lo ameriten se introducen en las secadoras.

Fase 9: Luego del secado de las prendas, se planchan las prendas que requieran el servicio de planchado.

Fase 10: El operario empaqueta la ropa ya lavada, secada y planchada.

Fase 11: El repartidor recoge las prendas que tiene que entregar y las lleva a los lugares establecidos por los clientes.

5.4 Aprovisionamiento y gestión de stocks

- **Materias Primas**
 - Jabón
 - Suavizante

- Oxígeno activo
- Enzimático
- **Proveedores**
- **Proquimia:** Elegir a Proquimia como proveedor para el proyecto de lavandería es una decisión estratégica que aporta numerosas ventajas. Con una reputación de excelencia en el sector, Proquimia ofrece una amplia gama de productos y servicios de alta calidad adaptados a nuestras necesidades específicas.

Su compromiso con la calidad de los productos garantiza que podemos confiar en sus suministros para obtener resultados excepcionales en nuestras operaciones de lavandería. Además, la amplia experiencia y los conocimientos de Proquimia en este campo le permiten proporcionar una valiosa orientación y apoyo, ayudándonos a optimizar nuestros procesos y a lograr la eficiencia operativa. Al asociarnos con Proquimia, tenemos acceso a soluciones innovadoras, tecnologías de vanguardia y mejores prácticas del sector que pueden mejorar el rendimiento global de nuestro negocio de lavandería.

Además, el sólido servicio de atención al cliente de Proquimia garantiza una asistencia rápida, entregas puntuales y una comunicación eficaz, fomentando una asociación fiable y digna de confianza. En definitiva, con Proquimia como proveedor, podemos avanzar con confianza, sabiendo que tenemos a nuestro lado un socio fiable y bien informado, comprometido con nuestro éxito.

Imagen 16: Logo de Proquimia



Fuente: Proquimia

- **Hipertintorero:** Asociarnos con Hipertintorero como proveedor para el proyecto de lavandería es una decisión estratégica que aporta numerosas ventajas. Como proveedor de confianza y consolidado en el sector, Hipertintorero ofrece una amplia gama de productos y servicios de alta calidad que se ajustan perfectamente a los requisitos de nuestro proyecto.

Su compromiso con la excelencia garantiza que podemos confiar en sus suministros para satisfacer nuestras necesidades de lavandería con eficacia y eficiencia. La experiencia de Hipertintorero en este campo, junto con sus soluciones innovadoras, nos permite optimizar nuestras operaciones y lograr resultados superiores. Además, su fiable servicio de atención al cliente garantiza entregas puntuales, asistencia rápida y una comunicación eficaz, estableciendo una asociación sólida y digna de confianza.

Al elegir a Hipertintorero como proveedor, tenemos acceso a sus amplios conocimientos, su visión del sector y sus tecnologías de vanguardia, lo que nos permite seguir siendo competitivos en el mercado. Con su apoyo, podemos avanzar con confianza, sabiendo que contamos con un socio fiable y capaz dedicado al éxito de nuestro proyecto".

Imagen 17: Logo Hipertintorero



Fuente: Hipertintorero

- **Control:**

Implantar un sólido sistema interno de control de calidad es crucial para nuestro negocio de lavandería, y una medida eficaz que hemos adoptado es la instalación de cámaras que apuntan a la ropa antes de que se someta al proceso de lavado. Este enfoque proactivo nos

permite evaluar el estado de las prendas e identificar cualquier daño o problema preexistente antes de iniciar el tratamiento.

Al disponer de cámaras, podemos vigilar de cerca y documentar el estado de la ropa, garantizando la transparencia y la responsabilidad durante todo el proceso. Esto nos permite diferenciar entre los daños que pueden haberse producido durante el proceso de lavado y los que ya estaban presentes, lo que nos proporciona pruebas valiosas y nos ayuda a tomar decisiones precisas.

Además, el uso de cámaras para el control de calidad nos ayuda a mejorar la satisfacción del cliente. Al identificar cualquier daño preexistente, podemos notificarlo rápidamente al cliente, documentar el estado de la prenda y responder a cualquier duda o pregunta que pueda tener. Este nivel de transparencia y atención al detalle refuerza nuestra reputación de servicio excepcional y genera confianza entre nuestros clientes.

Además, el sistema de cámaras es una valiosa herramienta para la formación interna y la mejora de procesos. Podemos revisar las imágenes capturadas para identificar patrones o problemas recurrentes, lo que nos permite tomar medidas correctivas y mejorar continuamente nuestras operaciones. Este enfoque proactivo del control de calidad demuestra nuestro compromiso de ofrecer los más altos niveles de servicio y garantiza que cada prenda reciba la atención que merece.

- **Cadena de suministros**
 - Iberdrola
 - Orange
 - Aguas de las Galeras S.L
- **Almacenamiento**

Es importante que el almacenamiento de los productos se realice en un espacio que se encuentre a temperatura ambiente, sin la necesidad de requerir una cadena de frío. Este lugar debe estar fuera del alcance de los niños, ya que algunos productos pueden ser peligrosos si son ingeridos accidentalmente. Además, es necesario que se cumplan las regulaciones de sanidad en cuanto a la manipulación y almacenamiento de productos no comestibles. Se

recomienda que los productos estén organizados de manera que sea fácil su identificación y acceso, y que se realice un control periódico del inventario para asegurarse de que los productos no estén caducados o en mal estado. También es importante que se utilicen materiales de almacenamiento adecuados, como estantes, cajas o contenedores, que permitan mantener los productos limpios y protegidos de la humedad y otros factores externos que puedan afectar su calidad.

5.5 Cálculo de costes de producción

En el siguiente cuadro se detalla la previsión de costes mensuales del primer año de la apertura de la empresa.

Tabla 4: Costes fijos de producción

Alquiler	1.100€
Orange	45€
Seguro comercio Mapfre	45€
Seguro Quirón Prevention	45€
Seguro coche	29.79€
Póliza de Vida	40.81€
Securitas Direct	60.60€
Electricidad	300€
Gas	100€
Agua	150€
Materia Prima	350€
Estacionamiento Carro	65€
Mantenimiento Maquinaria	100€
Sueldos y Salarios	6.400€
Total	8.481,20 €

Fuente: Elaboración propia

Analizando la estructura de costes que podemos apreciar en el cuadro anterior podemos ver que aproximadamente los costes mensuales están entre 8.500 €.

En cuanto a los costos variables, en este modelo de negocio los costos variables son pocos. Principalmente variará la cantidad de materia prima utilizada, en nuestro caso será la cantidad de detergente que utilicemos, este variará dependiendo de la demanda de prendas. Otros de los costos variables son los suministros de agua, electricidad y gas, ya que, si la demanda es superior, las máquinas tendrán más uso y por ende los suministros subirán de precio, sin embargo, la diferencia de los precios en casos como el agua no se notará de una gran manera.

Estos costes han sido sacados para la estimación de la producción de las previsiones de ventas para el año 1, al pasar los años y si la demanda aumenta, los costes irán aumentando ya que algunos de ellos son costos variables relacionados a la cantidad de kg de ropa que se laven y se entreguen, como la cantidad de materia prima que se consuma y se necesite, la cantidad de suministro eléctrico, de agua y de gas que utilicemos.

5.6 Punto muerto

Ya que sabemos cuánto serán los costes mensuales del proyecto y sabemos cuánto cuestan los paquetes o suscripciones mensuales podemos realizar una estimación de cuántas suscripciones habría que vender para que los ingresos cubran todos los costes.

Ya que tenemos 3 tipos de suscripciones, plan individual, plan familiar y el plan de empresa, sacando los porcentajes de ventas de cada plan puestos en las previsiones de ventas en el apartado de marketing, hemos llegado a las siguientes conclusiones.

Suponiendo que 50% de nuestras ventas previstas serán del plan individual, 40% de los ingresos verán del plan familiar y 10% vendrán del plan empresas, para lograr cubrir todos los costes mensuales, tenemos que vender 70 planes individuales, 32 planes familiares y 3 planes de empresa.

70 planes individuales x 60 € = 4.200 €

32 planes familiares x 100 € = 3.200 €

3 planes de empresa x 380 € = 1.140 €

Total ingresos 8.540 € = Total costos mensuales

5.7 Control de calidad y certificaciones

El proceso de control de calidad estará compuesto por una serie de procedimientos concretos y coherentes con los estándares de producción, que servirán para corregir los posibles errores durante el funcionamiento del servicio, desde su principio hasta su fin. La base o principio del servicio se establecerá una vez que el cliente realice el pedido mediante la aplicación móvil de LikeNew, ya que será el momento inicial en el cual se requiere del servicio. El consumidor especificará toda la información necesaria acerca del lavado deseado y su entrega: estilo de prendas, cantidad de prendas, separación de colores (blanco y variados), mención de elementos frágiles o especiales, tipo de lavado (estándar, blanqueamiento, eliminación de manchas) y dirección de envío.

Una vez completado el proceso de orden, se entrará en el siguiente paso, la búsqueda física de las prendas de ropa a través de un Courier, un trabajador especializado en la movilidad alrededor de la ciudad para recoger las prendas de ropa, y transportarlas de manera organizada al local físico de LikeNew. A partir de este momento entramos en el proceso de lavado como tal, en el cual la ropa será desempacada y organizada por color, tamaño y tipo de prenda, para luego ser introducida a las lavadoras en base al tipo de lavado requerido por el cliente. Esta será una parte crítica del proceso, ya que los responsables del lavado en el local deben estar atentos a que se cumplan todos los requerimientos del consumidor, enfocándose también en mantener la ropa en perfecto estado y monitorear el lavado desde su principio a su fin, buscando posibles manchas no eliminadas, daños físicos a las prendas o alteraciones en el tamaño de estas.

Posteriormente al lavado y secado, la ropa será planchada y organizada por pedido, para lograr optimizar el proceso de entrega final al cliente. En esta fase, los responsables del planchado en las instalaciones deben verificar una vez más el estado físico de las prendas, para garantizar que el lavado y planchado se ha ejecutado de forma correcta sin dejar rastro de arrugas o pelusas, pasando luego al proceso de empaque. En esta penúltima fase del proceso,

la ropa será empacada dependiendo del tipo de prenda: las camisetas y camisas planchadas deberán guardarse de forma que no se presenten arrugas durante el transporte, los pantalones de forma que se separen los largos y cortos, la ropa interior de forma que se optimice el espacio de almacenamiento en el vehículo y por último los calcetines de forma que permanezcan con sus respectivos pares. Durante el proceso de entrega final al cliente, se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos: instrucciones específicas de entrega (el cliente indicará si el repartidor podrá acceder a la propiedad directamente o si la entrega se realizará desde el portal) y revisión de artículos, es decir, que se verifique que todas las prendas fueron entregadas al cliente. Por último vendrá el proceso de post venta en el cual la retroalimentación será el aspecto principal. La aplicación móvil de LikeNew contará con un servicio post venta elaborado, mediante el cual los consumidores podrán dar sus opciones acerca de los puntos positivos o negativos en el servicio completo, tomando en cuenta el tiempo de entrega, interacción con el repartidor y calidad de lavado.

El certificado de calidad ISO 9001 será una fuerte herramienta para LikeNew en cuanto a la presencia en el mercado, respaldada por este sólido modelo de gestión de la calidad enfocado a los aspectos de ambiente, salud, seguridad y responsabilidad social. Esta certificación es usada por muchas PYMES para aumentar su competitividad frente a otras empresas en sus sectores, y sirve como una base de apoyo con el fin de contribuir a la mejora continua de la empresa.



FECHA PUESTA EN MARCHA (PERT Y GANTT)

- **PERT**

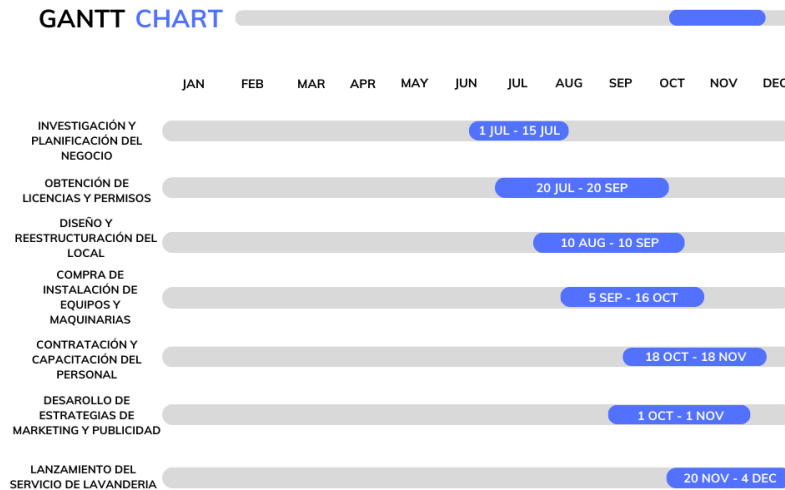
Figura 6: Análisis PERT

Factores	Actividades	Semanas		
		Optimista	Pesimista	Probable
Investigación y Planificación de negocio	<ul style="list-style-type: none"> Investigación de mercado local Análisis de la competencia Definición del modelo de negocio Estudio de viabilidad financiera 	1	3	2
Obtención de Licencias y Permisos	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de los permisos necesarios Preparación de la documentación requerida Presentación de solicitudes a las autoridades correspondientes Seguimiento y trámites administrativos 	6	10	8
Diseño y Reestructuración del Local	<ul style="list-style-type: none"> Diseño del interior y exterior del local Contratación de profesionales para las reformas necesarias (pintura, instalación de mobiliario, etc.) Adecuación del espacio según los estándares de seguridad y accesibilidad 	3	6	4
Compra de instalación de Equipos y Maquinarias	<ul style="list-style-type: none"> Investigación y selección de proveedores de equipos de lavandería Negociación de precios y condiciones de compra Recepción e instalación de los equipos en el local 	5	8	6
Contratación y Capacitación del Personal	<ul style="list-style-type: none"> Definición de perfiles de empleo requeridos Publicación de ofertas de trabajo Proceso de selección y entrevistas Capacitación del personal en los procedimientos y estándares de la lavandería 	3	5	4
Desarrollo de estrategias de Marketing y Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> Definición de la identidad de marca y logotipo Diseño de materiales promocionales (flyers, tarjetas de visita, etc.) Creación de perfiles en redes sociales y página web Planificación de campañas publicitarias locales 	3	6	4
Lanzamiento del servicio de lavandería	<ul style="list-style-type: none"> Preparación del local para el inicio de operaciones Promoción del lanzamiento y generación de expectativa en los clientes potenciales Atención y servicio de los primeros clientes 	3	3	3

Fuente: Elaboración propia

● GANTT

Figura 7: Análisis GANTT



Fuente: Elaboración propia

6. Localización

La localización del primer local físico de la tintorería será en Madrid, en la zona de Nuevos Ministerios. La ubicación cuenta con una salida de humo, ya que es un requisito exigido por la comunidad. Además, las lavadoras estarán colocadas sobre una bancada para su correcto funcionamiento y comodidad de los clientes y trabajadores. La ubicación es fácilmente accesible, ya que se sitúa en planta baja al nivel de la calle y visible para los clientes potenciales, cerca de una zona comercial y de mucho tránsito peatonal y vehicular. También se debe considerar la competencia en la zona y la disponibilidad de estacionamiento cercano para los clientes.

Imagen 18: Ubicación del local



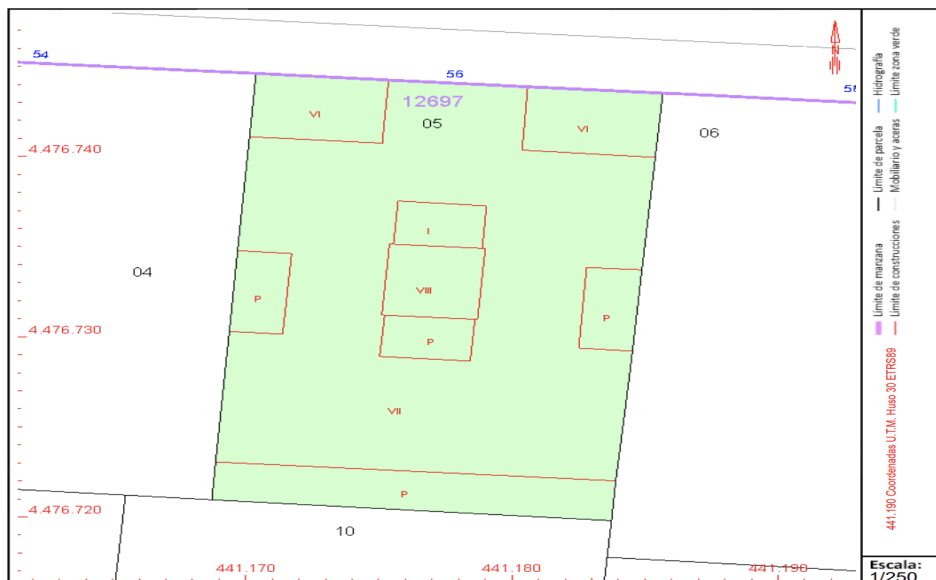
Fuente: Imagen de Google Maps

Bajo 01 en Calle Bretón De Los Herreros, 56, Madrid

28003 Madrid

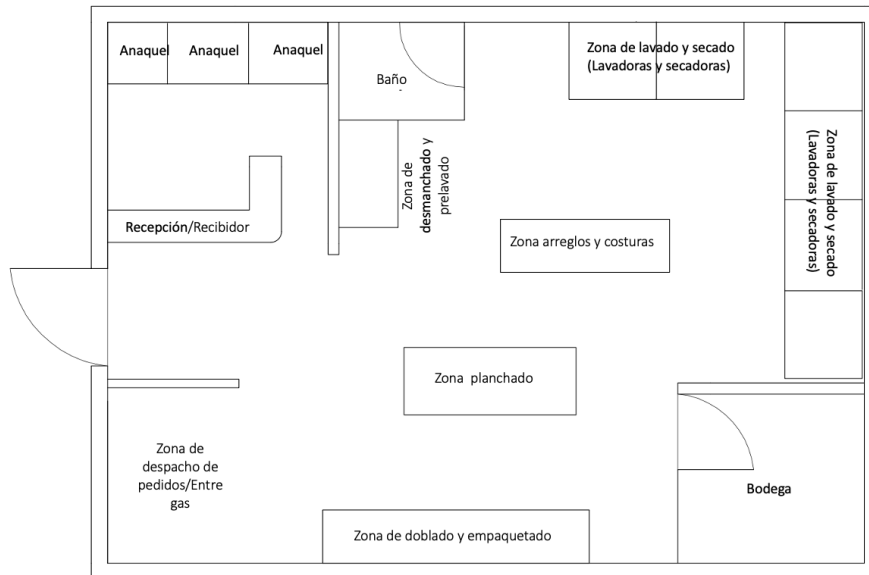
Comercio. 78m2. Construido en 1945

Imagen 19: Ficha catastral del local



Fuente: Idealista

Imagen 20: Plano del local.



Fuente: Elaboración propia.

7. Aspectos principales del plan de recursos humanos.

En cuanto al plan de recursos humanos, en principio, contaremos con 4 trabajadores, cada uno apoyando en un área diferente de la producción.

En cuanto al área administrativa, se gestionará por los 4 socios. Uno encargado de llevar la administración general, se encargará de gestionar la contabilidad y aprovisionamiento, el segundo se encargará de la gestión del buen funcionamiento de la aplicación y las plataformas webs que se utilizarán, tanto como para darles mantenimiento cerciorarse que funcionen de la manera más correcta posible y corregir los errores que vayan surgiendo.

Otro socio se encargará de la parte comercial, será el responsable de buscar nuevos posibles clientes, resolver todas las dudas que a estos se les ocurran y se encargará del servicio posventa.

Por último, el último socio se encargará del área de marketing, este será el encargado de realizar todas las campañas de marketing necesarias para dar a conocer nuestro servicio,

se encargará de gestionar las redes sociales y de realizar los ads que se publicaran en las páginas web.

Entre los cuatro socios nos ayudaremos entre sí, pero cada uno tiene una responsabilidad de cerciorarse de que su área funcione correctamente.

En cuanto a los otros 4 trabajadores que tendremos que contratar para que lleven a cabo la producción del servicio.

Primero que todo necesitaremos un chofer, encargado de realizar las recogidas y entregas de los pedidos que se vayan realizando en la app, este se encargará de realizar una ruta, de la manera más eficiente posible, y saldrá a recoger y entregar los pedidos que se vayan requiriendo.

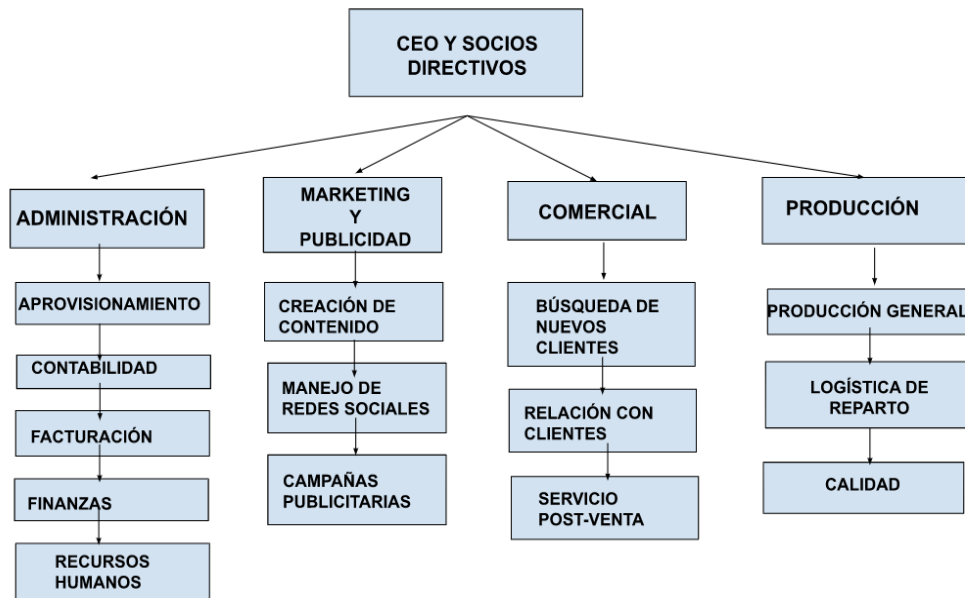
Los otros tres trabajadores, se encargarán de diferentes áreas en la sala de lavado, uno de ellos será el encargado de recibir las bolsas de ropa, separarlas debidamente y de empaquetar los pedidos al terminar los procesos que se llevarán a cabo.

El segundo trabajador, se encargará de cargar las 3 lavadoras con los kg necesarios para la mayor optimización de esta, también se encargará de llenar las secadoras y colgar las prendas en las perchas.

El cuarto trabajador, se encargará del planchado de las prendas que requieran este servicio.

- **Organigrama Estructural**

A continuación, presentaremos el organigrama de la empresa indicando cada área y las funciones que realizarán dichas áreas.



En cuanto a los perfiles que necesitamos, para el puesto de chofer se necesitará un empleado con carnet de conducir, con el carnet normal serviría ya que lo que manejará será una furgoneta o en su caso, la bicicleta eléctrica.

En cuanto al personal del establecimiento, necesitaremos a personas con bastante dedicación, se tomará en cuenta la experiencia previa en este sector, pero por lo general, necesitamos personas que se comprometan a cumplir con el trabajo y sean proactivas.

En cuanto a la capacitación, al iniciar cada trabajador en su puesto de trabajo, se le capacitará para que realice su parte del trabajo de la mejor manera posible, especialmente a los encargados de manipular las prendas, para cerciorarnos de que no se dañe ninguna prenda y salgan del establecimiento de la manera que le prometimos al cliente.

En cuanto al personal administrativo, que en este caso seremos los socios, ya que somos egresados de un grado superior, somos personas capacitadas para llevar a cabo las responsabilidades que nos hemos asignado basándonos en nuestros conocimientos y aptitudes.

En cuanto a los salarios de los trabajadores, cada uno de ellos cobrará 22.400 € brutos anuales.

En cuanto a los socios, estos no cobrarán un sueldo base, tendremos una política de dividendos siempre y cuando haya beneficios en la empresa y no se tenga que reinvertir el dinero, o parte de ellos.

Los repartiremos por partes iguales, es decir, 25% para cada uno de los decidamos repartir de las ganancias de cada mes. La política que utilizaremos es que el 25% de las ganancias de la empresa se van a reinvertir, en caso de que sea necesario, o se dejarán en la caja para poder tener liquidez para cubrir los costes de algún imprevisto que pueda suceder y el resto 75%, se repartirá por partes iguales a los socios propietarios.

En el caso de que no haya beneficios, los socios no generan nada de dinero para ellos.

En cuanto a la política retributiva a los trabajadores, hemos establecido que una vez al año se repartirá un bonus a los trabajadores, este se basará en los objetivos cumplidos y los beneficios de la empresa obtenidos ese año. El bonus se reparte proporcionalmente según el valor del trabajador a la empresa. El importe establecido será variable cada año, pero variará en torno a los 5.000€ repartidos proporcionalmente a los trabajadores.

En cuanto al número de pagas anuales, hemos establecido que serán 14 pagas al año, dando dos sueldos los meses de julio y diciembre.

Teniendo esto en cuenta, el salario bruto del trabajador será de 22.400€ al año, esto sin contar el bonus que se le dará una vez al año.

Al año los costes de los trabajadores serán de euros.

- **Tabla de Salarios desglosada mensualmente.**

Tabla 5: Salarios mensuales

Mensual	Salario bruto del trabajador	Seguridad social a cargo de la empresa	Total a pagar
Trabajador 1	1.200€	400,8€	1.600,8€
Trabajador 2	1.200€	400,8€	1.600,8€
Trabajador 3	1.200€	400,8€	1.600,8€
Trabajador 4	1.200€	400,8€	1.600,8€
Total	4.800€	1.603,2€	6.403,2€

Fuente: Elaboración propia

- **Tabla de costes salariales desglosados anualmente.**

Tabla 6: Costes salariales anuales

	Año 1	Año 2	Año 3
Trabajador 1	22.400€	22.400€	22.400€
Trabajador 2	22.400€	22.400€	22.400€
Trabajador 3	22.400€	22.400€	22.400€
Trabajador 4	22.400€	22.400€	22.400€
Total	89.600€	89.600€	89.600€

Fuente: Elaboración propia

- **Tabla de funciones de los trabajadores**

Tabla 7: Funciones de los trabajadores

	Trabajador 1	Trabajador 2	Trabajador 3	Trabajador 4
Puesto	Chofer	Planchado	Lavado	Empaquetador
Funciones	Recoger y regresar los pedidos de los clientes	Planchar las prendas	Encargado de lavado de prendas	Encargado de recibir, seleccionar y empaquetar los pedidos
Tipo de contrato	Indefinido	Indefinido	Indefinido	Indefinido
Período de prueba	1 mes	1 mes	1 mes	1 mes
Horario jornada	9am - 5:30pm	9am - 5:30pm	9am - 5:30pm	9am - 5:30pm
Salario fijo	1200 €	1200 €	1200 €	1200 €
Coste seguridad social	400,8	400,8	400,8	400,8
Sistema de selección	Entrevista	Entrevista	Entrevista	Entrevista
Período de formación	2 semanas	2 semanas	2 semanas	2 semanas

8. Plan Económico Financiero

8.1 Inversión y financiación inicial

Para este proyecto, hemos destinado un presupuesto de 130.000€, de los cuales 100.000€ serán aportados por los 4 socios en partes iguales, y pediremos un préstamo al banco por valor de 30.000€.

A continuación, desglosamos el cuadro de inversión y financiación inicial.

Por la parte de inversión inicial, se detallan todos los activos que se deben comprar para la puesta en marcha del proyecto.

En cuanto al activo inmovilizado, se realizará la compra de 4 lavadoras valoradas cada una en 7.500€ dando un total de 30.000€.

Adicionalmente se comprarán 3 secadoras industriales valoradas cada una en 6.000€ dando un total de 18.000€, también se comprarán 2 planchas industriales, valoradas cada una en 1.400€, dando un total de 2.800€.

En cuanto a los elementos de transporte, contaremos con una furgoneta de segunda mano valorada en 12.000€ y una bicicleta eléctrica con capacidad de carga valorada en 3.500€.

Adicional a esto tenemos un equipo informático que estará situado en el establecimiento valorado en 800€.

En cuanto al activo intangible, se desarrollará una App compleja valorada en unos 7.000€ y una página web sencilla valorada en unos 850€.

Por último, nos quedarán unos 38.310,50€ de dinero disponible para los gastos que vayan surgiendo en la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 8: Financiación e inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL		FINANCIACIÓN INICIAL	
Activos inmovilizados	67,100.00 €		
Lavadoras	30,000.00 €	CAPITAL SOCIAL	100,000.00 €
Secadoras	18,000.00 €		
Planchas	2,800.00 €		
Furgoneta	12,000.00 €		
Elementos informaticos	800.00 €		
Bicicleta Electrica	3,500.00 €		
ACTIVOS INTANGIBLES	7,850.00 €	PRESTAMO BANCO LP	30,000.00 €
APP	7,000.00 €		
Pagina Web	850.00 €		
IVA ACTIVOS soportado	15,739.50 €		
DINERO DISPONIBLE	39,310.50 €		
TOTAL	130,000.00 €	TOTAL	130,000.00 €

Fuente: Elaboración propia

Dentro del importe de 30.000 € del préstamo, 6.736,76 € serían a corto plazo.

8.2 Amortización del activo

a. Cuadro de amortización de las 4 lavadoras en un periodo de 8 años.

Tabla 10: Amortización de lavadoras

Año	Valor inicial	Depreciación anual	Amortización anual	Capital pendiente
1	30,000.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	26,250.00 €
2	26,250.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	22,500.00 €
3	22,500.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	18,750.00 €
4	18,750.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	15,000.00 €
5	15,000.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	11,250.00 €
6	11,250.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	7,500.00 €
7	7,500.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €
8	3,750.00 €	3,750.00 €	3,750.00 €	- €

b. Cuadro de amortización de 3 secadoras en un periodo de 8 años al 12,5% anual.

Tabla 11: Amortización de secadoras

Año	Valor inicial	Depreciación anual	Amortización anual	Capital pendiente
1	18,000.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	15,750.00 €
2	15,750.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	13,500.00 €
3	13,500.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	11,250.00 €
4	11,250.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	9,000.00 €
5	9,000.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	6,750.00 €
6	6,750.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	4,500.00 €
7	4,500.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €
8	2,250.00 €	2,250.00 €	2,250.00 €	- €

c. Amortización de las planchas industriales en un periodo de 10 años con valor de 2.800€.

Tabla 12: Amortización de planchas

Año	Valor inicial	Depreciación anual	Amortización anual	Capital pendiente
1	2,800.00 €	280.00 €	280.00 €	2,520.00 €
2	2,520.00 €	280.00 €	280.00 €	2,240.00 €
3	2,240.00 €	280.00 €	280.00 €	1,960.00 €
4	1,960.00 €	280.00 €	280.00 €	1,680.00 €
5	1,680.00 €	280.00 €	280.00 €	1,400.00 €
6	1,400.00 €	280.00 €	280.00 €	1,120.00 €
7	1,120.00 €	280.00 €	280.00 €	840.00 €
8	840.00 €	280.00 €	280.00 €	560.00 €
9	560.00 €	280.00 €	280.00 €	280.00 €
10	280.00 €	280.00 €	280.00 €	- €

d. Amortización de los elementos informáticos por valor de 800€ en un periodo de 4 años.

Tabla 13: Amortización de elementos informáticos

Año	Valor inicial	Depreciación anual	Amortización anual	Capital pendiente
1	800.00 €	200.00 €	200.00 €	600.00 €
2	600.00 €	200.00 €	200.00 €	400.00 €
3	400.00 €	200.00 €	200.00 €	200.00 €
4	200.00 €	200.00 €	200.00 €	- €

e. Amortización de furgoneta por valor de 12.000€ en un periodo de 10 años.

Tabla 14: Amortización de furgonetas

Año	Valor inicial	Depreciación anual	Amortización anual	Capital pendiente
1	12,000.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	10,800.00 €
2	10,800.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	9,600.00 €
3	9,600.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	8,400.00 €
4	8,400.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	7,200.00 €
5	7,200.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	6,000.00 €
6	6,000.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	4,800.00 €
7	4,800.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	3,600.00 €
8	3,600.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	2,400.00 €
9	2,400.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €
10	1,200.00 €	1,200.00 €	1,200.00 €	- €

f. Amortización de la app por valor de 7.000€, en un periodo de 5 años.

Tabla 15: Amortización de la app

Año	Valor inicial	Depreciación anual	Amortización anual	Capital pendiente
1	7,000.00 €	1,400.00 €	1,400.00 €	5,600.00 €
2	5,600.00 €	1,400.00 €	1,400.00 €	4,200.00 €
3	4,200.00 €	1,400.00 €	1,400.00 €	2,800.00 €
4	2,800.00 €	1,400.00 €	1,400.00 €	1,400.00 €
5	1,400.00 €	1,400.00 €	1,400.00 €	- €

g. Amortización del sitio web por un valor de 800 € en un período de 5 años.

Tabla 16: Amortización del sitio web

Año	Valor inicial	Depreciación anual	Amortización anual	Capital pendiente
1	850.00 €	170.00 €	170.00 €	680.00 €
2	680.00 €	170.00 €	170.00 €	510.00 €
3	510.00 €	170.00 €	170.00 €	340.00 €
4	340.00 €	170.00 €	170.00 €	170.00 €
5	170.00 €	170.00 €	170.00 €	- €

Fuente tablas: Elaboración propia

8.3 Cuadro de financiación bancaria

El préstamo que pedimos fue a través del Fondo Smart del banco Santander, este fondo se especializa en realizar préstamos a pymes y startups en el desarrollo de nuevos proyectos.

El préstamo que hemos obtenido es un préstamo de 30.000 €, con un tipo de interés nominal del 7,2%.

El préstamo se pagará en cuotas anuales en un periodo de 4 años.

A continuación, se presenta el cuadro de amortización del préstamo.

Tabla 17 Amortización del préstamo

Periodo	Cuota	Intereses	Cuota Amortizada	Capital Amortizado	Capital Vivo
0					30,000.00 €
1	8,896.87 €	2,160.00 €	6,736.87 €	6,736.87 €	23,263.13 €
2	8,896.87 €	1,674.95 €	7,221.92 €	13,958.79 €	16,041.21 €
3	8,896.87 €	1,154.97 €	7,741.90 €	21,700.68 €	8,299.32 €
4	8,896.87 €	597.55 €	8,299.32 €	30,000.00 €	0.00 €

Fuente: Elaboración propia

8.4 Cuadro de I.V.A

En cuanto al I.V.A a pagar, hemos sacado las previsiones de ventas o ingresos que recibiremos por año, como podemos ver en el primer año tenemos un I.V.A soportado de 24.084,40 € ya que este se debe a la compra de los activos. En los siguientes años, el I.V.A soportado es bajo ya que el aprovisionamiento de la empresa es relativamente bajo.

En cuanto al I.V.A repercutido, equivale al 21% de las ventas previstas de cada año.

Tabla 18: Ventas previstas anuales

VENTAS PREVISTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
INGRESOS PREVISTOS	182,000.00 €	216,960.00 €	298,020.00 €
IVA VENTAS 21% (REPERCUTIDO)	38,220.00	45,561.60	62,584.20
IVA SOPORTADO	24,084.40 €	9,485.20 €	10,325.20 €
LIQUIDACIÓN IVA HACIENDA ACREEDORA	14,135.60	36,076.40	52,259.00

Fuente: Elaboración propia

8.5 Cuenta previsional de Tesorería

A continuación, presentaremos el cuadro previsional de tesorería, este cuadro nos sirve de referencia para estimar más a detalle las entradas y salidas de dinero, para así lograr estimar el saldo de tesorería a final de cada año.

El primer año lo desglosamos mes a mes, los siguientes dos años se hará anual.

- **Año 1**

Tabla 19: Previsiones de tesorería mensual

MESES	1	2	3	4	5	6
Entradas de dinero						
saldo inicial	130,000.00 €	48,538.50 €	43,127.00 €	38,091.28 €	37,979.78 €	39,618.28 €
Ingresos previstos (sin iva)	3,200.00 €	4,300.00 €	6,900.00 €	9,600.00 €	11,350.00 €	14,200.00 €
Iva repercutido	672.00 €	903.00 €	1,449.00 €	2,016.00 €	2,383.50 €	2,982.00 €
Salidas de dinero						
Pagos por apertura del proyecto						
Pagos por inversión en activos	74,950.00 €					
Gastos generales de producción	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €
Salarios y seguridad social	6,400.00 €	6,400.00 €	6,400.00 €	6,400.00 €	6,400.00 €	12,800.00 €
Pagos por devolución del préstamo + intereses			2,224.22 €			2,224.22 €
Iva soportado	16,434.92 €	695.42 €	695.42 €	695.42 €	695.42 €	695.42 €
Pago liquidación Iva	- 15,762.92	207.59	753.59	1,320.59	1,688.09	2,286.59
Pago impuestos de sociedades						
Total ingresos	133,872.00 €	53,741.50 €	51,476.00 €	49,707.28 €	51,713.28 €	56,800.28 €
Total gastos	85,333.50 €	10,614.50 €	13,384.72 €	11,727.50 €	12,095.00 €	21,317.72 €
Total	48,538.50 €	43,127.00 €	38,091.28 €	37,979.78 €	39,618.28 €	35,482.56 €

MESES	7	8	9	10	11	12
Entradas de dinero						
saldo inicial	35,482.56 €	42,571.06 €	50,459.56 €	60,323.84 €	72,612.34 €	87,700.84 €
Ingresos previstos (sin iva)	16,800.00 €	17,600.00 €	21,800.00 €	22,000.00 €	24,800.00 €	29,450.00 €
Iva repercutido	3,528.00 €	3,696.00 €	4,578.00 €	4,620.00 €	5,208.00 €	6,184.50 €
Salidas de dinero						
Pagos por apertura del proyecto						
Pagos por inversión en activos						
Gastos generales de producción	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €	3,311.50 €
Salarios y seguridad social	6,400.00 €	6,400.00 €	6,400.00 €	6,400.00 €	6,400.00 €	12,800.00 €
Pagos por devolución del préstamo + intereses			2,224.22 €			2,224.22 €
Iva soportado	695.42 €	695.42 €	695.42 €	695.42 €	695.42 €	695.42 €
Pago liquidación Iva	2,832.59	3,000.59	3,882.59	3,924.59	4,512.59	5,489.09
Pago impuestos de sociedades						
Total ingresos	55,810.56 €	63,867.06 €	76,837.56 €	86,943.84 €	102,620.34 €	123,335.34 €
Total gastos	13,239.50 €	13,407.50 €	16,513.72 €	14,331.50 €	14,919.50 €	24,520.22 €
Total	42,571.06 €	50,459.56 €	60,323.84 €	72,612.34 €	87,700.84 €	98,815.12 €

Fuente: Elaboración propia

- **Cuadro de tesorería desglosado anualmente año 1, 2 y 3.**

Tabla 20: Previsiones de tesorería anual

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Entradas de dinero			
Saldo inicial	130,000.00 €	98,815.53 €	165,923.20 €
Ingresos previstos (sin iva)	182,000.00 €	216,960.00 €	298,020.00 €
Iva repercutido	38,220.00 €	45,561.60 €	62,584.20 €
Salidas de dinero			
Pagos por apertura del proyecto			
Pagos por inversión en activos	74,950.00 €		
Gastos generales de producción	39,737.60 €	45,167.60 €	49,167.60 €
Salarios y seguridad social	89,600.00 €	89,600.00 €	89,600.00 €
Pagos por devolución del préstamo + intereses	8,896.87 €	8,896.87 €	8,896.87 €
Iva soportado	24,084.40	9,485.20	10,325.20
Pago liquidación Iva	14,135.60	36,076.40	52,259.00
Pago impuestos de sociedades	0	6,187.86 €	10,690.12 €
Total ingresos	350,220.00 €	361,337.13 €	526,527.40 €
Total gastos	251,404.47 €	195,413.93 €	220,938.79 €
Total	98,815.53	165,923.20 €	305,588.61 €

Fuente: Elaboración propia

- En el año uno, empezamos con un saldo inicial de 130.000 €, este saldo es la inversión total del proyecto, contando la aportación de los socios y el préstamo bancario. Hemos hecho unas estimaciones de ingresos previstos para el año 1, basándonos en la cuota de mercado que atacaremos, el valor estimado es de 182.000 € de ingresos obtenidos en el primer periodo. A esto le hemos sumado el 21% de I.V.A repercutido proveniente de los ingresos.

En este primer año le hemos restado los gastos de la compra de los activos y de la puesta en marcha del proyecto, a su vez hemos puesto los gastos mensuales generales que están desglosado en la tabla de costes en el apartado de Operaciones.

Como podemos observar en la tabla, el primer año no tenemos saldo en la cuenta de impuestos de sociedades ya que este se paga al siguiente año. Al final del periodo tenemos un saldo de tesorería de 98.815,53 € con los que empezaremos a tener en caja el año siguiente.

- En cuanto al segundo año, hemos empezado con el saldo restante del año anterior, a su vez, hemos estimado unas ventas previstas de 216.960 €, más que el año anterior.

También los gastos generales de producción han incrementado, ya que el volumen de producción ha aumentado. Al final se ve reflejado el pago del impuesto de sociedades perteneciente al año anterior, que equivale al 15% del beneficio neto.

Al final del periodo hemos obtenido un saldo de tesorería de 165.923,20 €.

- En el tercer año, empezamos con el saldo obtenido en tesorería el año pasado, hemos estimado unas ventas de 298.020 €. Como podemos observar en el cuadro los gastos generales y de producción han aumentado ya que la producción ha aumentado. El pago del impuesto de sociedades corresponde al año 2, este es de 10.690,12 € que corresponden al 15% del beneficio neto del año anterior.

8.6 Cuenta previsional de resultados

La cuenta previsional de resultados nos indica el beneficio del ejercicio en periodos de años, esta cuenta nos sirve para poder tener una cuenta previsional de cuáles serían los beneficios obtenidos con las previsiones de ingresos que hemos considerado.

Tabla 21: Previsión de resultados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
IMPORTE NETO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS	182,000.00 €	216,960.00 €	298,020.00 €
OTROS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN			
GASTOS DE APROVISIONAMIENTO	39,737.60 €	45,167.60 €	49,167.60 €
GASTOS DE PERSONAL	89,600.00 €	89,600.00 €	89,600.00 €
OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
AMORTIZACIÓN DEL INMOVILIZADO	9,250.00 €	9,250.00 €	9,250.00 €
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (BAII)	43,412.40 €	72,942.40 €	150,002.40 €
INGRESOS FINANCIEROS			
GASTOS FINANCIEROS	2,160.00 €	1,674.95 €	1,154.97 €
RESULTADO FINANCIERO	2,160.00 €	1,674.95 €	1,154.97 €
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	41,252.40 €	71,267.45 €	148,847.43 €
IMPUESTO SOBRE BENEFICIO	6,187.86 €	10,690.12 €	37,211.86 €
RESULTADO DEL EJERCICIO	35,064.54 €	60,577.33 €	111,635.57 €

Fuente: Elaboración propia

- Como podemos observar en la tabla anterior, los beneficios netos que hemos obtenido en el primer año son de 35.064,54 €. Con un impuesto de sociedades del 15%, ya que así lo indica Hacienda para los dos primeros años de la empresa.
- En el segundo año hemos obtenido un beneficio neto de casi el doble del año pasado, a su vez, hemos pagado 15% en impuestos de sociedades dando un valor de 10.690,12 €.
- En el tercer año, hemos casi que doblado el beneficio del año anterior siendo este de 111.635,57 €. En este año, hemos pagado 25% de impuesto de sociedades ya que a partir del tercer año este es el porcentaje que toca pagar.

8.7 Balance de situación previsional

El balance de situación es el documento financiero contable que refleja la situación económica de una empresa.

En este podemos observar el activo, patrimonio neto y pasivo de la empresa, en donde podemos apreciar en dónde está invertido el dinero y cuáles son las obligaciones de que tiene la empresa.

En este apartado detallaremos el balance de situación de los primeros tres años.

- **Balance de situación del primer año.**

Tabla 22: Balance de situación año 1

Activo		Pasivo y patrimonio neto	
Activo no corriente		Patrimonio neto	
- Inmovilizado intangible	67,100.00 €	- Aportación socios	100,000.00 €
- Inmovilizado tangible	7,850.00 €	- Beneficio	35,064.54 €
- Amortizaciones activos	- 9,250.00 €	- Reserva	- €
		Pasivo corriente	
Activo corriente		- Deudas a corto plazo	7,221.92 €
		- Hacienda Iss	6,187.86 €
Tesorería	98,815.53 €		
		pasivo no corriente	
		- Deudas a largo plazo	16,041.21 €
total	164,515.53 €	total	164,515.53 €

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en la parte del activo, se refleja la valoración de los activos no corrientes, en nuestro caso serían todos los inmovilizados intangibles y tangibles. A su vez, se ve la depreciación de estos activos en el apartado de la amortización. En el activo no corriente tenemos el saldo de tesorería del primer año.

En cuanto al patrimonio neto, vemos la aportación de los socios y el beneficio obtenido en este primer periodo.

En el pasivo corriente vemos reflejado las deudas a corto plazo y lo que se debe a hacienda por el impuesto sobre el beneficio, que en este caso fue del 15% del beneficio.

Por último, vemos en el pasivo no corriente la deuda a largo plazo que tenemos por el préstamo bancario obtenido.

Como se puede apreciar no hemos tomado en cuenta la repartición de dividendos entre los accionistas.

- **Balance de situación del segundo año**

Tabla 23: Balance de situación año 2

Activo		Pasivo y patrimonio neto	
Activo no corriente		Patrimonio neto	
- Inmovilizado intangible	67,100.00 €	- Aportación socios	100,000.00 €
- Inmovilizado tangible	7,850.00 €	- Beneficio	60,577.33 €
- Amortizaciones activos	- 18,500.00 €	- Reservas	35,064.54 €
		Pasivo corriente	
Activo corriente		- Deudas a corto plazo	7,741.90 €
		- Hacienda Iss	10,690.12 €
Tesorería	165,923.20 €	Pasivo no corriente	
		- Deudas a largo plazo	8299.31
Total	222,373.20 €	Total	222,373.20 €

Fuente: Elaboración propia

En este balance de situación podemos observar como en el apartado de Activo no corriente la depreciación de los activos ha aumentado debido a la amortización de estos.

Sin embargo, la cuenta de tesorería ha aumentado gracias al aumento de las ventas previstas para este año. En cuanto al patrimonio neto vemos que el beneficio aumentó y contamos a su vez con las reservas del año pasado, ya que no hemos tomado en cuenta el reparto de dividendos de la empresa.

- **Balance de situación del tercer año**

Tabla 24: Balance de situación año 3

Activo		Pasivo y patrimonio neto	
Activo no corriente		Patrimonio neto	
- Inmovilizado intangible	67,100.00 €	- Aportación socios	100,000.00 €
- Inmovilizado tangible	7,850.00 €	- Beneficio	111,635.57 €
- Amortizaciones activos	- 27,750.00 €	- Reservas	95,641.87 €
		Pasivo corriente	
Activo corriente		- Deudas a corto plazo	8,299.30 €
		- Hacienda Iss	37,211.86 €
Tesorería	305,588.61 €	Pasivo no corriente	
		- Deudas a largo plazo	- €
total	352,788.61 €	Total	352,788.61 €

Fuente: *Elaboración propia*

- En este balance de situación del tercer año, podemos observar en la parte de Activo no corriente que los activos intangibles y tangibles se ven aún más depreciados debido a las amortizaciones de estos. En cuanto al activo corriente, vemos que tenemos un saldo de tesorería de 305.588,61 €.

En cuanto al patrimonio neto observamos el beneficio obtenido en ese periodo y las reservas obtenidas por los beneficios de los años anteriores ya que no hemos tomado en cuenta la repartición de dividendos.

Por último, vemos que en el pasivo no corriente no tenemos saldo ya que lo que queda de pagar del préstamo es un año y corresponde al pasivo corriente ya que es una deuda inferior a un periodo de un año.

8.8 Ratios Financiero

i. Cálculo de Ke:

$$K_e = R_f + \beta (R_m - R_f);$$

$$R_f: 3,40\%$$

$$B: 1.07 \text{ en este caso multiplicamos el Beta por } 3 (1.07 \times 3) = 3.21$$

$$(R_m - R_f): 137.6 = 111 = 1.11\%$$

$$K_e = 0.034 + (3.21 \times 0.011) = 0.0693 \rightarrow 6.9\%$$

ii. Cálculo del WACC:

$$WACC = K_d \times \%D(1 - \text{Impuesto de Sociedades}) + K_e \times \%E$$

$$D: \text{deuda bancaria solicitada para el proyecto } 30.000 \text{ (23.07\% de } 130.000) 30.000 / 130.000 = 0.2307$$

K_d: coste de la deuda, es el tipo de interés del préstamo 7.2% (0.072)

$$E = \text{equity, capital aportado por los accionistas } 100.000\text{€ } 76.92\% \text{ (de } 130.000) 100.000 / 130.000 = 0.7692$$

Ke = rentabilidad exigida o esperada por los accionistas (cost of equity) 6.9%(0.069)

Imp. Sociedades año 1 15% (0,15)

WACC = $0.072 \times 0.2307 (1-0,15) + 0,069 \times 0,7692 = 0.0671 \rightarrow 6.71\%$

iii. Cálculo del VAN:

VAN = $- D + Q1 / (1 + Ke) + Q2 / (1 + Ke)^2 + \dots + Qn / (1 + Ke)^n + VR / (1 + Ke)^n$

Flujos de caja

Año 1: saldo de tesorería del año 1 = 98.815,53 Q1

Año 2: saldo de tesorería del año 2 - saldo de tesorería del año 1 = $169.923,20 - 98.815,53 = 71.107.67$ Q2

Año 3: saldo de tesorería del año 3 - saldo de tesorería del año 2 = $305.588,61 - 169.923,20 = 135.665,41$ Q3

Ke = 6.9%

Desembolso inicial = 100.000

VR = BAI del año 3 $\rightarrow 148.847,43 - \text{intereses} = 148.847,43 - 1.154,97 = 147.692,46$

VAN = $- 100.000 + 98.815,53 / (1 + 0.069) + 71.107,67 / (1 + 0,069)^2 + 135.665,41 / (1 + 0,069)^3 + 147.692,46 / (1 + 0,069)^3 = 286.615,95$

Ya que el VAN > 0 , se considera viable el proyecto.

iv. Cálculo del TIR y PAYBACK:

TIR = luego de realizar la fórmula en excel tomando los datos:

Desembolso inicial: -100.000

Q1= 98.815,53

Q2 = 71.107.67

Q3 = 135.665,41

VR = 147.692,46

TIR = 103% → esto quiere decir que, ya que la TIR es mayor que Ke, el proyecto es viable.

PAYBACK:

Flujo de caja año 1 = $98.815,53 / (1 + 0.069) = 92.437,35$

Dividimos $92437,35 / 12 \rightarrow 7.703,11$ promedio mensual estimado

$7703,11 \times 13 > 100.000 \rightarrow$ entonces al año y un mes recuperamos el dinero invertido.

8.9 Ratios financieros de rentabilidad

Tabla 25: Ratios financieros de rentabilidad

Ratio o indicador		AÑO1	AÑO2	AÑO3
Ratios de liquidez				
Fondo de maniobra	Activo corriente - Pasivo corriente	85405.75	147491.18	260077.45
Ratio de liquidez o solvencia técnica	Activo corriente / Pasivo corriente	7.368	9.001	6.714
ratio de tesorería	Disponible / Pasivo corriente	7.368	9.001	6.714
Ratios de endeudamiento				
Ratios de endeudamiento 1	total pasivo / (total pasivo + Patrimonio neto)	0.165	0.111	0.114
Ratios de endeudamiento 2	total pasivo / Patrimonio neto	0.218	0.137	0.148
Ratio de patrimonio neto	Patrimonio neto / (total pasivo + Patrimonio neto)	0.82	0.88	0.87
Ratio de firmeza	Activo no corriente / Pasivo no corriente	4.09	6.8	0
Ratio de garantía	Activo total / Pasivo total	5.59	8.31	7.75
Ratios de rentabilidad				
Ratio de beneficio	Beneficio neto X 100 / total ventas anuales	19.27%	27.92%	37.46%
ROE	Beneficio neto X 100 / total patrimonio neto medio	15.85%	27.38%	50.47%
ROA	Beneficio económico (BAI) X 100 / Activo total medio	15.94%	27.55%	57.54%

Fuente: Elaboración propia

- En cuanto al Ratio de liquidez podemos observar que el fondo de maniobra es siempre positivo en los 3 años, esto quiere decir que estamos ante una situación ideal ya que la empresa tiene suficiente liquidez para asumir los pagos a corto plazo.

En cuanto al ratio de liquidez y ratio de tesorería, podemos ver que en los 3 años está en un 6 y 9 puntos, esto quiere decir que la empresa tiene entre 6 y 9 € por cada euro de deuda.

- En cuanto a los ratios de endeudamiento, como podemos observar en los ratios de endeudamiento 1 y 2 los valores son menores a 0.5, lo que quiere decir que la empresa no depende en gran parte de los fondos prestados.

En cuanto al ratio de firmeza podemos observar que el valor oscila entre los 4 y 6 puntos, es quiere decir que la empresa financia la mayor parte del inmovilizado por recursos propios.

Para el ratio de garantía podemos ver que los valores oscilan entre 5 y 8 puntos, lo que significa que la empresa está lejos de poder quedar en una situación de quiebra.

- En cuanto a los ratios de rentabilidad podemos observar que la ROA (rentabilidad sobre los activos), siempre es superior al 5% que se considera el valor óptimo, en nuestro caso observamos que el último año la ROA es de 57,54% lo que nos indica un valor muy alto y favorable para la empresa.

En cuanto a la ROE, es el indicador que mide el beneficio del inversor del capital invertido, podemos observar que los valores oscilan entre 15% el primer año y 50% el 3er año, lo que quiere decir que los % de beneficio son bastantes altos para los inversionistas.

9. Aspectos complementarios

9.1 Imagen corporativa

Página web

La página web y su diseño se realizó siguiendo las especificaciones de los tres socios quienes además consideraban muy importante contar su historia como una manera de conectar con los clientes potenciales (jóvenes). La elaboración de la página web se realizó mediante la plataforma Squarespace un conocido software para el diseño de este tipo de páginas. Comentando de manera detallada podemos observar las siguientes imágenes que representan el Landing page de nuestro sitio web, es la página principal y la encargada de transmitir la mejor primera impresión posible tanto a nuestros clientes como a clientes potenciales quienes además pueden acceder directamente a nuestros perfiles en redes sociales desde nuestro sitio web lo que incrementa la confianza en los nuevos clientes.

En esta página principal encontraremos datos interesantes de nuestra marca como, por ejemplo, la historia detrás de la marca, información acerca de los procesos dentro de la empresa y su carácter amistoso con el medioambiente. Por supuesto, también se encuentran visibles los servicios que brindamos y algo que consideramos muy importante que es la sección de testimonios donde clientes de la marca y miembros de nuestra comunidad pueden libremente compartir su experiencia al recibir nuestros servicios.

Al momento de visualizar los servicios prestados podremos observar los 3 planes que tenemos disponibles a la fecha (Plan Individual, Plan Familiar y el Plan Empresas).

En cuanto el cliente haya seleccionado el plan de su preferencia será redirigido a un apartado de la página donde dispone de más información acerca del plan que ha seleccionado de manera que puede conocer todas las características del servicio antes de solicitarlo promoviendo de esta manera un mensaje claro de transparencia y seguridad como empresa y como marca respectivamente.

Imagen 20: Sitio web de la empresa

Limpieza sostenible, resultados impecables: Bienvenido a LikeNew



Bienvenido al
equipo
LikeNew

Somos Maurizio, Vicente, José Andrés y José Manuel, cuatro amigos que se conocieron al comenzar la universidad y al finalizarla, decidieron emprender juntos. Durante nuestros estudios, surgieron muchas ideas, pero fue al desarrollar nuestro Trabajo de Fin de Grado que encontramos la inspiración para crear algo único.

[Aprende Sobre Nosotros](#)



- **Detergente biodegradable**
- **Sin disolventes químicos**
- **Agua como disolvente**
- **Entrega de pedidos en vehículos eléctricos**



Testimonios



Saúl Guevara

"Contratar Like New ha sido una verdadera bendición para mí. Antes, dedicaba horas interminables cada semana a lavar y planchar mi ropa. Sin embargo, desde que empecé a utilizar el servicio, he recuperado un tiempo valioso en mi vida."

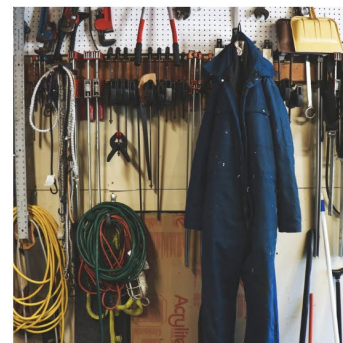




Plan Individual
60,00 €



Plan Familiar
100,00 €



Plan Empresas
380,00 €

Nuestra historia

Somos Maurizio, Vicente, José Andrés y José Manuel, cuatro amigos que se conocieron al comenzar la universidad y al finalizarla, decidieron emprender juntos. Durante nuestros estudios, surgieron muchas ideas, pero fue al desarrollar nuestro Trabajo de Fin de Grado que encontramos la inspiración para crear algo único.

Así nació Like New, una empresa de lavandería que revolucionaría la forma en que la gente cuida de su ropa. Con la idea de simplificar y mejorar la experiencia de lavado, decidimos ofrecer un servicio de suscripción mensual. Esto permitiría a nuestros clientes disfrutar de un cuidado impecable para su ropa de forma conveniente y sin complicaciones.

Con dedicación y pasión, desarrollamos nuestra idea y convertimos nuestro proyecto académico en una realidad. Con el nombre de Like New, buscamos transmitir la sensación de tener prendas limpias, frescas y renovadas, listas para ser usadas como nuevas.

Desde nuestros inicios, hemos trabajado arduamente para ofrecer un servicio de calidad, utilizando tecnología avanzada y productos eco-friendly. Estamos orgullosos de la confianza que nuestros clientes han depositado en nosotros y seguimos comprometidos en brindarles una experiencia de lavandería excepcional.

Nuestro viaje como emprendedores ha sido desafiante y emocionante. Juntos, hemos superado obstáculos, aprendido lecciones valiosas y fortalecido nuestra amistad. Estamos emocionados por el futuro de Like New y seguros de que seguiremos innovando y creciendo para brindar un servicio impecable a nuestros clientes.

Gracias por acompañarnos en esta historia y ser parte de la familia Like New.





Plan Empresas

380,00 €

Por solo 380€ al mes, te ofrecemos un servicio excepcional que transformará tu vida y la de tu familia. Nuestro plan incluye 4 bolsas de ropa de hasta 50,0 kg cada una, y nos encargaremos de todo el proceso: lavado y secado.

Cantidad:

Añadir al carrito

¡Descubre nuestro extraordinario plan de suscripción mensual familiar! Por solo 380€ al mes, te ofrecemos un servicio excepcional que transformará tu vida y la de tu familia. Nuestro plan incluye 4 bolsas de ropa de hasta 50,0 kg cada una, y nos encargaremos de todo el proceso: lavado y secado.

Imagina decirle adiós a la tarea abrumadora de lavar y secar la ropa de toda tu familia. Con nuestro servicio, tendrás la tranquilidad de que todas las prendas estarán siempre limpias y frescas, listas para usar.

Nuestro equipo de expertos se encargará de manejar la ropa con el mayor cuidado y atención, utilizando productos de calidad para garantizar los mejores resultados. Ya no tendrás que preocuparte por los ciclos de lavado o los programas de secado, nosotros nos encargamos de todo.

Además, con nuestro plan de suscripción, recibirás las bolsas de ropa directamente en tu puerta, sin necesidad de salir de casa. Nos adaptamos a tu horario y te ofrecemos un servicio confiable y conveniente para toda tu familia.

¡No esperes más y únete a nuestro plan de suscripción mensual familiar! Disfruta de la tranquilidad de tener la ropa de tu familia siempre limpia y lista para usar. Simplifica tu vida y ahorra tiempo con nuestro servicio de lavado y secado profesional, diseñado especialmente para satisfacer las necesidades de tu familia.

Like New



[FAQ](#)
[Contacto](#)
[Tarjeta Regalo](#)

Recibe noticias sobre nuestros servicios y descuentos

Enviar



Plan Individual

60,00 €

Ofrecemos un servicio excepcional que te facilitará la vida. Nuestro plan incluye 4 bolsas de ropa de hasta 6 kg cada una, y nos encargaremos de todo el proceso: lavado, secado y planchado.

Cantidad:

Añadir al carrito



Plan Familiar

100,00 €

Por solo 100€ al mes, te ofrecemos un servicio excepcional que te facilitará la vida a ti y a tu familia. Nuestro plan incluye 4 bolsas de ropa de hasta 12,5 kg cada una, y nos encargaremos de todo el proceso: lavado, secado y planchado.

Cantidad:

Añadir al carrito

DESDE 2023

**LikeNew**MADRID, ESPAÑA
TARJETA REGALO

Tarjeta Regalo

desde 25,00 €

Valor:

Seleccionar valor

**Comprar**

Contáctanos.

info@likenew.com
(+34) 676-242-025

Nombre

Nombre

Apellido

Correo electrónico

Mensaje

Interesado en (obligatorio)

Plan Individual

**Enviar***Fuente: Elaboración propia*

App

Al momento de diseñar la App que actuará como el principal canal de ventas todos los socios promotores estuvieron de acuerdo en que esta debía tener un estilo minimalista y simplificado, dando la posibilidad a los clientes de ir directo a lo que quieren sin atravesar procesos engorrosos ni mucho menos que se les dificulte encontrar el servicio deseado.

Describiendo un poco el proceso que tendría que atravesar un nuevo cliente diríamos que, en primer lugar, este debe o bien registrarse o acceder con una de sus redes sociales o su cuenta de Google. Posteriormente debe colocar la dirección de su domicilio (o del lugar donde desee se preste el servicio), En este momento se realiza una comprobación de forma automatizada sobre si su domicilio está dentro del rango de operaciones de LikeNew S.L. y en caso de que todo resulte correcto simplemente debe seleccionar el servicio que desee y proceder a la pasarela de pagos para finalizar su compra. Es importante mencionar que mediante la app posteriormente puede desde programar sus lavadas y hacer el respectivo seguimiento del estado del servicio, sino que también cuenta con un asistente virtual que le ayudará a resolver todos los incidentes o dudas que tenga.

Imagen 21: App de la empresa





Fuente: Elaboración propia

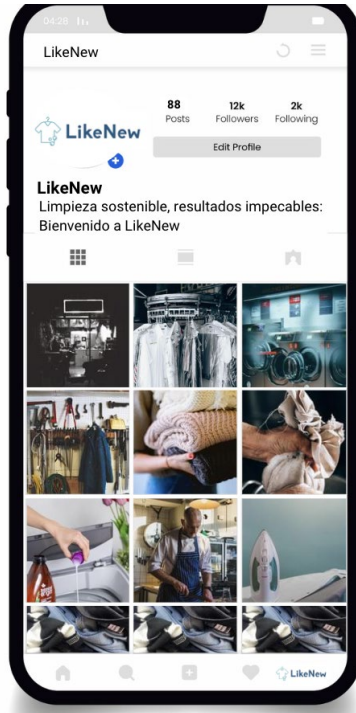
Redes sociales

La red social que utilizaremos de manera activa será Instagram. Donde tenemos planificado realizar una publicación diaria (7 publicaciones semanales), además de dinámicas de preguntas y respuestas, y el ofrecimiento de promociones exclusivas como incentivo para crear no sólo publicidad sino una comunidad y establecer relación con los clientes (brindarles sensación de pertenencia).

A continuación, se observa el perfil de Instagram de LikeNew S.L. donde se pueden apreciar algunas publicaciones que ya han sido realizadas.

- **Instagram**

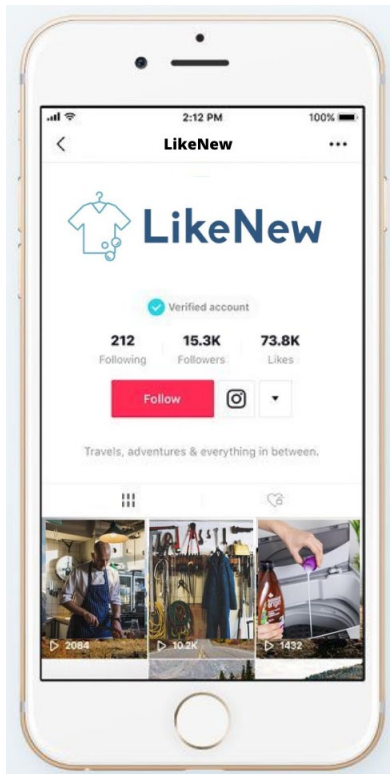
Imagen 22: Perfil de Instagram de la empresa



Fuente: Elaboración propia

- **TikTok**

Imagen 23: Perfil de TikTok de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Marca

Para el proceso de selección del nombre de la marca se evaluaron múltiples opciones sin embargo todos los socios de la empresa estuvieron de acuerdo con que LikeNew S.L. transmite un claro mensaje de la identidad además de ser llamativo y simple.

Para la creación del logo nos decantamos por un logo de estilo minimalista que evoca limpieza y pulcritud además incluye el nombre de la empresa de lado derecho.

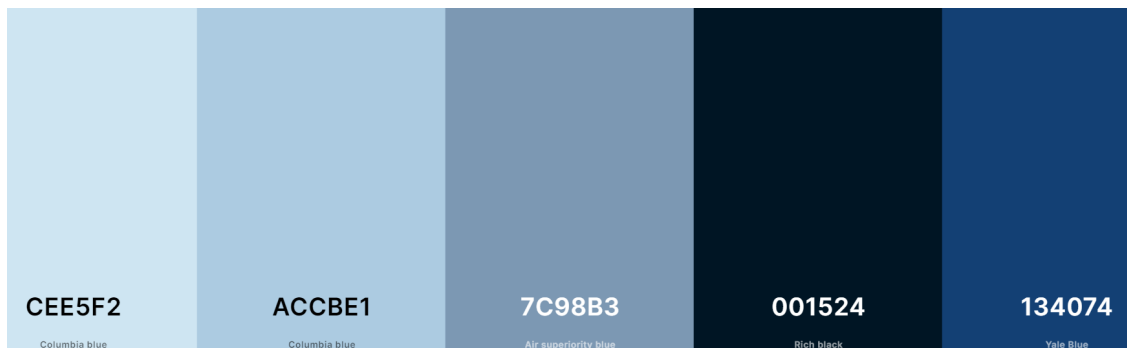
Imagen 24: Logo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

La paleta de colores que conforma la identidad de LikeNew S.L. consta de una gama de tonos azules, color asociado a la armonía, confianza y la seguridad haciendo una mezcla con todos claros y oscuros en tal y como se aprecia a continuación:

Imagen 25: Colores de la marca corporativa



Fuente: Elaboración propia

9.3 Responsabilidad social / código de buen gobierno

LikeNew S.L., estamos unidos en nuestro compromiso con los principios medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Juntos, nos esforzamos por tener un impacto positivo en el mundo que nos rodea y contribuir a un futuro más sostenible.

En el corazón de nuestro negocio, damos prioridad a la sostenibilidad en todo lo que hacemos. Desde el principio, tomamos la decisión consciente de utilizar una furgoneta y una bicicleta eléctricas para nuestros servicios de recogida y entrega. Al optar por estos vehículos ecológicos, reducimos significativamente nuestras emisiones de carbono y contribuimos a combatir la contaminación atmosférica en nuestra ciudad.

Además, nuestra dedicación a la sostenibilidad se extiende a los detergentes que elegimos. Seleccionamos cuidadosamente productos eficaces para limpiar la ropa y respetuosos con el medio ambiente. Al utilizar detergentes ecológicos, minimizamos la liberación de productos químicos nocivos en los sistemas de agua y contribuimos a la conservación de nuestros recursos naturales.

La gestión de residuos también es un aspecto importante de nuestras prácticas sostenibles. Nos comprometemos a reducir, reutilizar y reciclar en nuestras instalaciones. Mediante una eliminación responsable de los residuos y centrándonos en el reciclaje, nos esforzamos por minimizar nuestra huella medioambiental y contribuir a la economía circular.

Más allá de nuestras prácticas operativas, colaboramos activamente con la comunidad local. Al establecer estas conexiones y contribuir activamente al bienestar de nuestra comunidad, pretendemos inspirar a otros y fomentar un sentido de responsabilidad compartida.

En LikeNew S.L., creemos firmemente en las prácticas laborales justas. Damos prioridad al bienestar de nuestros empleados, proporcionándoles salarios justos y manteniendo un entorno de trabajo seguro e integrador. Al valorar y apoyar a nuestro equipo, fomentamos una cultura empresarial positiva que, en última instancia, se traduce en un servicio excepcional para nuestros clientes.

La transparencia y las prácticas empresariales éticas son primordiales en nuestro modelo de gobernanza. Nos exigimos a nosotros mismos altos niveles de integridad financiera, privacidad de los datos de los clientes y cumplimiento de la normativa. Estos principios

constituyen la base de nuestras relaciones con las partes interesadas, garantizando la confianza y las asociaciones a largo plazo.

Juntos, el equipo de LikeNew S.L., se compromete a impulsar un cambio positivo en el sector de la lavandería. A través de nuestros esfuerzos colectivos, que incluyen el uso de vehículos ecológicos, detergentes sostenibles, gestión responsable de residuos, compromiso con la comunidad, prácticas laborales justas y gobernanza transparente, pretendemos ser un modelo para seguir en las prácticas empresariales sostenibles.

9.4 Plan de expansión

En cuanto al plan de expansión del proyecto LikeNew S.L., nuestra idea principalmente es en la ciudad de Madrid, en cuanto logremos cumplir con los objetivos y lograr desarrollar de una manera eficiente el proyecto, tenemos pensado expandirnos primeramente en esta misma ciudad, es decir abrir nuevos centros de producción y lograr abarcar toda la comunidad de Madrid.

También nos gustaría principalmente lograr llevar LikeNew S.L. a las ciudades de España más desarrolladas o con más población, en nuestro caso, nos gustaría expandirnos a ciudades como Valencia, Barcelona, Sevilla, Granada. Ya que consideramos que, si el modelo de negocio logra triunfar en la capital, es bastante probable que en estas ciudades sea más fácil implementar el negocio y lograr tener la cuota de mercado esperada. Hemos elegido estas ciudades principalmente ya que cuentan con una gran población parecida a la de Madrid y en el apartado de estudio de mercado nos hemos dado cuenta de que la similitud en cuanto a la cantidad de locales de servicios de lavandería por habitantes en la ciudad son bastantes parecidos entre sí.

Ya cuando cumplamos la expansión Nacional, logramos establecernos en las ciudades principales de España, nos gustaría entrar en mercados europeos como por ejemplo Portugal, Italia y Francia.

9.5 Aspectos formales y jurídicos

Elección de la forma jurídica

En función a las características y necesidades de LikeNew S.L. Se ha decidido que se constituirá la empresa como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, puesto que dicha forma jurídica nos permite establecer una cantidad de dinero menor como capital social otorgado por los socios, sin tener que responder con bienes propios en caso de insolvencia de la sociedad.

Además, no pautamos un límite de socios, por lo tanto, en caso de incluir socios adicionales no tenemos que cambiar la forma jurídica ya establecida.

- **Número de socios:** 1 o más (sin límite máximo)
- **Clase de socios:** Capital y/o trabajo
- **Capital Social:** 3.000€
- **Socios y Administradores:** Posesión de NIF o NIE

9.6 Reparto accionarial y administradores

LikeNew S.L. estará formada por 4 socios, quienes aportarán como capital social 3.000€, lo cual quedará en el patrimonio neto de la sociedad.

En nuestro caso, LikeNew S.L. obtuvo una inversión inicial de un total de 130.000 €, de los cuales 100.000 son aportados por los 4 socios en partes iguales, es decir 25.000 € cada uno de aportación y el sobrante, 30.000 € proviene de un préstamo bancario que pedimos al Fondo Smart del banco Santander a un tipo de interés nominal del 7,2% en un periodo de 4 años.

A su vez, cada socio cuenta con el 25% de las acciones del proyecto.

Régimen fiscal aplicable

En cuanto al régimen fiscal de impuestos de sociedades, LikeNew S.L. los dos primeros años, en el caso de que hubiera beneficio tributará al 15% ya que es una empresa de nueva creación y a partir del tercer año tributará al 25% del beneficio bruto.

Trámites administrativos a realizar

- Certificación negativa de denominación (razón inicial).

Debemos obtener la certificación negativa del nombre de la sociedad, tiene vigencia de 3 meses y a instancia de uno de los socios.

Imagen 26: Análisis de nombres en Oficina Española de Patentes y Marcas



The screenshot shows two search interfaces on the website of the Spanish Patent and Trademark Office (OEPM). The top interface is titled 'LOCALIZADOR DE MARCAS NACIONALES' and the bottom one is 'LOCALIZADOR DE MARCAS INTERNACIONALES CON EFECTO EN ESPAÑA'. Both interfaces have a search bar with 'LikeNew' entered and a dropdown menu showing 'Contenga'. There are buttons for 'Localizar' (green) and 'Borrar' (grey). The bottom interface also shows the search date as 'Lunes 15 de mayo de 2023' and a message: 'No se han encontrado resultados para los criterios de búsqueda indicados.' (No results were found for the search criteria indicated.)

Fuente: Elaboración propia

- **Depósito de capital social**

Este trámite consiste en abonar en una entidad bancaria, en una cuenta abierta a nombre de la sociedad, LikeNew S.L. de 3.000€.

- **Solicitar CIF de la empresa**

Para solicitar el Código de Identificación Fiscal de la empresa “CIF” en la Agencia Tributaria debemos cumplimentar el modelo 036, donde a su vez debemos adjuntar copia de la escritura de constitución de la sociedad y de los estatutos sociales.

Decidimos solicitar el CIF provisional y 6 meses después otro definitivo presentando la documentación completa, es decir, cuando la escritura se haya anotado en el Registro Mercantil.

- **Notaria**

La sociedad debe constituirse ante un notario a través de una escritura pública, la cual debe incluir todos los detalles de la sociedad y debe ser firmada por todos los socios.

- **Tipo de sociedad:** Sociedad Limitada
- **Capital Social:** 3.000€
- **Fecha de constitución**
- **Estatutos**, el cual debe incluir mínimo:
 - Denominación de la sociedad
 - Objeto social, es decir, actividades a realizar
 - Domicilio
 - Capital social
 - Forma de administración
 - Modo de deliberar y adoptar acuerdos por los órganos de la sociedad

- **Registro mercantil provincial**

Al entregar la escritura al notario procederemos a la inscripción de esta en el registro mercantil en la ciudad de Madrid.

- **Alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE)**

Debemos dar de alta la sociedad en el IAE en el epígrafe correspondiente, en nuestro caso sería el 971.1 “Tinte, limpieza en seco, lavado y planchado de ropas hechas y de prendas y artículos del hogar usados” (Agencia Tributaria, 2020). Este trámite se realiza en la Agencia Tributaria

- **Libro de sociedades**

Los libros de inventario, cuentas anuales y libro diario deben legalizarse en el registro mercantil de Madrid. El registro se legaliza mediante un sellado de la primera página y se marcan las demás páginas con el sello registral.

Dicha actividad se realiza al final de cada año.

- **Registro de Patentes y Marcas**

La sociedad debe anotar y registrar todas las patentes y marcas que sean necesarias para la realización de la actividad como: patentes, invenciones, modelos, logos, marcas. Lo cual se debe realizar en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

- **Obligaciones Fiscales**

- Alta de la sociedad (Modelo 036)
- IAE (Alta el inicio o modificación de actividades 840 y 848)
- Impuesto de Sociedades (Anual modelos 200 y 202)
- I.V.A (Trimestral modelos 300 y 303, modelo anual 390)
- Retenciones del IRPF (Modelo 111 trimestral y modelo 190 anual)
- Declaración de operaciones con terceros (Modelo 347)

- **Seguros, Licencias, contratos mercantiles**

- Contrato seguro multirriesgo
- Contrato seguro de responsabilidad civil: Es importante contar con un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier daño o accidente que pueda ocurrir durante la prestación de los servicios.

- Contrato seguro comercio
- Contrato seguro coche
- Licencia de apertura

- Registro sanitario
- Certificación de calidad: ISO 9001, esta norma nos permite demostrar el compromiso que tenemos con la calidad de los procesos y servicios de la lavandería.

10. Conclusiones

Lavar es considerado por la mayoría como una actividad primordial que debe ser realizada periódicamente, sin embargo, el estilo de vida ajetreado que es tendencia en las grandes ciudades hace que el “tiempo”, bien necesario para realizar esta actividad sea escaso. Esta necesidad ha hecho proliferar dentro del país los servicios de lavanderías, ya que les brinda a las personas una alternativa que les permite cubrir esta necesidad sin emplear el tiempo que esta conlleva.

A pesar de la comodidad que esto representa, se sigue requiriendo en cierta manera que los individuos participen de forma activa en el proceso cuando tienen que llevar y recoger su ropa cuando está lista.

“LikeNew S.L” propone simplificar aún más este proceso implementando la tecnología como fuente de innovación en el proceso, además, de implementar un novedoso sistema de suscripción que permite al usuario no solo prever su necesidad futura, sino que también le da la capacidad que clasificarlo como un gasto planificado al mes, tal y como queda en evidencia a lo largo de la propuesta se trata de una empresa rentable y con un amplio margen de crecimiento por delante.

El equipo ha diseñado una página web y una app móvil con una interfaz simple y amigable donde pueden ser contratados los servicios de lavandería mediante los 3 paquetes creados hasta el momento, destacando que dichos paquetes han sido diseñados y estructurados tomando en consideración únicamente las necesidades del público objetivo.

Para el análisis de mercado fueron implementadas variedad de metodologías como la matriz FODA, el análisis PESTEL entre otro que permitieron desarrollar la estrategia a seguir donde además de estipular la cantidad de recursos necesarios no solo para lograr un exitoso ingreso en el mercado sino también medidas a implementar en los primeros años de funcionamiento.

En lo que respecta a lo financiero la empresa está fondeada en un 77% por capital propio en forma de aportaciones de los socios y un 23% en forma de préstamo bancario, y como puede ser comprobado en el plan financiero la viabilidad del proyecto está rectificadas por los parámetros de VAN y TIR. En términos Jurídico-fiscales para la denominación de “LikeNew S.L” se optó por

una Sociedad Limitada, principalmente porque conlleva menor complejidad a la hora de la constitución y protege la responsabilidad de los socios a los bienes aportados sin comprometer sus bienes personales.

Tomando todo lo anterior en consideración, es evidente que “LikeNew S.L” supone una innovación dentro del mercado español demostrando que inclusive en los servicios de menor complejidad haciendo uso de la tecnología es posible revolucionar y realizar un cambio de perspectiva en lo que a estos servicios respecta rompiendo paradigmas. Como empresa buscamos eliminar esa percepción de servicio “premium” y ponerlo a disposición de todos a un precio asequible. Dicho esto, puntualizamos que “LikeNew S.L” Tiene todo lo necesario para ser una empresa rentable y que los socios poseen un fuerte compromiso con los clientes y con la marca en sí misma mediante planes de reinversión de las ganancias.

11. Bibliografía

Peiró, P., & Peiró, P. (2022, 3 enero). Las lavanderías autoservicio ya no están solo en las películas americanas. El País. Obtenido de: <https://elpais.com/espana/madrid/2022-01-03/las-lavanderias-autoservicio-ya-no-estan-solo-en-las-peliculas-americanas.html>
Consultado el 4-5-23

González, A., & González, A. (2021, 26 abril). Crece un 12% el número de franquicias de lavandería y se posicionan como una oportunidad para los autónomos. Autónomos y Emprendedores. Obtenido de: <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/tu-negocio/crece-12-numero-franquicias-lavanderia-posiciona-como-oportunidad-autonomos/20210422141253024306.html>
Consultado el 6-2-23

Lavanderías Industriales | Nota de prensa 2020 | DBK Observatorio Sectorial. (s. f.). Obtenido de: <https://www.dbk.es/es/detalle-nota/lavanderias-industriales-2020#:~:text=La%20facturaci%C3%B3n%20del%20sector%20de,que%20en%20el%20a%C3%B1o%20anterior.>
Consultado el 4-5-23

Noticias, A. 3. (2019, 7 junio). Crece el número de lavanderías en España: hay más de 1.600. Antena 3 Noticias. Obtenido de: https://www.antena3.com/noticias/economia/crece-numero-lavanderias-espana-hay-mas-1600_201906065cfabc8d0cf2414740a52f13.html
Consultado el 20-2-23

De Hoy, E. (2018, 7 agosto). Más de 14 millones de hogares en España no tienen lavadora y secadora juntas. Economía de Hoy. Obtenido de:
<https://www.economiadehoy.es/noticia/34624/lifestyle/mas-de-14-millones-de-hogares-en-espana-no-tienen-lavadora-y-secadora-juntas.html#:~:text=Esto%20implica%20que%20el%2079,siquiera%20tienen%20lavadora%20en%20casa.>

Consultado el 4-3-23

Ledo, S. (2019, 27 julio). España se apunta al «boom» de hacer la colada fuera de casa. elperiodico. Obtenido de:
<https://www.elperiodico.com/es/economia/20190727/espana-se-apunta-al-boom-de-hacer-la-colada-fuera-de-casa-7571271>

Consultado el 4-5-23

González, A., & González, A. (2021b, abril 26). Crece un 12% el número de franquicias de lavandería y se posicionan como una oportunidad para los autónomos. Autónomos y Emprendedores. <https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/tu-negocio/crece-12-numero-franquicias-lavanderia-posiciona-como-oportunidad-autonomos/20210422141253024306.html>

Detergente extra para lavado de ropa 20kg. (s. f.).

https://www.ventadeproductosdelimpieza.es/detergente-extra-para-lavado-de-ropa-20kg?gclid=CjwKCAjwuqiiBhBtEiwATgvixKQKHBFUuWAMLf7T7N83ok4qxvjAKe0RWjuEBovf7njKFi1D9wNAGBoCTRcQAvD_BwE

Consultado el 14-3-23

Pep. (2016, September 29). *Control de Calidad en el lavado y tratamiento de ropa hospitalaria.*

Tintorería y Lavandería. Obtenido de:

<https://www.tintoreriaylavanderia.com/lavanderia/procesos-y-programas/694-control-de-calidad-en-el-lavado-y-tratamiento-de-ropa-hospitalaria.html> Consultado el 4-2-23

Aptt. (2017, August 15). *Control de Calidad en Lavandería.* APTT. Obtenido de:

[https://apttperu.com/control-calidad-](https://apttperu.com/control-calidad-lavanderia/#:~:text=Es%20necesario%20se%20realicen%20antes,la%20adecuada%20s)

[lavanderia/#:~:text=Es%20necesario%20se%20realicen%20antes,la%20adecuada%20s](https://apttperu.com/control-calidad-lavanderia/#:~:text=Es%20necesario%20se%20realicen%20antes,la%20adecuada%20s)
[elecci%C3%B3n%20de%20colorantes.](https://apttperu.com/control-calidad-lavanderia/#:~:text=Es%20necesario%20se%20realicen%20antes,la%20adecuada%20s) Consultado el 12-4-23

Libros de consulta:

Castro-Abancéns, I., & Rufino Rus, J. I. (2015). *Creación de empresas para emprendedores* (2nd ed.). Madrid, Pirámide.

Kotler, P. (2015). *Fundamentos del marketing.* Addison-Wesley, Madrid.

Durban Oliva, S. (2008). *Dirección Financiera.* McGraw-Hill, México.

Junquera Cimadevilla, B., Fernandez Sánchez, E., & Del Brio González, J. A. (2008). *Iniciación a los negocios. Aspectos directivos.* Paraninfo, Madrid.

12. Índice de figuras

Imagen 1: Foto del socio fundador Maurizio Mantovani	4
Imagen 2: Foto del socio fundador Vicente González	5
Imagen 3: Logo de Washrocks	12
Imagen 4: Logo de Mr Jeff	13
Imagen 5: Logo de Wosh	13
Imagen 6: Logo de TeleLavo	13
Imagen 7: Lavanapp	14
Imagen 8: Logo de UrbanClean	14
Imagen 9: Logo Goldrys	14
Imagen 10: Lavadora HS6017	29
Imagen 11: Secadora ED340	31
Imagen 12: Lavadora Miele PW5065	32
Imagen 13: Planchas SILC S/ARR	33
Imagen 14: Bicicleta Riese & Muller	35
Imagen 15: Furgoneta Nissan e-NV200	36
Imagen 16: Logo de Proquimia	39
Imagen 17: Logo Hipertintorero	40
Imagen 18: Ubicación del local	46
Imagen 19: Ficha catastral del local	46
Imagen 20: Sitio web de la empresa	72
Imagen 21: App de la empresa	79
Imagen 22: Perfil de Instagram de la empresa	82
Imagen 23: Perfil de TikTok de la empresa	82
Imagen 24: Logo de la empresa	83
Imagen 25: Colores de la marca corporativa	84
Imagen 26: Análisis de nombres en Oficina Española de Patentes y Marcas	88
Ilustración 1: Idea de modelo de negocio	8
Figura 1: Análisis PESTEL	16
Figura 2: Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	17
Figura 3: Análisis DAFO	18
Figura 4: Modelo Canvas	19
	96

Figura 5: Matriz de Ansoff	20
Figura 6: Análisis PERT	44
Figura 7: Análisis GANTT	45