

PERFIL DEL TRABAJO

INTRODUCCIÓN

Actualmente en la ciudad de Tarija el negocio de servicios de refacción, reparación y mantenimiento a domicilio como ser: albañilería, plomería, electricidad y carpintería, lo realizan personas que trabajan de manera independiente sin identificarse como una empresa o una organización legalmente establecida, los cuales ofrecen sus servicios a través de publicaciones en periódicos, Facebook, grupos de WhatsApp y emisoras de radio.

Debido a esta situación las personas que realizan estos tipos de servicios, en su mayoría no ofrecen la seguridad, la confianza y la calidad de la mano de obra que los consumidores requieren o necesitan al adquirirlo, ya que los mismos se sienten amenazados de sufrir algún tipo de hurto, trabajos de mala calidad no garantizados y precios elevados poco honestos, de modo que cuando ocurre alguno de estos problemas el consumidor no tiene donde realizar sus respectivos reclamos.

De esta manera surge la idea de negocio de implementar una empresa que ofrezca múltiples servicios como ser: albañilería, plomería, electricidad y carpintería que satisfaga esa necesidad de confianza, seguridad y calidad de trabajo a través de la intermediación entre el cliente y los obreros.

Por otro lado, la economía por la que atraviesa nuestro departamento es preocupante siendo el más afectado por la crisis económica a nivel nacional que dio como consecuencia un alto índice de desempleo. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) muestran que la tasa de desempleo en Tarija es del 7,2% casi 3 puntos porcentuales más que el nacional (4.7%).¹

Es así que con esta idea de negocio podríamos generar empleo a muchas personas que se dedican a este tipo de rubro y que actualmente están en busca de una fuente laboral.

¹Instituto Nacional de Estadísticas INE, proyecciones según datos del censo 2012.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En base a lo mencionado anteriormente el mercado de multiservicios a domicilio no está siendo aprovechado en comparación a otros países, dado que los consumidores que requieren de estos servicios no confían en el trabajo que los operarios realizan tanto en la mano de obra, como en la posibilidad de que podría pasar algún tipo de hurto o que se le cobre deshonestamente precios que exceden el trabajo que se realizó en el domicilio.

Según consulta al administrador de Radio FIDES el Lic. Juan Víctor Sosa estima que aproximadamente 25 personas ofrecen sus servicios de mano de obra al día, en el programa de la bolsita del trabajo.² Los mismos que también ofrecen sus servicios a domicilio por publicaciones en las redes sociales y se encuentran por diferentes lugares trabajando de manera independiente, situación que hace difícil realizar reclamos Post – servicio por parte de los clientes en caso de que los trabajos de mano de obra hayan sido mal realizados.

Actualmente en la ciudad de Tarija los trabajadores independientes no pertenecen a ninguna organización o sindicatos que los respalde legalmente o que les proporcione seguridad al brindar los servicios a domicilio

Los consumidores muchas veces se ven obligados a optar por este tipo de servicio porque en muchos casos son los que en su mayoría están disponibles, estos trabajadores son los que más son encontrados por medio de publicaciones en Facebook y emisoras de radio.

² Emisora de radio local FIDES Tarija; programa de servicio público **La Bolsita del Trabajo**; administrado por el Lic. Juan Víctor Sosa

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

“¿Qué oportunidades de negocio existe en la ciudad de Tarija para la creación de una empresa de multiservicios para los hogares?”

2.1. Identificación de las Necesidades insatisfechas

De acuerdo a lo ya mencionado y abordado hasta esta parte del proyecto se debe identificar las necesidades que se pretende satisfacer con este emprendimiento, necesidades que actualmente se encuentran insatisfechas en el mercado, como ser:

- **Seguridad y garantía del trabajo:** actualmente adquirir un servicio de reparación y mantenimiento se ve limitada por la capacidad del trabajador que brinda el servicio, aunque este no cumpla las exigencias del usuario, por ello ofrecer un servicio de reparación con personal capacitado y confiable aseguraría un servicio garantizado.
- **Confianza y credibilidad en el operario que realiza el trabajo:** por las razones que se planteó en párrafos anteriores se identificó que la confianza y la credibilidad del trabajador al momento de brindar el servicio de reparación o refacción en la vivienda, es una necesidad que ningún obrero que actualmente se encuentra desarrollándose en este rubro de manera independiente puede satisfacer.
- **Disponibilidad del trabajador:** de la misma forma también se mencionó anteriormente que el consumidor se ve obligado en muchas ocasiones a optar por un servicio de trabajadores independientes, puesto que generalmente los que trabajan en talleres y que también brindan este tipo de servicios, se encuentra ocupados con otro tipo de trabajos que requiere mayor cantidad de tiempo y recursos y por el cual perciben un mayor ingreso en comparación a un servicio de reparación.

3. OBJETIVOS

Para el desarrollo de esta idea de negocio se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

Determinar la viabilidad, financiera y económica de este plan de negocio, sustentado en el adecuado desarrollo de un emprendimiento empresarial, que permita establecer las bases esenciales para la implementación de una Empresa de multiservicios de reparación y mantenimiento del hogar en la ciudad de Tarija.

Objetivo específicos

- Desarrollar una investigación de mercado en la que, se determine las preferencias e intenciones al solicitar un servicio de reparación y mantenimiento, con la finalidad de sentar las bases para la elaboración de un plan de marketing que impulsará la demanda del servicio.
- Determinar el plan de operaciones más adecuado que facilite el desarrollo de las actividades del negocio y su posterior implementación.
- Analizar y definir los recursos necesarios (maquinaria, materiales que sean los más adecuados para optimizar el servicio) para la adecuada distribución en todas las actividades necesarias para el desarrollo del negocio.
- Realizar un diseño organizacional y de recursos humanos con el objetivo de definir la estructura orgánica y administrativa más adecuada para la empresa.
- Definir y desarrollar un estudio económico y financiero para determinar la viabilidad y rentabilidad del emprendimiento, mediante la aplicación de indicadores financieros como ser: VAN, TIR y PRI.

4. MARCO METODOLÓGICO

Para realizar el presente trabajo de investigación, los métodos a emplearse **de acuerdo al nivel de profundidad** que implica el análisis y planteamiento de un plan de negocios son:

4.1. Investigación exploratoria

Para esta parte de investigación se recurrió a la consulta de varias páginas nacionales de estadística para conocer la cantidad de empresas, de propietarios de viviendas propias o convalidadas por parentesco, así como los que viven en alquiler.

Las fuentes de nuestra información son páginas estatales como el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Instituto estadístico del registro de comercio de Fundempresa.

4.2. Investigación descriptiva

En el diseño de investigación concluyente se aplicó el método descriptivo cualitativo y cuantitativo, puesto que, se requiere conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, la meta de este diseño de investigación no se limita a la recolección de datos, sino que predice e identifica la relación causal de dos o más variables de estudio:

- En el cualitativo se aplicó entrevistas a un ingeniero de construcción y a los obreros independientes que actualmente se encuentran ofertando servicios de reparación. Con el fin de obtener información directa y fidedigna de la situación actual del mercado de reparación y mantenimiento en la ciudad de Tarija.
- En el método cuantitativo se realizó un cuestionario a una muestra representativa de nuestro mercado meta. También comprende la recolección de datos, utilizando como instrumento la encuesta y la observación teniendo como propósito dar una visión del mercado evaluando a la demanda con respecto al servicio que se ofrecerá. Para el análisis de los datos se aplicó técnicas estadísticas probabilísticas que ayudan a llegar a conclusiones que serán la base para tomar decisiones futuras para la estructuración del plan de negocio.

Del mismo modo, según el diseño del presente trabajo, se considera la aplicación del siguiente tipo de investigación:

La investigación de campo: debido a que se pretende conocer factores que influyen en comportamiento de nuestro mercado se ve la necesidad de aplicar una encuesta, esta técnica permitió recolectar toda la información pertinente al comportamiento y desenvolvimiento del consumidor.

5. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

De acuerdo a un sondeo realizado a 10 personas de sexo masculino y femenino de un rango de edad de entre 30 a 59 años y que cuentan con una vivienda propia, pudimos concluir que en su mayoría no confían en este tipo de servicio, dado que las personas que realizan estos trabajos no están respaldadas legalmente por una organización o una empresa, puesto que trabajan de manera independiente. (*Revisar anexo N.1*)

También se pudo observar que la razón por la que los consumidores acuden a este tipo de servicio, optan por él casi de manera obligada, debido a que actualmente no existe una alternativa mejor que satisfaga sus necesidades en el mercado.

Por consiguiente, es posible considerar oportuna la creación de una empresa que brinde multiservicios de reparación a domicilio para satisfacer este tipo de necesidades y problemas por los que atraviesan los consumidores en sus viviendas como ser: averías en las paredes, los techos, el piso, los estancamientos, el mal estado de puertas, ventanas, corregir las malas instalaciones de energía eléctrica y electrodomésticos, entre otros inconvenientes que podrían surgir en las viviendas de los consumidores de este servicio.

6. ALCANCE DEL PROYECTO

En las delimitaciones de este trabajo se consideró los siguientes aspectos que se describen a continuación:

6.1. Temporal

La información que se utilizó en el presente trabajo es pertinente a gestiones que se mencionan desde el 2012, 2016 al 2018. Esto con la finalidad de estructurar un proyecto basado en datos actuales o en su defecto se permita información de carácter anacrónico.

El presente proyecto abarca un periodo de 4 meses cumpliendo el periodo semestral del calendario académico de la universidad.

6.2. Espacial

El trabajo se desarrolló en la ciudad de Tarija específicamente en la provincia Cercado, puesto que es donde se establecerá las instalaciones del negocio.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Con la finalidad de establecer el escenario de oportunidades y riesgos para la idea del negocio que consiste en la creación de una empresa de multiservicios para el hogar, en este capítulo se efectuará el análisis de ciertas variables que corresponden al entorno externo e interno:

1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO EXTERNO. –

Con el propósito de identificar con mayor nivel de precisión las oportunidades y amenazas en el contexto externo se procede a desarrollar a través del enfoque PEST, la misma que como acróstico comprende el análisis de los siguientes factores: políticos legales, económico, socio-culturales, tecnológico y los mismo que influyen directa o indirectamente en la viabilidad de la empresa.

1.1.Factor político legal. –

En este aspecto, las regulaciones político-legales juegan un papel muy importante en el desarrollo del negocio.

En la actualidad en el departamento, existe demasiada burocracia al momento de realizar diversos trámites ya sea de licencia de funcionamiento, registro de comercio etc. en este sentido la empresa de multiservicios a domicilio REPAIRMAN procederá a realizar su apertura y constitución legal cumpliendo con los requisitos que indica la ley en Bolivia como ser:

- FUNDEMPRESA; Registro de Comercio
- Impuestos nacionales: pago de obligaciones impositivas IVA, IUE, IT
- Alcaldía: Licencia de Funcionamiento
- Ministerio de trabajo: Registro obligatorio de empleadores (ROE)

Actualmente en Bolivia existen aspectos que desequilibran la permanencia y crecimiento de los emprendimientos, esto debido a que hay leyes y decretos que desfavorecen a las mismas como ser la ley N° 3888 del 1ro de mayo del 2019, que decreta el incremento salarial del 4% del haber básico y 3% al mínimo nacional.³

Como empresa de multiservicios a domicilio REPAIRMAN, se ve afectada por los nuevos decretos y leyes como ser: beneficios sociales y el incremento salarial anual, el cual está por encima del crecimiento económico de la empresa de manera directa, ya que se cuenta con personal altamente capacitado a los cuales se les brindará todos los beneficios sociales según rige la ley general del trabajo.

Por otro lado, la transición de un nuevo sistema de gobierno en el que actualmente se encuentra Bolivia podría significar el surgimiento de un entorno incierto, debido a que cada modelo político propone nuevas políticas legales económicas y administrativas. Los hechos suscitados en el pasado 20 de octubre del 2019 derivaron en la estabilización del entorno político del país por ello considerar los efectos favorables o desfavorables en este proyecto es esencial.

1.2. Factor económico. –

El ambiente económico, es el factor que incide en el comportamiento de las empresas afectando positivamente o negativamente según determinado comportamiento de algunas variables, por lo tanto, es de gran importancia el analizar algunos indicadores que podrían afectar a la empresa "REPAIRMAN".

1.2.1. Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos en el interior de una economía de un país o región durante un periodo determinado, normalmente de un año o trimestral.

³ Ministerio de Economía página principal
[Hpptt://ministeriodeeconomia.com.bom//](http://ministeriodeeconomia.com.bom/)

La Paz, 30.10.2019 (INE).- El Director General Ejecutivo del Instituto Nacional de Estadística (INE), Santiago Farjat Bascón, informó en conferencia de prensa que el Producto Interno Bruto (PIB) de Bolivia creció en 3,13% entre enero y junio de 2019, comparado a similar período de 2018⁴

A continuación, se muestra en el siguiente cuadro la variación que tuvo el PIB según los diferentes periodos trimestrales de las gestiones 2017 al 2019. (*Verificar anexo n.1*).

Cuadro N. 1.1
VARIACIÓN ACUMULADA DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO
(En porcentaje)

AÑO	TRIMESTRE	PORCENTAJE
2017	I	3,34
	II	3,58
	III	3,82
	IV	4,20
2018	I	4,93
	II	4,89
	III	4,57
	IV	4,22
2019	I	3,44
	II	3,12

FUENTE: Elaboración propia en base a datos del INE censo 2019

⁴ La Paz, 30.10.2019 (INE).- El Director General Ejecutivo del Instituto Nacional de Estadística (INE)

Análisis de las actividades con mayor crecimiento e incidencia en el PIB de Bolivia 2019:

Las actividades con mayor incidencia en el PIB, es decir aquellas que aportan más a su crecimiento al segundo trimestre de 2019 fueron: Agropecuaria con 1,01 p.p., Servicios Financieros con 0,71 p.p. e Industria Manufacturera con 0,66 p.p.

La actividad Agropecuaria es la de mayor crecimiento con 7,12% y una incidencia de 1,01p.p.; debido al importante desempeño de los productos agrícolas industriales que llegó a 10,08%, donde resalta la producción de caña de azúcar (9,88%) y la soya en grano (6,08%). Por otra parte, los productos no industriales crecieron a 7,69%, principalmente por la producción de arroz (31,31%).

Asimismo, el sector pecuario alcanzó un crecimiento de 5,58% explicado ante todo por la producción avícola (pollo), seguida del ganado bovino con miras a la exportación. El destino del ganado y aves, generalmente, es el faenado en los mataderos y empresas avícolas para la producción de carnes frescas y elaboradas en la industria manufacturera

La actividad de Servicios Financieros creció en 5,19% con una incidencia de 0,71p.p.; destacando sobre todo las Instituciones Financieras con un crecimiento de 5,92% gracias al estímulo generado por la aplicación de la Ley N°393 de Servicios Financieros, que permitió un mayor acceso a créditos productivos y de vivienda de interés social.

Similar comportamiento se observó en la Industria Manufacturera con un crecimiento de 4,15% y una incidencia de 0,66p.p.; donde la industria de alimentos logró óptimos resultados por la buena producción agropecuaria y el impulso de la demanda interna. Sobresale la elaboración de aceite y torta de soya, además de la producción de carnes frescas y elaboradas. De igual manera, en las otras industrias, se evidencia un buen desempeño de la industria química, en la que se encuentra la producción de urea, alcohol anhidro y sales evaporíticas (Complejo del Litio).

La actividad de Comercio presentó un crecimiento de 5,21% y una incidencia de 0,42 p.p.; relacionada con la dinámica de la demanda interna que benefició a los sectores de la industria manufacturera, agropecuaria y a la exportación de bienes destinados al consumo.

En cuanto a la Construcción se evidenció un crecimiento de 3,53% con una incidencia de 0,10p.p.; donde la construcción privada creció en 3,41% y la construcción pública en 3,44%.⁵

Dentro de Otros Servicios, los Servicios de Restaurantes y Hoteles, Servicios Comunes, Sociales, Personales y Domésticos, mostraron una buena tendencia con un crecimiento de 4,90%; por la mayor disponibilidad de recursos para gasto de los hogares, exponiendo el dinamismo del consumo interno.⁶

Por su parte, la actividad de Minerales Metálicos y No Metálicos registró un crecimiento de 3,14% gracias a una importante producción de zinc y oro, sobre todo en la minería pequeña y cooperativista; a pesar de problemas productivos y operativos en la minería privada de mediana escala.

Finalmente, la actividad de Petróleo Crudo y Gas Natural tuvo un decrecimiento de 20,11% al segundo trimestre de 2019 incidiendo negativamente en el crecimiento del PIB en 1,07p.p. Esto se debe, principalmente, a la disminución de la demanda de gas natural por parte de Brasil (-31%) y Argentina (-28%) que afectó la producción de hidrocarburos.

Como se observa en el siguiente cuadro: (*Verificar anexo N.2*)

⁵ Proyección del crecimiento del PIB; INE 2019.

⁶ IDEM

CUADRO N° 1.2

CRECIMIENTO ACUMULADO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO AL 2do TRIMESTRE, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2019.

(En porcentaje, puntos porcentuales)

ACTIVIDAD ECONÓMICA	VARIACIÓN PORCENTUAL	INCIDENCIA EN PUNTOS PORCENTUALES
Agropecuaria	7,12	1,01
Comercio	5,21	0,42
Servicios financieros	5,19	0,71
Otros servicios	4,90	0,31
Servicios de la administración pública	4,68	0,47
Comunicaciones	4,48	0,09
Industria manufacturera	4,15	0,66
Electricidad, Gas y Agua	3,93	0,08
Almacenamiento y transporte	3,58	0,31
Construcciones	3,53	0,10
Minerales metálicos y no metálicos	3,14	0,15
Petróleo crudo y gas natural	-20,11	-1,07

FUENTE: Instituto nacional de estadística

La empresa REPAIRMAN se encuentra como un complemento a la actividad económica de la CONSTRUCCION, en dicha actividad hubo un incremento del 3,53 y su incidencia es de 0,10 p.p. Como se puede observar en el cuadro anterior, Debido a ese incremento se podría decir que existe una estabilidad en el rubro, y esto Favorece a nuestra empresa REPAIRMAN, ya que este dato refleja el incremento que

existe en el consumo de las personas y/o empresas en la construcción a nivel nacional.

Por otro lado, los hechos ocurridos el 20 de octubre del 2019 sobre las elecciones generales trajo consigo un panorama desestabilizado de la economía puesto que derivó en cese de obras públicas el estancamiento productivo de cada departamento y por último la variación en la productividad de las empresas privadas. De manera que, considerar un posible receso del siglo económico para cualquier proyecto de emprendimiento debe ser imprescindible a la hora de estructurar el plan financiero y estratégico de la empresa.⁷

1.1.5. FACTOR DEL AMBIENTE SOCIO –CULTURAL. -

En este factor se considera las costumbres, tradiciones que la población tarijeña tiene, una de esas costumbres es el Carnaval Chapaco, donde la mayoría de los tarijeños festeja junto a los amigos o a la familia, muchas veces la población tiende a consumir bebidas alcohólicas de manera excesiva en estas temporadas, lo que en algunas circunstancias conlleva a incidentes dentro del hogar, como; rompimiento de mesas, sillas, tapaduras en los baños, entre otros que luego evidentemente necesitan ser reparados.

Por otra parte, en Tarija la población tiende a dejarse influenciar por otras personas al momento de adquirir un producto o servicio, ya que existe cierta desconfianza a algo nuevo. Muchas veces esto se debe a alguna mala experiencia que se tuvo anteriormente.

Por ello al adquirir un servicio a domicilio de reparación, los consumidores tienden a tener desconfianza debido al incremento de la delincuencia e inseguridad en la ciudad de Tarija dado a este factor podemos indicar que es una oportunidad de negocio para nuestra empresa “REPAIRMAN” ya que contará con personal altamente calificado

⁷ Periódico el DEBER portal web
Hptt://paginapricipal//eldeber.com.bo//notaverde

con todos los requisitos necesarios para que nuestros consumidores tengan confianza al momento de adquirir el servicio de mantenimiento y reparación de su hogar.

1.1.6. AMBIENTE TECNOLÓGICO. –

Debido al incremento de la tecnología que existe actualmente, varias tareas de las empresas se las puede simplificar, con la ayuda de dicha tecnología, como el control de la asistencia de los trabajadores, comunicación directa entre los clientes y los encargados de la empresa, entre otros. Esto favorecerá de gran manera a la empresa REPAIRMAN, porque representa una oportunidad para que la empresa pueda realizar sus tareas de mejor manera.

Por otro lado, la tecnología ha rediseñado las técnicas de trabajo y los instrumentos necesarios para realizarlos. Por ello las herramientas tradicionales que una empresa de Reparaciones emplearía, desde martillos, desarmadores y tenazas en los servicios ofertados, están siendo mejorados y en algunos casos sustituidos por herramientas eléctricas.

Evidentemente para REPAIRMAN esto representa una oportunidad y una ventaja competitiva, la empresa al contar con herramientas tecnológicamente más avanzadas, no solo ayudaría a mejorar la calidad del trabajo, sino que también reducirán el tiempo que implica realizarlo.

1.1.7. FACTOR AMBIENTAL. –

Tomando en cuenta el factor ambiental en la estación del año como la época de verano, existen temporadas de lluvias e incluso varias veces granizos, donde esto provoca daños dentro del hogar como ser: estancamientos, averías en las paredes, cortes eléctricos, entre otros.

Dado a este factor es una oportunidad para la empresa REPAIRMAN ya que se dedica a la reparación y mantenimiento de los hogares de la ciudad de Tarija.

1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INTERNO

En esta parte de análisis se considerará la aplicación de las cuatro fuerzas competitivas que propone Porter, con la finalidad de determinar la rivalidad existente en el sector del mercado donde nuestra empresa se desarrollará, estos factores son los siguientes:

- Proveedores
- Clientes
- Competidores
- Productos sustitutos

1.2.1 PROVEEDORES

Con frecuencia los proveedores y los que adquieren la materia hacen bien en ayudarse mutuamente con precios razonables, mejor calidad, entregas justo a tiempo y costos bajos de inventario reforzando así la rentabilidad a largo plazo para todas las partes interesadas. Por tal razón se debe identificar y analizar a los actores principales que proveerán los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

1.2.1.1. Proveedores de herramientas virtuales:

Los cuales son necesarios para el diseño de los medios técnicos por el cual los clientes tendrán comunicación directa con la empresa y podrán realizar actividades desde el acceso a la información de la empresa, la solicitud del servicio que requieran hasta la interacción de tiempo real en red con la empresa.

- MOYORTEC S.r.l. es la empresa que diseñará la aplicación para dispositivos móviles que nuestro negocio requerirá con el cual los usuarios solicitarán los servicios de nuestra empresa.
- Además, nos proporcionará un programa de respaldo para la organización de los roles y rutas óptimas de nuestro personal operativo, llamado “RUTERmaps”.

1.2.1.2. Proveedores de herramientas de trabajo:

En este análisis se identificó como proveedores de **herramientas y maquinaria** a empresas importadoras y agencias de herramientas y maquinarias, de donde se adquirirán herramientas para la ejecución de los trabajos requeridos por el cliente, estas herramientas se encuentran completamente disponibles en el mercado puesto que, la tecnología se involucra de manera directa facilitando la forma de adquirirlos a través de sitios web, lo que indudablemente representa una oportunidad para el emprendimiento.

CUADRO N. 1.3.

PROVEEDORES DE HERRAMIENTAS Y MATERIALES PARA LA EMPRESA

SUMISTRO	PROVEEDOR
Herramientas para: Albañilería Plomería Electricidad Carpintería	Ferretería MEGACENTER S.R.L.

Fuente: elaboración propia

1.2.2. CLIENTES.

La empresa de multiservicio REPAIRMAN está dirigida a ofrecer un servicio de reparación a todas las personas que desean que su hogar o vivienda reúna las mejores condiciones de confortabilidad y comodidad, siendo necesario para ello que todo funcione perfectamente.

Según datos del INE censo 2012, la población total del departamento de Tarija proyectado para el 2018 es de 563.000 habitantes. La población del Municipio de Tarija (capital del departamento y de la provincia Cercado) llega alrededor de 247.000 habitantes proyectados para 2018, y para el 2020 habrá cerca de 268.000

personas en esta región, de los cuales 51,7 % tienen casa propia, 17,3 % alquilan, 1,3% en contrato de anticrético, 4,4% cedida por servicios, 17,5% cedida por parientes y un 1,5 tienen hogar por motivos particulares.⁸ Como se observa a continuación en el siguiente cuadro:

CUADRO N. 1.4
TENENCIA DE UN DOMICILIO EN LOS HOGARES TARIJEÑOS, ENERO
2018
(EN PORCENTAJES)

SITUACIÓN	CANTIDAD EN PORCENTAJE
Propia	57.1%
Alquilada	17,3%
En contrato anticrético	1,7%
Cedida por servicios	4,4%
Cedida por parentesco	17,5%
Otros	2,0%

Fuente: Instituto nacional de estadísticas INE

De los cuales según datos de la dirección de planeación del desarrollo urbano de la ciudad de Tarija el 61,024% pertenecen a la zona rural del municipio.

Por consecuente se identifica como potenciales clientes a: todos los domicilios que se encuentran en la zona urbana de ciudad de Tarija que suman un total de 112.444 domicilios.

El desafío de la empresa de multiservicios REPAIRMAN estará en observar la respuesta y la aceptación de los clientes hacia el servicio y la manera en que estos puedan afectar al proyecto.

⁸ Estudio demográfico según datos del INE (Instituto nacional de estadísticas)

1.2.3. COMPETIDORES

Los competidores potenciales son una amenaza constante y la empresa de multiservicio debe estar pendiente de ellos. Es indudable que las campañas publicitarias son una poderosa herramienta en estrategias de marketing para poder impactar al cliente con el fin de conseguir su atención.

El análisis de la competencia supone:

- La identificación de los competidores actuales y potenciales sus características, estructura y evolución.
- Estudiar los objetivos de los competidores.
- Identificar los puntos débiles y fuertes de los competidores.
- La amenaza de nuevos entrantes.

1.2.3.1 Competidores actuales o directos de la empresa

Para el análisis del entorno cercano de nuestra empresa no se identificó competidores directos o actuales que reúnan las mismas características y estructura que propone el plan de negocio. Según datos de FUNDEMPRESA para enero del 2018 respecto al registro comercial de empresas por actividad económica en el departamento de Tarija no existe ninguna empresa que reúna las mismas condiciones estructurales como la del presente, esto se puede observar a continuación en el siguiente cuadro⁹: (Revisar anexo N.4)

⁹ Oficina central FUNDEMPRESA.

Cuadro N. 1.5
Tarija base empresarial del registro comercial de empresas según actividad económica, enero del 2018
(En cantidad de empresas)

SECCIÓN	ACTIVIDAD	EMPRESAS
M	Servicios profesionales y técnicos	1.422
	Que constituyen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Empresas de servicios técnicos. ▪ Empresas de servicios de asesoramiento técnico. ▪ Empresas de servicio de limpieza y mantenimiento. 	

Fuente: elaboración propia a partir de datos de FUNDEMPRESA

1.2.3.2. Competidores indirectos

Se cuenta con la información de la existencia de un segmento de trabajadores independientes los cuales constituyen competencia indirecta, según datos proporcionados por el gerente administrador de RADIO FIDES el Lic. Juan Víctor Sossa estima que 25 personas por día acuden a publicar sus servicios de trabajo al programa la bolsita del trabajo, de los cuales el 80% se queda en afueras de las oficinas de la radio pendientes de posibles ofertas de trabajo, el restante 20% acuden a otros medios como por ejemplo páginas de Facebook y grupos de WhatsApp para publicar sus servicios.¹⁰

Todos los obreros que actualmente se encuentran trabajando de manera independiente que no pertenecen a ninguna empresa formalmente establecida, que brindan servicios relativamente similares a los que nuestra empresa pretende ofrecer. Según datos recolectados de periódicos locales, emisoras de radios, búsqueda en anuncios en grupos de Facebook (*ver anexo N.4*) y los registros del Ministerios de Trabajo a

¹⁰ Administración gerencial RADIO FIDES Tarija

través de su programa de apoyo al empleo P.A.E. la cantidad de estos obreros independientes ascienden a un total de 618 trabajadores en la provincia cercado¹¹.

Identificación las debilidades y fortalezas de los competidores

- Una de las debilidades evidentes que presenta la competencia es la forma informal de ofertar sus servicios; actualmente todas las plataformas virtuales y medios de comunicación se encuentran saturados de anuncios, esto se debe a la facilidad del acceso a las redes sociales (Facebook), pero de una manera desordenada sin restricción alguna, esto se debe a la tendencia informal del comercio, que rige todas las actividades comerciales en la región.
- Por otro lado, la impresión de los clientes sobre nuestros competidores respecto a la calidad y seguridad de un buen trabajo dentro su hogar, los lleva a desconfiar tanto del obrero como del servicio que proporcionan. Puesto que adquirir un servicio de reparación generalmente implica dejar solo al obrero dentro del domicilio, exponiendo mucho bienes y pertenencias, por ello ofrecer confianza y credibilidad es un atributo que la competencia no puede ofrecer, convirtiéndose en una de sus desventajas.
- Respecto a la calidad del servicio de la competencia es dudosa; puesto que aún hacen uso de herramientas tradicionales y demasiado convencionales para el trabajo de reparación, utilizando además técnicas y métodos habituales y muy básicos.

1.2.3.3 Amenaza de nuevos competidores.

Los competidores potenciales están referidos a empresas que puedan convertirse en emuladores del presente negocio. Como muchos, evidentemente, al nacer como empresa se enfrentan a un entorno con riesgos y amenazas y una de las amenazas más comunes son las imitaciones, y lo más peligroso de ello es que la imitación logre

¹¹ Oficina Departamental del MINISTERIO DE TRABAJO; Dirección cercado

pugnar completamente las características del servicio original, para posteriormente ofrecer un mejor.

Por otro lado, también se consideró la posibilidad de que los obreros que actualmente se encuentran expectantes sobre el mercado de servicios podrían agruparse y aperturar un sindicato o una cooperativa que reúna las mismas características de la empresa e introducirse al mercado.

Como se ve, el entorno actual es más exigente, este servicio se debe adecuar a las exigencias del mismo.

1.2.4. PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS. –

En Tarija existe una oferta de servicios en: albañilería, plomería, electricidad y carpintería. Por este motivo es que se cataloga en primera instancia a los obreros independientes como sustitutos de nuestro servicio, puesto que su oferta de trabajo se asemeja a las características del servicio que se pretende brindar.

Por otra parte, existe una pequeña tendencia en la población a reparar una avería por mano propia, así también los propietarios del hogar, esto es muy inusual en la población, pero se consideró mencionarlo en el análisis como parte de las posibles amenazas a sustituir nuestro servicio.

1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO

En este análisis se tomará en cuenta las oportunidades, como los riesgos, fortalezas o ventajas y debilidades de este negocio.

1.3.1 OPORTUNIDADES:

- La primera oportunidad para nuestro negocio está a partir del conocimiento de que actualmente en la ciudad de Tarija no existe ninguna empresa que brinde

multiservicios de reparación, refacción y mantenimiento del hogar formalmente establecida.

- Otra oportunidad para la empresa está dada puesto que, los trabajadores actuales que ofrecen sus servicios de manera independiente no pueden brindar la confianza de un trabajo con calidad y tampoco pueden brindar la seguridad que el cliente necesita al adquirir un servicio dentro de su hogar dejando sus pertenencias expuestas.
- Es una oportunidad para este emprendimiento la novedosa y muy práctica manera de solicitar un servicio de reparación a través de la simplificación de procesos y accesibilidad a la tecnología que provee la digitalización de los aparatos móviles.
- Los competidores indirectos de REPAIRMAN, no reúnen las condiciones tecnológicas y técnicas en la mano de obra, que nuestra empresa pretende ofrecer al cliente. Por lo que es una oportunidad que debe ser desarrollada en este emprendimiento.
- Representa una oportunidad para la empresa el aprovechamiento de los avances tecnológicos, respecto al mejoramiento de la manipulación de herramientas y maquinaria como en la capacitación de la mano de obra sobre los procesos y métodos de reparación para el hogar.
- Otra oportunidad para el proyecto se determinó en función a la confiabilidad que percibirá el cliente cuando los obreros realicen el trabajo, el usuario tendrá la entera confianza para dejar su hogar con los empleados dentro.
- Es una oportunidad para la empresa las evidentes averías y problemas estructurales que se provocan en los hogares de las familias tarijeñas como consecuencia de las inclemencias climatológicas en las estaciones de verano y primavera y por las tradicionales fiestas carnavales de la ciudad donde el exceso de bebidas alcohólicas desenfrena varios incidentes dentro y fuera de los domicilios.

1.3.2. RIESGOS:

- Un riesgo a considerar está relacionado al incremento salarial, este factor debe ser abordado y analizado cuidadosamente en el desarrollo del proyecto puesto que, los salarios para el personal son un costo que influye de manera directa en el precio de nuestros servicios.
- Es un riesgo a considerar respecto a los aportes y seguros sociales que debe cumplir cuando se pretende contratar el personal necesario para el funcionamiento de la empresa.
- El riesgo del surgimiento de empresas emuladoras de nuestros servicios.
- Un último riesgo a considerar esta referido a que en un momento dado los clientes podrían requerir servicios que la empresa actualmente no tenga disponible en sus ofertas.

CAPÍTULO II

PLAN DE MARKETING

La empresa REPAIRMAN pretende posicionarse en la mente del consumidor, por ello se hace necesario obtener información que permita determinar los mejores cursos de acción respecto a las estrategias, los objetivos y los instrumentos teóricos que coadyuven a la perfecta ejecución de un plan de marketing. Esto se logrará a través de un estudio de mercado, el cual se desarrolla a continuación:

2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación está basada en los posibles clientes, dado que constituyen la principal fuente de información acerca de los factores que se deberán tener en cuenta a la hora de la iniciación de la empresa REPAIRMAN. El desarrollo de este estudio implica la identificación de la problemática de nuestro mercado y proponer una hipótesis, posteriormente se determinará objetivamente el tamaño muestral de individuos que serán sujetos a una encuesta, culminando en la tabulación e interpretación de la información obtenida.

2.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles serán los factores que influirán en la creación de este tipo de servicio, como lo es, la empresa de multiservicios de reparación para el hogar “REPAIRMAN”, en la ciudad de Tarija?

2.1.1. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

¿En la ciudad de Tarija, hace falta una empresa dedicada a brindar servicios de reparación para el hogar?

¿Qué toman en cuenta las personas de la ciudad de Tarija a la hora de precisar un servicio de reparación para su hogar?

¿Qué factores influyen para que el negocio y los clientes establezcan una relación a largo plazo inquebrantable, y que esta le permita mantenerse en el mercado por largo tiempo?

2.1.2. HIPÓTESIS

Los Factores como la calidad, el precio, la accesibilidad al servicio influyen en la creación de una empresa de multiservicios de reparación para el hogar, como lo es REPAIRMAN.

2.1.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Con la finalidad de direccionar el sentido metodológico que deberá optar este estudio de mercado y además medir los resultados que se pretende conseguir, se hace necesario fijar objetivos como se detallan a continuación:

2.1.3.1. Objetivo general

Determinar los factores que influirán en la creación de una empresa dedicada a brindar multiservicios de reparaciones para el hogar, como lo es REPAIRMAN.

2.1.3.2. Objetivos específicos

- ✚ Determinar si en la ciudad de Tarija es viable establecer una empresa que brinde servicios de reparaciones para el hogar.
- ✚ Identificar los factores que valora el cliente durante y después del desarrollo de un trabajo de reparación en el hogar.
- ✚ Identificar los factores que influyen a la hora de “solicitar” un servicio de reparación.
- ✚ Identificar los atributos que consideran los clientes al momento de elegir un trabajador o empresa que brinde servicios de reparación para su hogar.

- ✚ Analizar los medios por los cuales sería más adecuado difundir publicidad e información de la empresa.
- ✚ Desarrollar una base que permita la determinación del precio de los servicios de reparación que se pretende ofertar.

2.1.4. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Para la obtención de información requerida en el trabajo se utilizará la investigación descriptiva por la razón que expone:

2.1.4.1. Diseño de investigación descriptiva

Se optó por este modelo de investigación pues con él se pretende llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes en la cultura de la población, a través de la descripción de actividades, objetos, procesos y personas para llevar a cabo una predicción y una identificación de los posibles clientes de la empresa REPAIRMAN, cuya información se la pueda cuantificar.

2.1.4.2. Técnica a emplear para recolección de datos. -

La técnica que se utilizó en esta investigación, para la recolección de información primaria fue la entrevista, elaborando un cuestionario estructurado en el que se especifique todas aquellas preguntas de mayor importancia para la misma. (*Revisar anexo N.6*)

2.1.4.3. Técnica de muestreo a emplear. -

Para la investigación del presente trabajo se puso en práctica el muestreo probabilístico para el análisis de datos, puesto que cualquier persona perteneciente a la población tiene la misma probabilidad de formar parte de la muestra.

El muestreo, tiene varios métodos, de los cuales se tomó la decisión de aplicar el muestreo aleatorio simple no muy amplia, pero se desea que sea lo más representativa posible.

2.1.5. PROCESO DE LA DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Con la finalidad de identificar y seleccionar a los individuos que serán sometidos a un estudio necesario para obtención de datos, se determinará las características demográficas más adecuadas para esta investigación. Como procede a continuación:

2.1.5.1. Definición de la población

Para este capítulo la población que se seleccionó, está en función a una limitación regional, es decir, todos los individuos residentes en la provincia cercado del departamento de Tarija

Unidad de muestra	Extensión	Tiempo
Personas de Ciudad de Tarija	Ciudad de Tarija Provincia Cercado.	Segundo semestre del año 2019

2.1.5.2. Determinación de la muestra

Para la determinación de la muestra se tomó en cuenta la cantidad de domicilios de la zona urbana existentes en la provincia cercado de la ciudad de Tarija, debido a que es el principal mercado al que nos enfocaremos en alcanzar.

Según datos de la dirección de desarrollo urbano del municipio de cercado los 13 distritos de la zona urbana suman un total de 112.444 domicilios. Por consiguiente:

La muestra estará constituida por: Tomando en cuenta los datos expuestos anteriormente se determinó que el segmento muestral para la investigación estará constituido por todos los domicilios de la zona urbana que suman un total de 112.444 casas.

Total de domicilios seleccionados (2019)
112.444

Fuente: datos de la Alcaldía

2.1.5.3. Cálculo del tamaño de la muestra.

Referido al número de elementos que se incluirán en el estudio, para el cálculo se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

N: es el tamaño de la población.

E: es el error que se utilizara en este caso será el 5%

Z: el nivel de confianza será de 95%, esto da un valor de 1,96 para Z.

P: probabilidad de éxito.

Q: probabilidad de fracaso

N: tamaño de la muestra.

Tabulación de la encuesta piloto para la determinación de la probabilidad de éxito y fracaso del emprendimiento: (revisar anexo N.7)

¿Estaría usted de acuerdo con la inauguración o apertura de una empresa formal que brinde MULTIservicios de reparación para el hogar, en la ciudad de Tarija?

Probabilidad	Frecuencia	Porcentaje
Si probabilidad de éxito (P)	14	70%
No probabilidad de fracaso (Q)	6	30%
TOTAL	20	100%

P= un 90 % de las personas encuestadas estarían de acuerdo con apertura de una empresa de multiservicios de reparación para el hogar.

Q= el 10% de las personas encuestadas no estarían de acuerdo con la apertura de una empresa de multiservicios de reparación para el hogar.

Reemplazando datos:

$$P= 70\%$$

$$Q= 30\%$$

$$N= 112.444 \text{ domicilios}$$

$$(1-E)= 95\%$$

$$Z= 1.96$$

$$e= 5\%$$

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

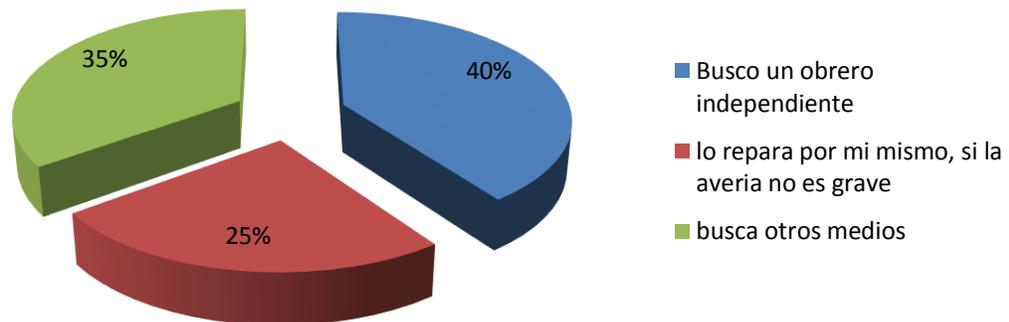
$$n = \frac{(1,96)^2 (0,70) (0,30) (112.444)}{(0,05)^2 (112.444 - 1) + (1,96)^2 (0,70) (0,30)}$$

$$n = \frac{90.712,622784}{281,1075 + 0,806736} = 321,7738 \approx 322$$

2.1.6. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

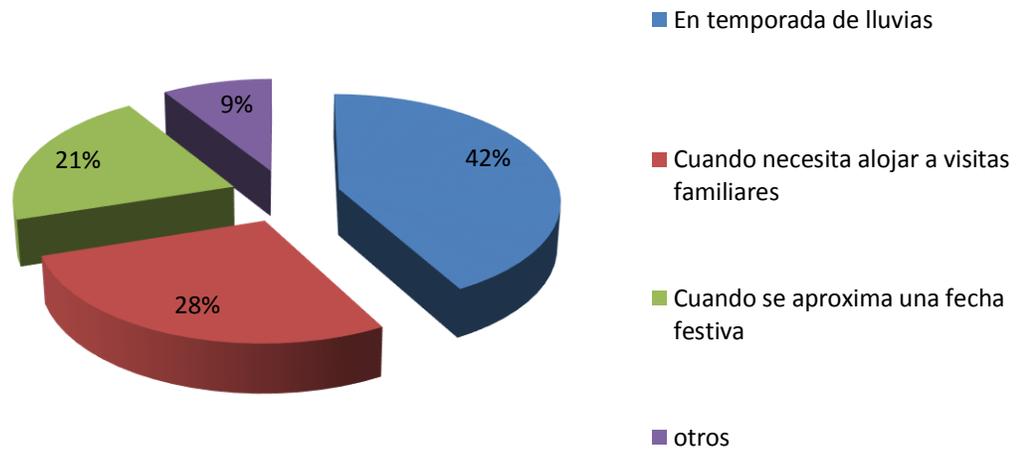
Una vez que se culminó con el trabajo de campo en el cual se logró recolectar información del mercado al cual se sometió una entrevista, dirigida a identificar aspectos relevantes de los clientes, en esta parte del trabajo de investigación se procederá al relevamiento de los datos obtenidos mediante la tabulación, presentación de gráficos e interpretación de los resultados que nos proporcionó la encuesta.

Gráfico N. 2.1
PREGUNTA N. 1.- ¿DÓNDE ACUDE USTED
CUANDO SE LE PRESENTA UNA AVERIA EN EL
HOGAR?



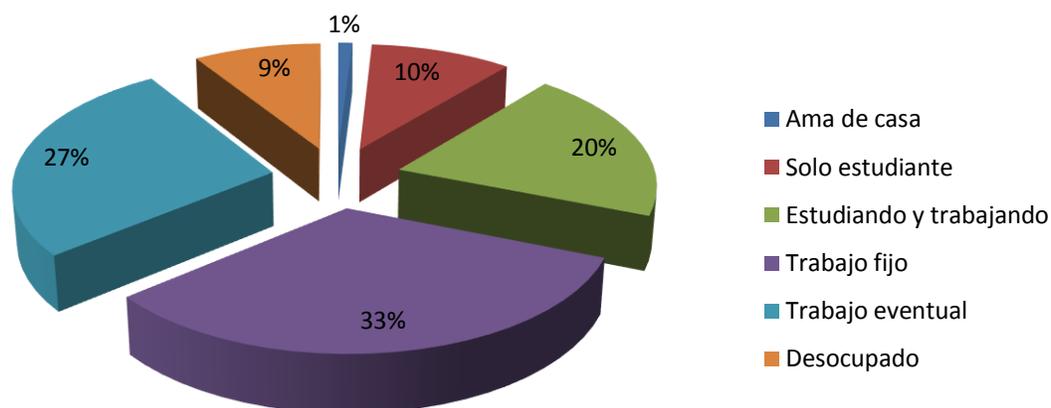
Se puede observar que un 40% de las personas entrevistadas acudiría a buscar el servicio de un obrero independiente los cuales se encuentran operando actualmente en la ciudad y un 25% procede a solucionar la avería por sí mismo si este no es grave o complejo de arreglar y el 35% buscaría otros medios considerando además la existencia de una empresa formal, que brinde servicios de reparación.

Gráfico N. 2.2
PREGUNTA N. 2.- ¿EN QUÉ TEMPORADAS DEL
AÑO SUELE USTED REALIZAR
MANTENIMIENTO E INSPECCIÓN A SU HOGAR?



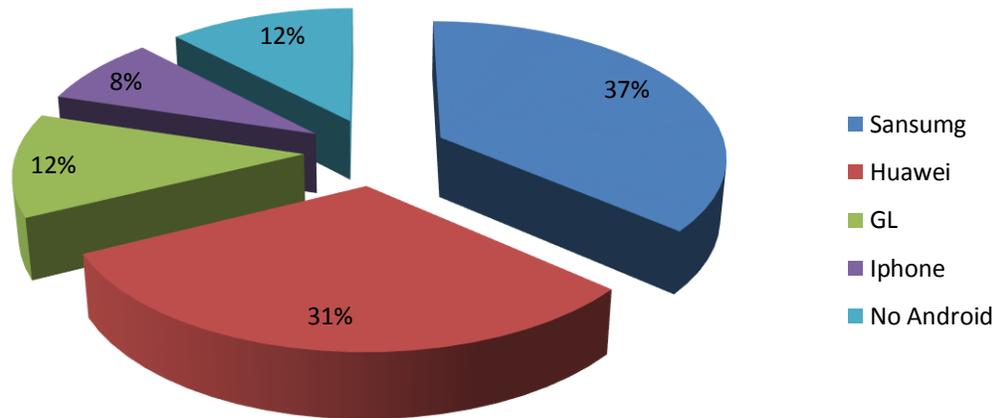
Se puede apreciar que existe un 42% de encuestados que indica que realiza mantenimiento e inspección a su hogar durante las temporadas de lluvias puesto que es cuando se presentan la mayor cantidad de averías en el hogar, un 28% realiza mantenimiento cuando necesita alojar a familiares que lo visitan, un 21% realiza inspecciones a su hogar cuando se aproximan fechas festivas como ser año nuevo navidad y otras.

Gráfico N. 2.3
PREGUNTA N. 3 INDIQUE SU OCUPACION



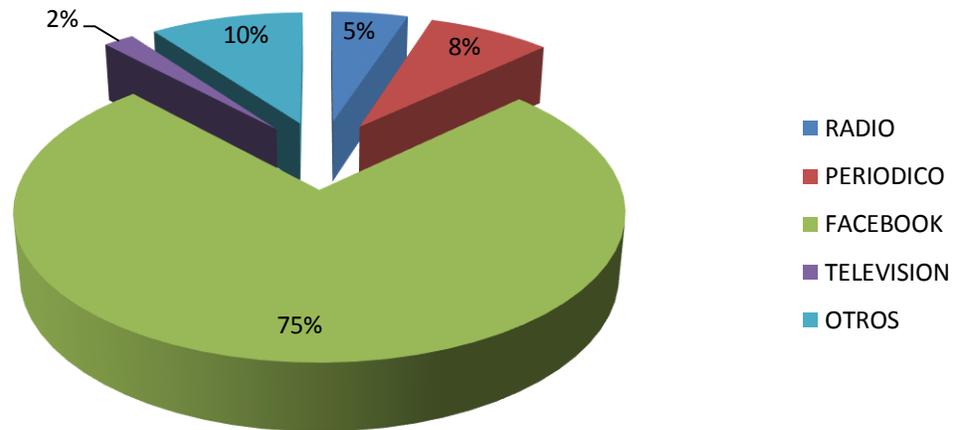
Un 33% se encuentra trabajando ejerciendo su profesión y en una fuente laboral fija y un 27% de manera eventual en algunos casos sin ejercer sus profesiones, otro 20% de la muestra se encuentra estudiando y trabajando para percibir algún tipo de ingreso, luego un 9% se encuentra desocupado actualmente dedicados al comercio informal o en busca de una fuente laboral y por último se observa un 2% de mujeres amas de casa, compuesto por personas jubiladas o desocupadas también. Estos resultados nos proporcionan información sobre la condición actual de los ingresos que perciben los clientes, de esta manera determinar su disponibilidad para pagar un servicio de reparación en su hogar.

Gráfico N. 2.4
PREGUNTA N. 4.- ¿QUÉ MARCA DE
DISPOSITIVO MOVIL POSEE USTED?



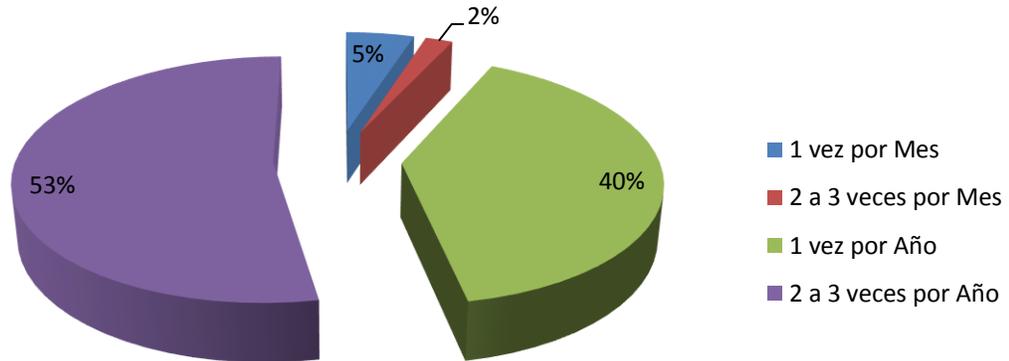
Se puede observar que un 37% de la población posee un dispositivo móvil de marca Samsung y un 31% de marca Huawei, esto nos ayudará a seleccionar el formato para el diseño de la aplicación que pretende la empresa y publicarlo en el mercado libre de aplicaciones Play Store, además se puede notar que no tendremos dificultades con los sistemas operativos de dichos dispositivos Smart puesto que tanto Samsung como Huawei no tienen restricciones al instalar aplicaciones.

Gráfico N. 2.5
PREGUNTA N. 5 CUANDO REQUIERE DE UN
SERVICIO DE REPARACION PARA SU HOGAR
¿EN QUE MEDIO LO BUSCA?



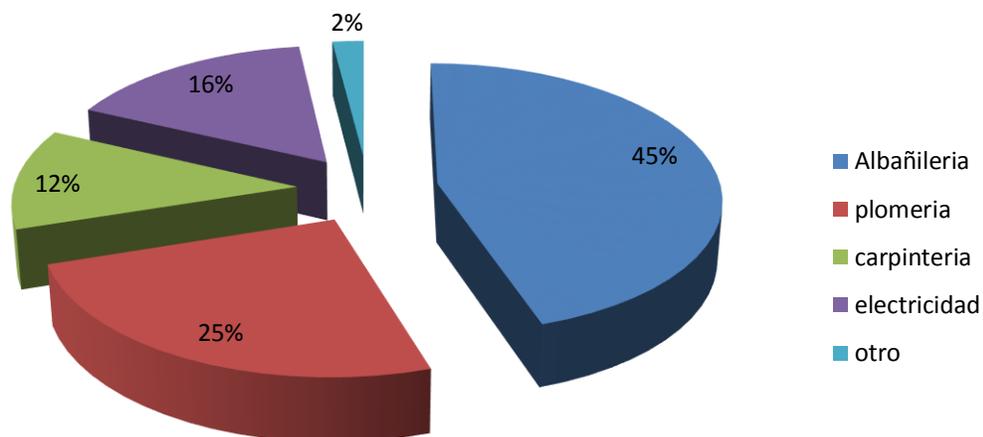
Evidentemente un 75% de los encuestados recurren a grupos páginas y referencias que se publican en Facebook, esto proporcionó la base para el diseño de medios publicitarios a utilizar para conocer la empresa. Por otro lado, hay una tendencia mínima pero relevante que tiene como hábito buscar por sus propios medios, es decir visitar los puntos donde se reúnen ciertos obreros que brindan servicios de reparación, eso es lo que en parte se manifiesta en la opción de “otros” que tiene un 10% del porcentaje total de entrevistados.

Gráfico N. 2.6
PREGUNTA N. 6 ¿CON QUE FRECUENCIA USTED
REQUIERE DE UN SERVICIO DE REPARACION
PARA SU HOGAR?



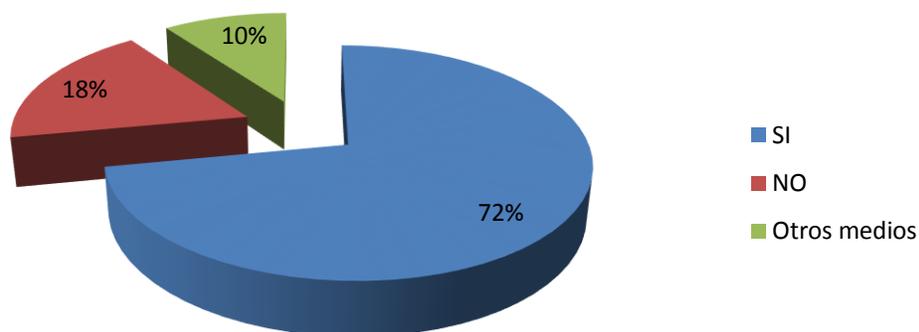
La frecuencia con mayor porcentaje, con la que los futuros clientes solicitarían un servicio de reparación es de 53% que corresponde a solicitar el servicio de 2 a 3 veces por mes. Este resultado, indica que por cada cliente que la empresa posea hay una gran probabilidad de que solicite el servicio en el mes en una considerable frecuencia de veces, además este resultado será base para pronosticar los ingresos relativos que percibiría la empresa durante los diferentes periodos que se plantearan en el plan financiero.

Gráfico N. 2.7
PREGUNTA N. 7.- ¿QUÉ TIPO DE TRABAJO
SOLICITA USTED CUANDO REQUIERE UN
SERVICIO DE REPARACION PARA SU HOGAR?



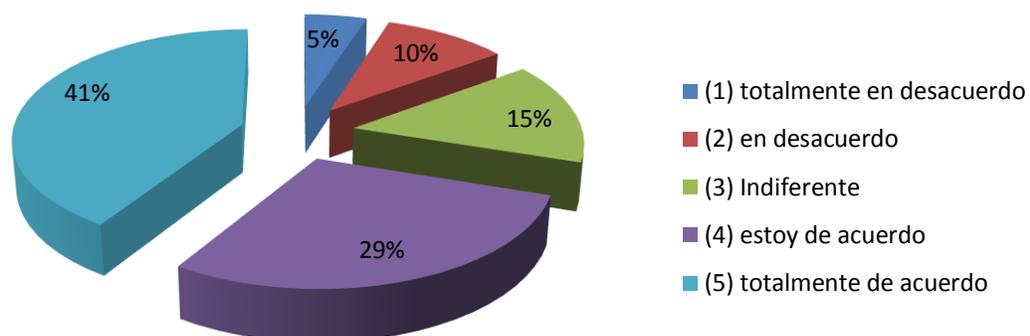
Se puede observar que un 45% de los encuestados recurren a solicitar servicios de albañilería y un 25% de plomería, estos datos ayudarán a identificar los servicios de mayor importancia para la empresa a la hora de destinar recursos y esfuerzos, además de poder apoyar con mayor publicidad y promociones a los servicios menos solicitados.

Gráfico N. 2.8
PREGUNTA N. 8.- ¿USTED UTILIZARÍA UNA APLICACIÓN MÓVIL, QUE LE PERMITA SOLITAR UN SERVICIO DE REPARACIÓN A DOMICILIO DE MANERA FÁCIL Y SEGURA?



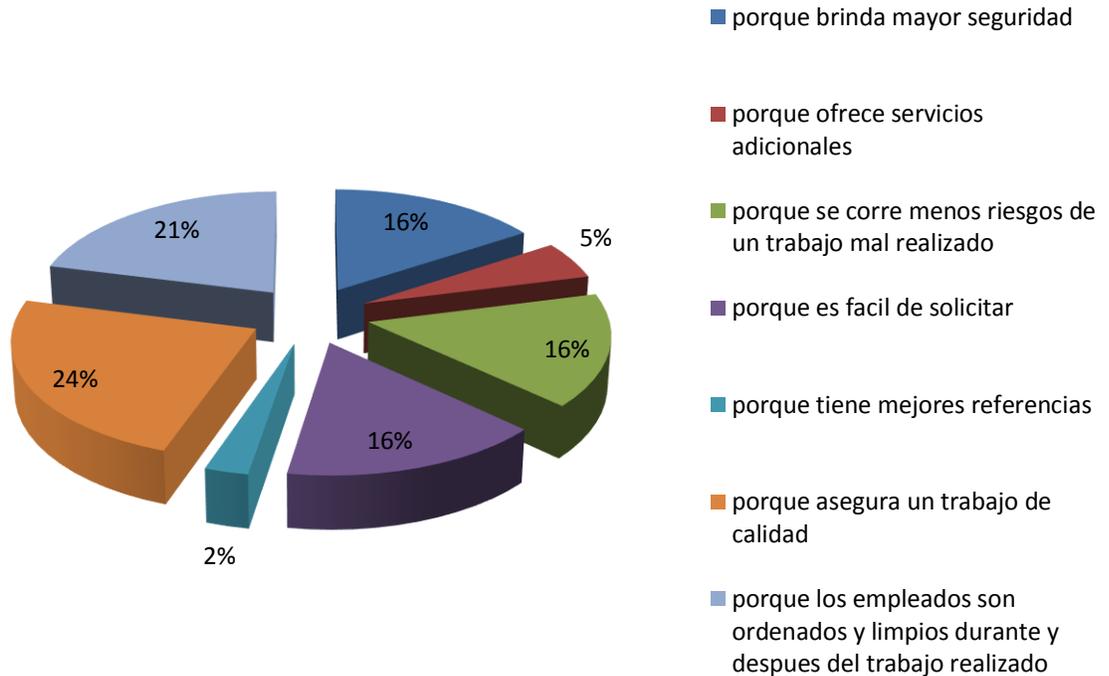
Un 72% del total de personas encuestadas respondieron que podrían utilizar una aplicación móvil que les permita solicitar un servicio de reparación a domicilio para su hogar, un 18% no se ve interesado en la propuesta de una aplicación móvil y un 10% inclina preferencia por utilizar otros medios para la solicitar un servicio de reparación. Estos resultados nos indican que sería viable el diseño de una aplicación móvil por parte de la empresa para darnos a conocer y facilitar la solicitud de estos servicios.

Gráfico N. 2.9
PREGUNTA N. 9.- EN UN RANGO DE 1 AL 5
¿ESTARÍA DE ACUERDO USTED CON QUE SE
APERTURE UNA EMPRESA FORMAL DEDICADA
A BRINDAR SERVICIOS DE REPACIÓN A
DOMICILIO PARA EL HOGAR?



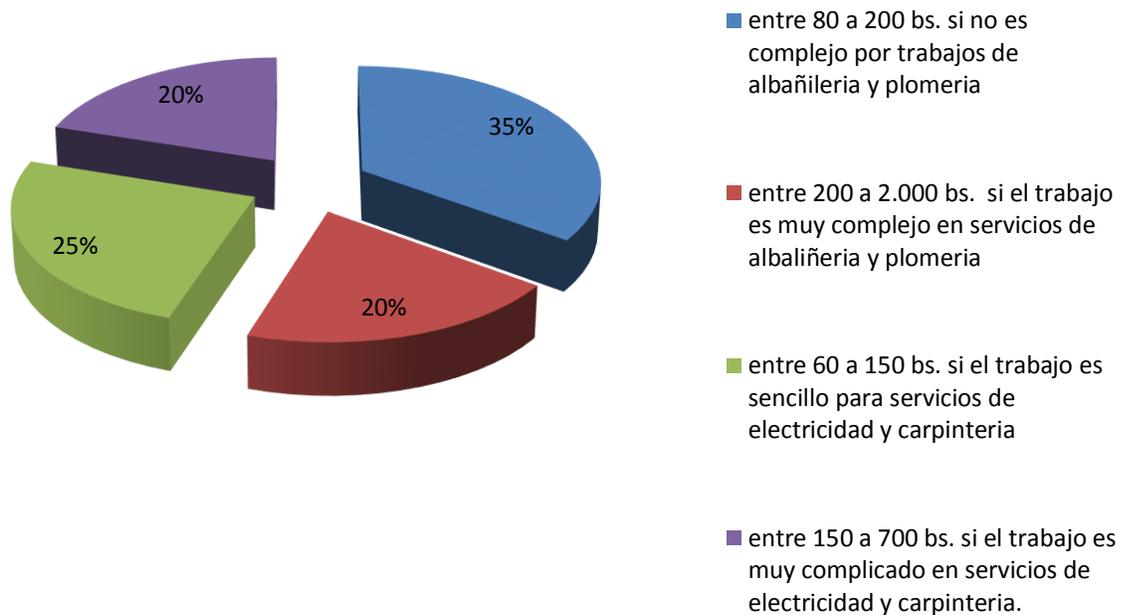
Un 41% de las personas encuestadas demuestran un gran interés por adquirir un servicio de reparación para su hogar de una empresa formal que se dedique a brindar los mismos, como lo es REPAIRMAN, un 29% muestra un relativo interés por la empresa, el 15% es indiferente a la existencia de una empresa dedicada a brindar estos servicios, el 10% muestra poco interés por una empresa formal de servicios de reparación y un 5% no muestra ningún interés por la empresa.

Gráfico N. 2.10
PREGUNTA N. 10 ¿POR QUÉ MOTIVO ADQUIRIRÍA
UN SERVICIO DE REPARACIÓN PARA SU HOGAR SI
EXISTIERA UNA EMPRESA FORMAL DEDICADA A
BRINDARLO?



Esta cuestión muestra los atributos que se tomarían en cuenta, sobre los que el usuario considera relevantes al adquirir un servicio de reparación, un 24% valora en demasía la calidad del trabajo, el 21% de los encuestados desean que, los obreros sean ordenados y limpios durante y después del trabajo realizado, un 16 % denota preferencia por la facilidad de solicitar el servicio, otro 16% indica que ve atractivo, la seguridad del servicio, que garantiza una empresa formalmente establecida, un siguiente 16% de los encuestados valoran el hecho de solicitar un servicio de reparación con el que el riesgo de recibir un mal trabajo sea bajo.

Gráfico N. 2.11
PREGUNTA N. 11 ENTRE LOS SIGUIENTES PRECIOS
A CONTINUACION, ¿CUÁNTO ESTARIA DISPUESTO
A PAGAR POR UN SERVICIO DE REPARACION EN
SU HOGAR?



Se puede evidenciar los grados de preferencia respecto al precio para el servicio, para albañilería y plomería, la preferencia de los encuestados es por un servicio sencillo y que este cueste entre 80 a 200, este representa el 35% del total de personas encuestadas.

2.2. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Es preciso ser muy objetivos en la determinación de la demanda considerando los aspectos más relevantes de los resultados de la investigación.

Como punto de partida se tiene identificada la cantidad de domicilios en los 13 distritos de la zona urbana de la ciudad de Tarija, según consulta a datos de la dirección de desarrollo urbano de la provincia cercado estos ascienden a un total de 112.444 domicilios. ¹

El desarrollo de la determinación de nuestra demanda implica objetividad, por tal motivo se hizo necesario la consideración de algunos aspectos verificables en los resultados interpretados de la investigación de mercado y otros a consideración del análisis de la competencia en el anterior capítulo:

- ✚ La aceptabilidad de la apertura de una empresa formal que se dedique a brindar servicios de reparación a domicilio para el hogar, que es un 35% del total de domicilios existentes en la zona urbana de la ciudad de Tarija. (*revisar pregunta N.9; gráfico 2.9*)
- ✚ También se consideró la competencia actual indirecta de la empresa constituida por los obreros independientes puesto que, actualmente estos cubren cierta parte del mercado potencial, tales obreros suman un total de 643 trabajadores. Los cuales, cubren el 40% del mercado potencial.
- ✚ La frecuencia de solicitudes del servicio de reparación, es de 2 veces al año (*este dato se lo puede verificar en los resultados de la encuesta en la pregunta N. 6*).
- ✚ REPAIRMAN, para el primer año pretende cubrir el 8% del mercado potencial.
- ✚ En la proyección del crecimiento de nuestra demanda se consideró la tasa anual de crecimiento de la cantidad de viviendas en nuestro región, el cual según datos de la Dirección Departamental del Ministerio de Planificación de Desarrollo Urbano para el 2019 es de 4.2%.¹²

¹² Plataforma virtual del Ministerio de Planificación del Desarrollo; www.plinificacion.gob.bo/index

De acuerdo a estos datos la demanda proyectada para un periodo de 4 años se detalla en el siguiente cuadro, considerando 3 escenarios posibles:

- Demanda bajo un escenario pesimista (**de 6 a 8 servicios por día**)

Cuadro N. 2.1
PROYECCION DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA	INCREMENTO %	DEMANDA PROYECTA	PRECIO	INGRESO ANUAL
1	2519	4,2%	2519	104	262638
2	2614	4,2%	2614	104	272618
3	2714	4,2%	2714	104	282977
4	2817	4,2%	2817	104	293731

- Demanda bajo un escenario esperado (**De 9 a 15 servicios por día**)

Cuadro N. 2.2
PROYECCION DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA	INCREMENTO %	DEMANDA PROYECTA	PRECIO	INGRESO ANUAL
1	5037	4,2%	5037	104	525275
2	5229	4,2%	5229	104	545236
3	5428	4,2%	5428	104	565955
4	5634	4,2%	5634	104	587461

- Demanda bajo un escenario optimista este escenario bordea alcanzar operar al 100% de la capacidad pico de la empresa (**De 16 a 30 servicios por día**)

**Cuadro N. 2.3
PROYECCION DE LA DEMANDA**

AÑO	DEMANDA	INCREMENTO %	DEMANDA PROYECTA	PRECIO PROMEDIO	INGRESO ANUAL
1	7.871	4,2%	7.871	104	820.743
2	8.170	4,2%	8.170	104	851.931
3	8.481	4,2%	8.481	104	884.304
4	8.803	4,2%	8.803	104	917.908

2.3. OBJETIVOS DEL PLAN DE MARKETING

Con la finalidad de determinar los parámetros por los cuales será necesario medir el alcance y los resultados que se pretenden obtener a través del plan de marketing se debe establecer objetivos en el marco de las referencias de la información obtenida en el estudio de mercado.

2.3.1. Objetivos del plan de marketing

- ✚ Informar a la población tarijeña la nueva propuesta de una manera más accesible, confiable y rápida de solicitar un servicio de reparación en el hogar con calidad y garantía asegurada, destacando las mejores cualidades de este negocio los cuales estarán enteramente a su disposición y así de esta manera captar su atención hacia la empresa.
- ✚ Llegar a cubrir el 4% del mercado potencial identificado en la ciudad de Tarija.
- ✚ Lograr posicionar en la mente de los clientes para la continuidad y crecimiento de la empresa REPAIRMAN y lograr la fidelización, a través de la comunicación al cliente de nuestros mejores atributos como empresa formalmente establecida brindando seguridad y calidad en cada trabajo realizado.

2.3.2. ELECCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MARKETING

En base al análisis, estudio científico de los conceptos de la elección de una estrategia de marketing y de la definición previa de las características del servicio a ofertar juntamente con los resultados obtenidos del estudio de mercado se plantea la siguiente estrategia:

2.3.2.1. ESTRATEGIA DE LA MEZCLA DE MARKETING

Se desarrollará una estrategia de mezcla de marketing que corresponda al pensamiento competitivo de la empresa a través del producto, precio, plaza y promoción.

A. PRODUCTO

La empresa REPAIRMAN pretende brindar a la ciudadanía básicamente 3 niveles de producto.

- **Producto principal**

El negocio ofrece como producto principal servicios de reparación y mantenimiento de cualquier tipo de averías dentro del hogar, esto es esencialmente lo que brinda REPAIRMAN.

- **Productos auxiliares**

Como productos auxiliares la empresa brinda servicios de asesoramiento online para construcción y remodelación de su hogar esto mediante la aplicación, donde se mostrarán novedades y enlaces de todo lo concerniente al mantenimiento del hogar, la aplicación también ofrecerá anuncios publicitarios de productos como materiales de construcción, herramientas para el hogar, electrodomésticos, maquinaria y otros más, también se publicarán videos que muestren al cliente los beneficios de adquirir un trabajo de calidad a una empresa de servicios de reparación.

- **Productos de apoyo**

REPAIRMAN, ofrecerá como productos de apoyo, servicios adicionales que cada obrero posee y tiene disponible para los usuarios, es decir los servicios como por ejemplo pintura, operador de programas, reparador de electrodomésticos y máquinas domésticas, también servicios de asesoría personal para todo tipo de trabajo dentro del hogar, cuando el cliente lo precise también ofreceremos servicios de mantenimiento en tiendas de negocios, pero estos a un precio distinto al de un trabajo en el hogar.

B. PRECIO

Debido a la naturaleza del negocio determinar un precio fijo no es posible puesto que, el servicio no es completamente estandarizado este se ve afectado y varía de acuerdo a los recursos, tiempo y mano de obra que implique la ejecución de un trabajo de reparación. Además, se consideró la peculiaridad de cada problema infraestructural que cada usuario solicite, esto también influye directamente en la determinación del precio.

El análisis en esta parte del trabajo requirió de una cuidadosa investigación sobre la determinación del precio de nuestro servicio, la mejor referencia respecto a este aspecto para determinar el precio, es nuestra competencia directa actual que son los obreros particulares, ellos poseen la información suficiente y fidedigna para ayudarnos a determinar un precio básico y accesible para nuestros clientes. Por ello el análisis se realizó a través de una entrevista personal con ellos (*ver anexo N.8*).

Estos precios también fueron considerados en base a los resultados de la investigación de mercados, de esta manera se procedió a promediar ambas referencias para calcular un precio que se justificará con la calidad y la garantía de un buen trabajo por parte de la empresa y que este satisfaga efectivamente las exigentes necesidades de nuestros usuarios. Además, deberá cubrir esencialmente los costos que genera cada prestación del servicio.

De acuerdo a todo lo mencionado se propone para la empresa los siguientes rangos de precios detallados a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 2.4

ESTIMACIÓN DEL RANGO DE PRECIOS

TIPO DE SERVICIO	TRABAJO SENCILLO (QUE REQUIERE POCOS RECURSOS, TIEMPO Y ESFUERZO)	TRABAJOS COMPLEJOS (QUE REQUIERE MAYOR ESFUERZO, TIEMPO Y POR ENDE MAYOR CANTIDAD DE RECURSOS)
Albañilería	Entre 70 a 500 bolivianos	Entre 500 a 2000 bolivianos.
Plomería	Entre los 60 a 250 bolivianos.	Entre los 250 a 600 bolivianos
Electricista	Entre los 60 a 170 bolivianos.	Entre los 170 a 600 bolivianos.
Carpintería	Entre los 50 a 180 bolivianos.	Entre los 180 a 400 bolivianos.

C. PLAZA (DISTRIBUCIÓN)

El canal de distribución que empleará REPAIRMAN será de distribución directa, debido a que el tipo de servicio que brindamos no necesita de intermediarios para llegar al cliente, de esta manera el servicio llegará al cliente a través de nuestros obreros, los cuales aseguran el canal directo servicio – cliente.

Este tipo de distribución es de mucha utilidad y beneficioso para la empresa puesto que está muy cerca de nuestro mercado y logrará obtener información constantemente

acerca de nuestros posibles clientes, sus preferencias o deseos, además se podrá conocer ciertos datos de la competencia. Igualmente, proporcionará mayor control respecto a la calidad del servicio, de esta manera se podrá hacer ajustes que ayuden a mejorarlo. Y por último el costo de distribución es considerablemente bajo.

- **Canal directo**



El punto central de las instalaciones y donde se produce el servicio serán en las oficinas de la empresa, es ahí donde se genera la orden del pedido, estas se encuentran en inmediaciones de la zona del campesino.

D. PROMOCIÓN (COMUNICACIÓN)

REPAIRMAN, desarrollará un plan de promoción con el propósito de informar de los servicios, destacando primordialmente las características positivas y neutralizando las negativas si es que existieran, con el fin de captar la atención del cliente y de esta manera se integre a los objetivos de la empresa.

✚ PUBLICIDAD

El motivo por el cual emplearemos la publicidad para nuestra empresa es el de brindar toda la información necesaria al cliente acerca de las cualidades distintivas y los atributos que poseen los servicios, además esto ayudará a la empresa a comunicar todos los aspectos y detalles para solicitar servicios, de esta forma se pretende crear una actitud favorable con respecto a la manera novedosa de solicitar un servicio de reparación para el hogar que ofrecemos, y que así permita estimular a la demanda.

Se utilizará la publicidad porque este medio permitirá comunicar al público que se encuentra en constante movimiento y realizando actividades que dispersan su

atención del entorno, de esta forma la publicidad será de mucha utilidad para llegar a captar la atención del segmento, con un bajo costo respecto a cada persona, los cuales estarán conformados por:

- **Mediante Televisión**

Se empleará este medio de comunicación debido a que su cobertura sobre el mercado es muy amplia, reduciendo así relativamente el costo unitario para llegar a cada usuario, además este medio es muy útil puesto que combina la imagen, el sonido y los movimientos, llegando así a varios sentidos del cliente haciendo más atrayente, interesante y atractivo a la empresa.

Nota: Sin embargo, el costo absoluto al utilizar este medio resulta ser muy elevado es por ello que, será utilizado por el lapso de dos meses, periodo en el cual se pretende introducir el emprendimiento al mercado.

Los canales televisivos que se recurrirán para que se encarguen de la publicidad serán:

Canal Unitel, en especial en el horario del medio día, cuando la gran mayoría de la población generalmente se encuentra congregada para almorzar.

Canal Red Uno, en este canal se solicitará los horarios nocturnos, específicamente en la transmisión del programa Factor X

Canal TVU, este canal ha mejorado su audiencia en los últimos años por ello es conveniente solicitar un espacio de publicidad en él, la publicidad será transmitida de manera esporádica durante los periodos de mayor afluencia de televidentes.

Con las contrataciones de publicidad en estos canales televisivos también se estaría empleando la estrategia de las relaciones públicas y esto favorece en gran manera a la empresa brindándole de mayor credibilidad y una buena referencia sobre nuestros servicios, puesto que ello representa una de las más importantes cualidades de esta estrategia.

- **Spot publicitario**

No permitas que una simple avería en tu hogar se convierten una verdadera pesadilla para ti....!!!

Ese grifo averiado te puede costar muy caro..

Esa mesa a punto de romperse puede ser muy peligroso..

Esa pared agrietada da muy mal aspecto a tu hogar y puede ingresar la humedad produciendo así moho y hongos por toda tu casa..!!

REPAIRMAN es una empresa que llegó a dar soluciones a tus problemas y además evitar mayores daños en tu hogar..!!



Evita la fatiga....!!! Y solicita nuestro servicio ahora mismoo...!!!!

Este spot publicitario está basado en el modelo AIDA, donde se pretende captar la atención del cliente, manteniendo cierto grado de interés, despertándole el deseo de adquirir un servicio de reparación para solucionar su problema, y así se anime a concretar la acción de solicitar los servicios.

Todo esto con la ayuda de uno de los dos argumentos existentes en el marketing, como lo son los argumentos racionales, esta herramienta nos permite apelar a la razón utilizando un juicio lógico sobre cómo solucionar su problema a través de evidencias palpables y concretas que permitan al cliente seleccionar servicios por que representa para ellos la mejor opción lógica – racional.

- **Internet**

En este aspecto se pretende aprovechar al máximo el desarrollo tecnológico al que tenemos acceso, se recurrirá a las siguientes redes.

I. Facebook

Se creará una página donde se publicará toda la información sobre nuestra empresa, se publicarán videos sobre los beneficios de adquirir un servicio de reparación de una empresa formalmente establecida, además de otros videos que proyecten los riesgos de no dar solución temprana a las averías en casa, se publicará también imágenes sobre trabajos realizados por nuestro personal, donde se puede visualizar la calidad y seguridad de los servicios. Por último, en este medio también se publicará el enlace directo para descargar nuestra aplicación.

II. Twitter

Esta red social es un poco más segura que Facebook respecto a la información que se publican, por ello representa para el cliente mayor seguridad a la hora darnos a conocer como empresa.

III. Play Store

Este medio permitirá distribuir la aplicación diseñada por la empresa, se detalló en capítulos anteriores en el proyecto, se pretende figurar entre las mejores recomendaciones, el beneficio que la aplicación brinda es de mayor importancia puesto que una vez descargado e instalado en los dispositivos este también servirá como un medio de comunicación al cliente con la empresa de manera directa y segura.

PROMOCIONES DE LA EMPRESA

En esta parte se pretende combinar las promociones y publicidad, donde se pondrá a disposición de los clientes una gama de promociones mediante el cual se dará a conocer y concretar un lugar en el mercado y principalmente en la mente del usuario, todo esto se detalla a continuación:

- ❖ Para la inauguración del negocio se lanzará una promoción con un descuento del 15% en todos los servicios ofertados por la empresa, a excepción de los servicios adicionales que cada obrero ofrece independientemente de los principales, esto durante un periodo de un mes.
- ❖ Dos fines de semana al mes se realizará el sorteo de electrodomésticos, herramientas, y productos de mantenimiento para el hogar, donde participarán todos los usuarios que en la semana hayan solicitado nuestros servicios acumulando un valor de 600 bs. o más, los objetos que serán sorteados estarán anunciados en la aplicación todos los lunes.
- ❖ Se otorgará una “tarjeta de Fidelización” a las personas que frecuentemente solicitan nuestros servicios, cada mes se pretende seleccionar a nuestros usuarios que hayan solicitado nuestros servicios por encima de las 7 veces al mes, esta tarjeta permitirá al cliente acceder a descuentos del 5% en trabajos sencillos y del 8% en trabajos complejos.

CAPÍTULO III

PLAN DE OPERACIONES

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO. -

La empresa REPAIRMAN brinda servicios de reparación, refacciones y mantenimiento del hogar a través de 4 especialidades las cuales son: albañilería, plomería, carpintería y electricidad.

3.1.1. Descripción del servicio. -

Respecto a los servicios que oferta la empresa se describe a continuación:

- ✓ **Reparación.** - consiste en la identificación, análisis y solución de las averías técnicas y funcionales del hogar. Generalmente estos son referidos problemas que se presentan en el área de electricidad, carpintería y plomería dado que implica la manipulación de accesorios y repuestos como parte del proceso de reparación.
- ✓ **Refacción.** - este servicio implica una modificación infraestructural en el domicilio, procede de la misma manera que el anterior servicio es decir la identifica, analiza y se da solución al problema estructural. Este servicio hace la utilización de mayores recursos y esfuerzo de mano de obra, puesto que implica la manipulación de maquinaria y herramientas, generalmente corresponde al área de la albañilería y la plomería.
- ✓ **Mantenimiento.** - Este servicio está orientado a la prevención de daños mayores en la infraestructura del domicilio. La restauración del bien de manera que ayude a aminorar el proceso de depreciación natural que se da en el hogar. Este servicio aplica en las cuatro especialidades que oferta la empresa (albañilería, plomería, carpintería y electricidad)

3.2. PROCESOS DE LA EMPRESA

El servicio de reparación que brinda la empresa implica el siguiente proceso, constituida básicamente por las siguientes operaciones que inician en la recepción de las solicitudes del cliente a través de 3 medios (personal, teléfono y la aplicación móvil) y termina en el despliegue del personal hacia el domicilio del cliente que solicitó el servicio de reparación, como se describe a continuación:

3.2.1. Recepción de las solicitudes del cliente. -

- a. **Vía personal:** La empresa RPAIRMAN contará con una oficina donde el cliente podrá acudir personalmente a solicitar el servicio, el operador registra.
- b. **Vía teléfono:** Con la finalidad de dar accesibilidad a los servicios de la empresa, REPAIRMAN contará con una línea telefónica, de manera que aquellos clientes que aún cuentan y utilizan una línea telefónica pueden acceder a nuestros servicios.
- c. **Vía aplicación:** La empresa pondrá a disposición del cliente una aplicación móvil, con la que podrá solicitar nuestros servicios e interactuar en tiempo real con el personal de nuestra empresa.

Por lo tanto, la empresa pretende innovar la manera de solicitar un servicio, por ello nuestros clientes tendrán a disposición una **aplicación móvil** completamente gratuita y de fácil manipulación publicada en la plataforma virtual de Play Store, de esta manera su descarga será completamente segura para cualquier dispositivo móvil

❖ Descripción de la aplicación. -

Esta aplicación permitirá a los clientes conocer toda la información sobre nuestra empresa, todos los servicios, sus respectivos precios, también podrá ver la lista del personal titular disponible para todo tipo de reparaciones, refacciones y mantenimiento en su hogar, como ser: en albañilería, carpintería, plomería y técnico electricista. Donde se detallará toda información sobre cada empleado como ser nombre, ocupación y especialidad de trabajo, los servicios adicionales

que realiza y los precios base de cada uno de ellos y los horarios disponibles que cada uno de ellos posee durante el día.

❖ **Funcionalidad de la aplicación. -**

La aplicación proporcionará una manera innovadora de solicitar un servicio de reparación; el cliente en primer lugar, debe acceder a la aplicación donde podrá subir fotografías o un video describiendo las características de la avería en su domicilio, estos datos serán procesados por el sistema, un algoritmo determinará la complejidad y posibles costos de la avería estos datos serán comunicados al personal operativo, los cuales analizarán el problema y darán respuesta inmediatamente mediante la aplicación en tiempo real, puesto que ellos tendrán un código de usuario que les permitirá acceder a la aplicación. Una vez verificado y aprobada la solicitud por parte del personal operativo el sistema traspasará los datos del domicilio del cliente al programa optimizador de rutas RUTERmaps para el registro y destinación del personal correspondiente.

❖ **Servicios adicionales de la aplicación. -**

La aplicación también proporcionará espacios publicitarios para empresas, organizaciones públicas e instituciones previo acuerdo mediante un contrato de servicios de publicidad o de patrocinio, esto generará un ingreso extra para la empresa.

Por último, la aplicación enviará notificaciones sobre las promociones y novedades de la empresa a los usuarios. Con la finalidad de mantenernos activos y en constante comunicación con los clientes.

3.2.2. Despliegue del personal de la empresa. -

Esta operación implica considerar las indicaciones que proporcionará el programa optimizador de rutas RUTERmaps dado que, este programa organiza de manera óptima los pedidos con el objetivo de evitar cruces y choques de horario con las demás solicitudes de servicio, una vez concluido el registro de la solicitud del cliente, con todas las especificaciones de su pedido y los datos de la ubicación del domicilio, procede por último el despliegue físico del personal a través de una movilidad que la empresa adquirirá para este fin.

3.2.3. Valores que se deben considerar en el servicio. -

Todos los esfuerzos deberán estar orientados hacia el cliente, debido a que es el impulsador de todas las actividades de nuestra empresa.

Por tratarse de una empresa dedicada a brindar un servicio, esta se lo debe hacer de la mejor manera posible, tomando en cuenta que el mismo debe ser de calidad sin descuidar la buena atención al cliente.

➤ Se deberá destacar los siguientes aspectos:

a. Cortesía

Los empleados deberán ser muy cordiales desde la recepción del cliente, durante la prestación del servicio hasta la culminación del trabajo. De esta manera se logrará crear un lazo de confianza con el cliente y una satisfacción por encima de sus expectativas.

b. Atención rápida

Si bien puede que posiblemente haya pocos clientes solicitando el servicio de manera personal asistiendo a nuestra oficina, debido a que la aplicación permitirá que los usuarios realicen su solicitud de forma virtual, también es necesario que el operador

en recepción logre responder con rapidez y eficientemente cada pedido que los clientes soliciten de manera personal.

c. Trabajo limpio y ordenado

En muchas ocasiones, cuando se adquiere un servicio de reparación los trabajadores tienden a ser desordenados con sus herramientas y muy sucios con la manipulación del material, esto se debe evitar y por ello la empresa capacitará a los empleados para que eviten el desorden durante el trabajo y además sean muy limpios antes, durante y después de proporcionar el servicio a los clientes.

Entradas

Recursos humanos

Infraestructura

Servicios básicos

Dinero

Herramientas

Taladro

Amoladora

Martillos

Picos

Palas

Cucharas de mezcla

Carretilla

Moldes de mezcla para pircar

Plomadas a láser y tradicionales.

Motoniveladoras

Machetes

Lijas

Cepillos de carpintería

Prensas de carpintería

Brochas

Rodillos para pintar

Destornilladores

Alicates

Corta cables

Pela cables

Linternas led

Tenazas

Suelda cables

Sierras para madera y metal

Valdes para mezcla

Badilejos

4.3. MODELO BÁSICO INSUMO – PRODUCTO



Caja negra



Salidas

Servicios de reparación:

- Albañilería
- Carpintería
- Plomería
- Electricista

Retroalimentación



3.4. DIAGRAMAS DE FLUJO

Los diagramas de flujo describen esquemáticamente las operaciones y actividades que hacen al proceso identificado en la empresa, a través de la simbología gráfica los cuales ayudará a la codificación de las actividades y el orden sistémico que estos deben seguir para que el proceso de solicitud de pedidos y el despliegue del personal operativo se desarrolle de manera adecuada y eficiente. Estos son los siguientes:

3.4.1. Proceso:

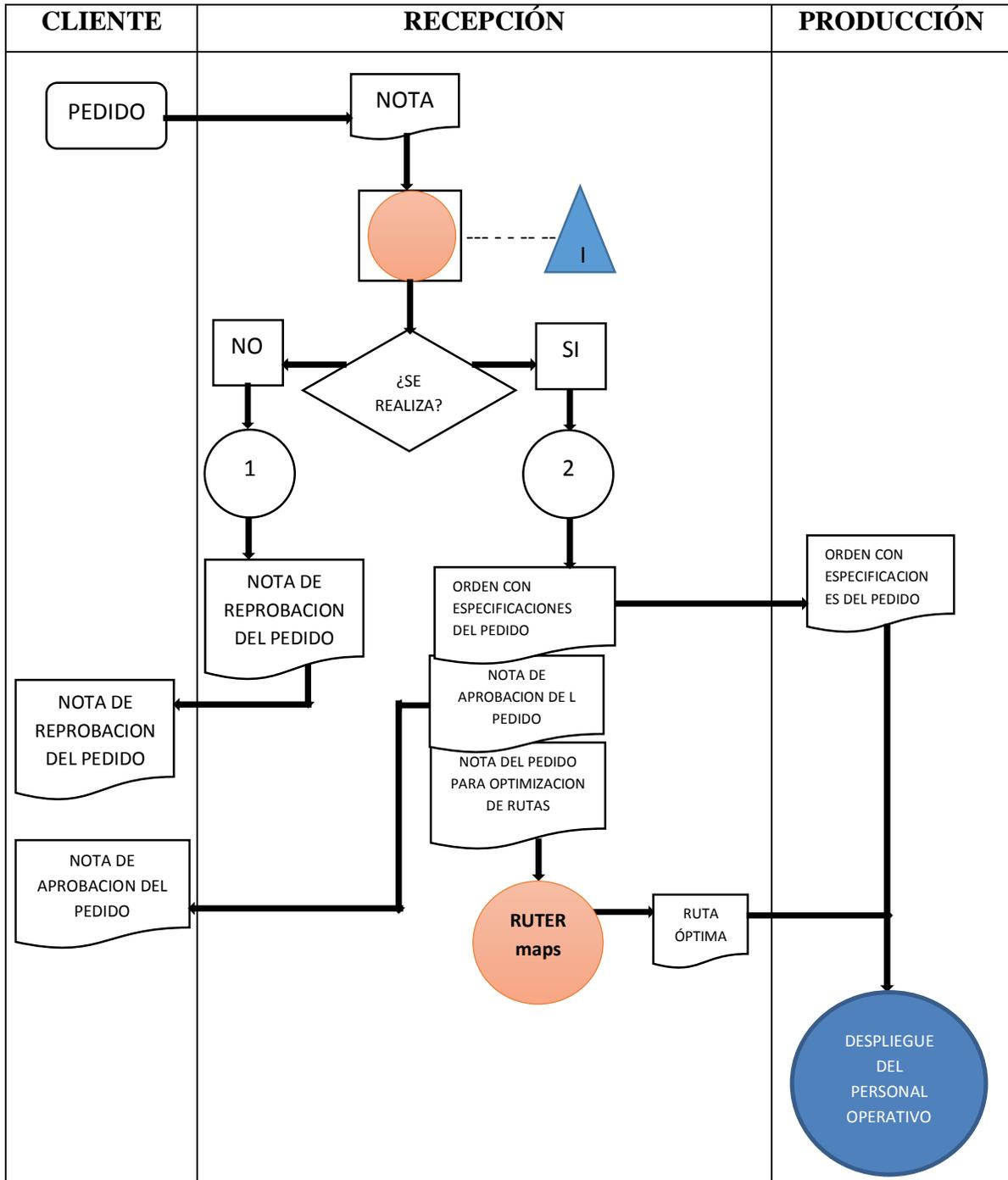
- La recepción de la solicitud del servicio y despliegue del personal de la empresa

3.4.2. Actividades:

- Recepción de las especificaciones de la solicitud del cliente
- Verificación de las especificaciones del pedido
- Consulta a la base de datos de la empresa para verificación de la disponibilidad del servicio y el personal correspondiente.
- Registro de la solicitud del cliente en el sistema
- Impresión de la nota de confirmación del servicio
- Entrega de la nota de confirmación del servicio y sus especificaciones al cliente
- Entrega de la nota de confirmación del servicio y sus especificaciones al personal operativo.
- Optimización de rutas (RUTERmaps)
- Destinación del personal operativo de acuerdo a información del optimizador de rutas.

3.4.2. FLUJOGRAMA DE LA RECEPCIÓN DEL PEDIDO Y DESPLIEGUE DEL PERSONAL

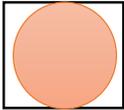
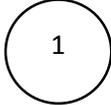
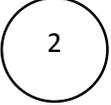
GRÁFICO N. 3.1

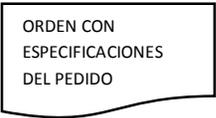
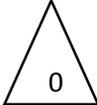


CUADRO N. 3.1

DESCRIPCIÓN DE LA SIMBOLOGÍA

UTILIZADA EN EL FLUJOGRAMA

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	Describe las especificaciones y características que el cliente da a conocer a la empresa sobre la avería en su hogar.
	Representa la información generada como resultado de la nota que el cliente presentó a recepción.
	Representa la acción de control, una vez que se obtiene las especificaciones del servicio que requiere el cliente se procede a verificar en la base de datos los servicios disponibles y los obreros pertinentes.
	Base de datos de la empresa, representa toda la información necesaria para la recepción de pedidos.
	Una vez realizada la verificación en la base de datos se genera una cuestión sobre si se realiza o no el trabajo solicitado.
	Operación 1 describe la acción de no realizar el trabajo y como consecuencia se rechaza el pedido.
	Operación 2 describe la acción de aceptar el pedido, para su posterior comunicación al obrero.

	<p>Nota de Reprobación: es un documento que contiene las razones del rechazo del pedido y las posibles alternativas por las que puede optar el cliente.</p>
	<p>La orden del pedido, es un documento que describe todas las especificaciones del pedido que realiza el cliente y los detalles de la avería, esto como resultado de la aprobación del pedido en recepción.</p>
	<p>La nota de pedido para el registro, es un documento que se registra en la base de datos de la empresa.</p>
	<p>Base de datos de empresa para registro del historial de pedidos.</p>
	<p>En esta operación se desarrolla el análisis por parte del programa optimizador de rutas para determinar el orden más adecuado de rutas que se deberá asignar a cada obrero para cada solicitud del cliente con respecto a las demás solicitudes de servicio de los clientes.</p>
	<p>Es el informe de la ruta más adecuada que da como resultado del análisis que desarrollará el programa</p>
	<p>Esta operación indica la acción de despliegue del personal hacia la dirección del cliente que solicito el servicio, de acuerdo a las indicaciones de los resultados del análisis del optimizador de rutas y considerando la solicitud del cliente registradas en la nota de orden con las especificaciones del pedido.</p>

3.5. CAPACIDAD, HERRAMIENTAS E INSTALACIONES DE LA EMPRESA

Es imprescindible la determinación de la capacidad e instalaciones de una empresa puesto que se debe conocer la disponibilidad de los recursos para la satisfacción plena de la demanda y la ubicación adecuada de las instalaciones que permita a los clientes acceder de manera fácil al servicio que oferta la empresa. Además, esto ayudará a la determinación de las acciones se debe considerar para que, en épocas de poca demanda, se eliminen el desperdicio de recursos y tiempos ociosos del personal operativo.

3.5.1. CAPACIDAD. -

Debido a que los servicios que se espera ofrecer a los clientes implican explícitamente la participación de un trabajador y el tiempo que se requiere realizar un trabajo, la capacidad se define en términos de horas trabajador disponible. Por lo que, se estima que la capacidad de la empresa para responder a la clientela de nuestro mercado es de 39 solicitudes de servicio en una jornada de trabajo de 8 horas, considerando que el total de horas hombre que posee la empresa respecto al personal operativo es de 64 hrs. por jornada y el tiempo promedio para realizar un servicio de la empresa es de 1.65 horas hombre por cada servicio. Para el cálculo respecto a los obreros del área operativa de la empresa se consideró hipotéticamente que se empleará la cantidad aproximada de 2 empleados por cada especialidad, es decir; 2 en albañilería, 2 en plomería, 2 carpintería y 2 en electricidad haciendo un total de 8 trabajadores del área operativo dela empresa. De manera que cada empleado podría atender aproximadamente entre 4 a 5 solicitudes de servicio en una jornada de trabajo.

La determinación de la capacidad de la empresa REPAIRMAN se realizó en consideración de los siguientes factores:

- Tiempo real disponible de cada empleado operativo (Tr)
- Cantidad de empleados del área operativa disponibles en la empresa (Ce)
- Tiempo promedio que implica realizar un servicio de la empresa (Tp)

3.5.1.1. Cálculo de la capacidad:

Tr = 8 horas

Ce = 8 empleados

Tp = duración del trabajo más sencillo + duración del trabajo más complejo ÷ 2

Total de Horas hombre
de la empresa = 8 horas * 8 hombres = 64 hrs/hombre

Tr = (0.30 horas/hombre*servicio + 3 horas/hombre*servicio) ÷ 2 =

Tr = 1.65 hrs/hombre*servicio

Cantidad total

De servicio = 64 hrs/hombres ÷ 1.65 hrs/hombre*servicio = 39 servicios

A satisfacer
por día

3.5.2. HERRAMIENTAS Y EQUIPO DE LA EMPRESA

La identificación de las herramientas está desarrollada en función a aquellos implementos que son necesarios para la realización de todos los servicios que brinda la empresa.

a) HERRAMIENTAS

**CUADRO N. 3.2.
DESCRIPCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS
DE LA EMPRESA**

ELECTRICISTA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alicates. Sirven para sujetar, doblar o cortar. Existen varios tipos: planos, redondos, de corte, universales, de pico de loro... 2. Destornilladores. Con ellos se apretará y aflojará tornillos. También hay variados tipos según la parte de la cabeza: redonda con ranura, estrella, plana... 3. Detector de tensión. Comúnmente conocido como buscapolos que comprueba la tensión en los enchufes. 4. Pelacables y remachadoras. Tal y como dicen sus nombres se utilizan para pelar cables y remachar terminales. 5. Tijera de electricista. Se usa para cortar cables finos o pelar los cables conductores. 6. Pinzas. Muy prácticas para sujetar cosas. Si se aproximan los extremos son universales y si se separan son pinzas en ocho. 7. Regla, metro, escuadra y nivel. Para tomar las medidas adecuadas y colocar bien los elementos eléctricos. 8. Grapadora especial para electricistas. Son más robustas y se emplean para sujetar cables en paredes o en madera. 9. Martillo de electricista.
	<p>Paleta de albañil.-</p> <p>Las paletas de albañil son las herramientas de albañilería por excelencia en cualquier</p>

ALBAÑILERIA

trabajo de obra y construcción, ya que permite realizar una gran diversidad de tareas como mezclar materiales y aplicarlos, para enlucir, para esquinas y rincones, para reparar revestimientos, para trabajos de alicatado, entre otras.



Llanas de albañil.-

Las llanas de albañil son unas herramientas también muy utilizadas en albañilería que se caracterizan por estar formadas de una superficie plana y sujetada por un asa. El uso general de las llanas es extender y alisar cemento, yeso o cualquier otro tipo de pasta de agarre.

Existen diferentes tipos de llanas en función de la forma y material con el que se fabrique la superficie plana, de modo que cada una nos ofrece funcionalidades distintas.

Se puede encontrar las llanas lisas, las llanas de goma y las llanas dentadas:

Llana lisa.-

Las llanas lisas son las llanas más comunes en albañilería que generalmente están fabricadas en hierro, acero o acero inoxidable.

Las llanas lisas se caracterizan por tener una superficie rectangular totalmente plana y un mango de plástico o madera que puede ser abierto o cerrado.

Este tipo de llanas lisas se utilizan principalmente para aplicar, distribuir y alisar el enfoscado y el enlucido. Además, también son ideales para sostener pequeñas cantidades de yeso o escayola.



Llana de goma.-

Las llanas de goma son un tipo de llanas parecidas a las llanas lisas pero con una superficie rectangular construida en goma o caucho.

Estas llanas de goma se utilizan principalmente para aplicar y extender la lechada o para sellar las juntas entre baldosas de suelo o azulejos de pared. Estas llanas están disponibles en versiones de mayor o menor dureza según el uso que le vayamos a dar y las preferencias del usuario.



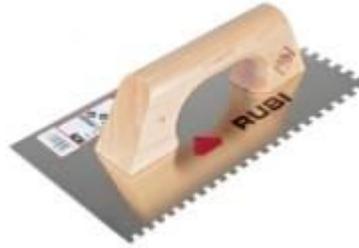
Llana dentada o peine.-

Las llanas dentadas, también denominadas peines, son llanas fabricadas en acero o acero inoxidable que se caracterizan por tener dos de los bordes, de su superficie, dentados mientras los otros dos bordes son rectos como en una llana lisa.

Gracias a sus dientes los peines resultan ideales para aplicar el cemento, cola u otros tipos de adhesivos para la colocación de azulejos.

Por lo que hace referencia a los dientes, normalmente tienen forma cuadrada, triangular o forma de U; y están disponibles

en distintas medidas según el material a aplicar y el uso.



Macetas y mazos.-

Las macetas y los mazos son las herramientas utilizadas en trabajos donde se requieren modelos de martillos grandes y pesados. Estas herramientas son ideales para golpear cinceles o punteros de forma precisa, además de realizar pequeños trabajos de demolición.



Las macetas son herramientas similares a los martillos convencionales que se manejan con una sola mano pero se caracterizan por tener un tamaño y un peso mayor. En cambio, los mazos son también herramientas similares pero aún de mayor tamaño y peso, los cuales se requiere generalmente de ambas manos para su manejo.

Plomadas de albañil LÁSER.-

Las plomadas para albañil son herramientas de albañilería muy usadas para determinar de una forma fiable y precisa el alineamiento vertical de muchos elementos como paredes, puertas, muros u otras estructuras verticales que sean más largas, se innovó esta herramienta gracias a la

implementación del láser para indicar las longitudes adecuadas de cualquier tipo de superficie.



Plomada clásica de albañil.-

Una plomada de albañil se caracteriza por tener una cuerda que une la nuez con el peso. La nuez es una pieza similar a un carrete que queda fija en la vertical a medir, la cual debe tener el mismo espesor que el peso para un correcto cálculo del plomo; y el plomo es la pieza que le estirará y le dará peso con el fin de calcular la verticalidad gracias al efecto de la gravedad.



Niveles de burbuja.-

Los niveles de burbuja, también denominados niveles de construcción, niveles de mano o niveles de gota, son un instrumento de nivelación que nos permite comprobar la verticalidad u horizontalidad de un elemento.



Un nivel de burbuja es imprescindible en construcción para todo tipo de tareas como la realización de distintas tareas de alicatado y soldado, para la colocación de rodapiés o el levantamiento de muros, etc.

Flexómetros.-

Los flexómetros o metros son una herramienta de medición fundamental en cualquier tarea de albañilería. Un flexómetro nos permite medir gran cantidad de superficies con una precisión muy elevada en distancias cortas y medianas.



Cubos de obra y gavetas de goma.-

Los cubos de obra o gavetas de goma son herramientas muy utilizadas en obra para para hacer mezclas o bien para trasladarlas al lugar donde se aplicarán. Estos recipientes están disponibles en distintos formatos según el uso y las

preferencias del usuario; y gracias a su tamaño y volumen de carga nos ayudarán en todo tipo de tareas.



Los cubos de goma y las gavetas de goma se caracterizan por ser ligeros, resistentes a los golpes y limpios.

Tenazas

Las tenazas.-

Son herramientas de mano muy versátiles para distintos trabajos del sector de la construcción. Son ideales para sujetar elementos y tirar de ellos fuertemente, extraerlos, o para cortarlos, siendo esenciales en trabajos de derribos con madera y en la realización de encofrados o verjas.



Las tenazas se caracterizan por tener dos brazos metálicos semicirculares unidos por un eje que permite la unión o separación de las puntas. Están constituidas en acero y aportan gran ligereza y manejabilidad. Según el trabajo a realizar y las preferencias del usuario encontramos diferentes formatos de tenazas. Las hay de encofrador, de alicatado, de sujeción...

HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS PARA ALBAÑILERÍA

Amoladoras.-

Las amoladoras, también denominadas radiales, son herramientas eléctricas muy útiles y versátiles, que consisten en un motor eléctrico con un mecanismo que hace girar un eje a grandes

revoluciones.



Estas herramientas resultan imprescindibles para realizar labores de corte, pulido y lijado de todo tipo de materiales de forma rápida y eficaz. Además, se caracterizan por ser empleadas tanto por profesionales del sector de la construcción como en tareas de bricolaje. Existen diferentes tipos de radiales en función del tipo, tamaño y potencia, la elección entre una u otra dependerá del trabajo que vayamos a realizar.

Taladros.-

Los taladros son las herramientas eléctricas portátiles más presentes en cualquier trabajo de obra, construcción y bricolaje, ya que nos permiten realizar una gran diversidad de tareas, principalmente el taladrado para la realización de agujeros en paredes, hormigón y otros materiales. Además, también son herramientas imprescindibles para trabajos de atornillado en estructuras.



Los taladros están disponibles en diversos tipos para seleccionar el modelo más adecuado al trabajo a realizar, de los cuales predominan en obra los taladros o martillos perforadores, que gracias a la percusión son

	<p>los ideales para la perforación de materiales de obra.</p> <p>Mezcladoras de mortero.- Las mezcladoras de mortero son herramientas eléctricas cuya funcionalidad es mezclar o amasar intensamente todo tipo de materiales, tales como pinturas, revestimientos, morteros o cementos de manera fácil y eficaz. Se caracterizan por ser herramientas usadas en múltiples sectores tanto por albañiles como por pintores, etc.</p>  <p>Los mezcladores de mortero son herramientas diseñadas con una varilla provista de una hélice en el extremo que gracias a la rotación se encargará de realizar la mezcla de los productos seleccionados. Estas mezcladoras de mortero están disponibles en distintas características y potencias en función del tipo de materiales a mezclar y la cantidad de material a mezclar.</p>
<p>CARPINTERIA</p>	<p>Las principales herramientas manuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • berbiquí y brocas para madera • Gubia y formón • Lija • Regla Taladro y escuadra • Cepillo • Martillo • Sierras

- Serrucho de costilla
- Escopleadora
- Espigadora
- Taladro
- Torno

Presas de carbono y goma tex.-



Prensa de presión tonelada.-



Prensas de ángulo.-



Desatascador de taza – El desatascador de taza es una de las herramientas más conocidas que toda persona tiene en su hogar. Se utiliza para destapar lavados, tinas, regaderas, entre otros. No sirve para destapar retretes, ya que existe otra

PLOMERIA

herramienta especial.

Taladro de lavabo.- Es una herramienta utilizada para romper o destapar los lavados y tubos.



Sink Auger (Drum Type)

Taladro de Inodoro.-

Herramienta diseñada especialmente para poder quitar los tapones de inodoros o retretes.

Publicidad de Google AdSense



Desatascador con reborde.-

Esta herramienta es utilizada para destapar los retretes. Es especial para inodoros ya que tiene la forma de estos y permite aplicar mejor el vacío y así ser mayor la fuerza que genera para destapar.



Herramientas de plomería de unión o ajuste

Cinta de teflón o plomería.-

Es una cinta de teflón blanca, que es utilizada para sellar herméticamente cuando se enroscan dos tubos, como ser conexiones de tubos de aguas. Permite que no se filtren perdidas.

Llave inglesa.- Una de las herramientas más comunes y que no le falta a ningún plomero es la llave inglesa. Esta es utilizada para ajustar roscas de tubos, tuercas, arandelas, entre otras cosas.



Llave grifa.-

Tiene la misma función que la llave inglesa, solamente que su diseño permite ajustar piezas que la llave inglesa no sería capaz de hacer.



Pinza pico de loro.-

Es una variante a la llave inglesa. Son más

robustas y permiten ejercer un torque mayor realizando menor fuerza humana.



Herramientas de plomería de corte

Pinza a presión.-

Son pinzas que pueden quedar inmobilizadas con su boca en cierta apertura y así cortar, torcer o arrancar partes de una pieza.



Cortatubos.-

El corta tubos es una herramienta utilizada para cortar tubos circulares en ángulo recto. Es una de las mejores opciones antes que utilizar una sierra.



b) MUEBLES Y EQUIPOS DE ESCRITORIO DE LA EMPRESA

Estos equipos son los muebles de escritorio que se requieren para el desarrollo adecuado de las actividades administrativas y técnicas en las instalaciones de la oficina central de la empresa.

CUADRO N. 3.3

MUEBLES Y EQUIPOS DE ESCRITORIO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Escritorio	2
Equipo de computación	2
Sillas giratorias	2
Sillas metálicas	4
Impresora Edson	1
Teléfono inalámbrico	1
Estante	4

3.5.3. INSTALACIONES DE LA EMPRESA

La empresa presenta las siguientes características respecto a sus ambientes:

Una oficina de 16 mts² los cuales permitirán el ingreso a los clientes que deseen consultar los servicios o solicitarlo de manera personal. En la oficina estará el operador que recepcionará y controlará todas las actividades del negocio mediante una computadora interconecta a nuestra red principalmente y el internet, pero también se contará con una línea telefónica fija y móvil para aquellos clientes que no tengan acceso a un dispositivo conectado a internet.

Además, se contará con un depósito de herramientas de 50 mts², este ambiente estará a un lado de la oficina principal, en este depósito es donde se tendrán a disposición todas las herramientas necesarias, para los trabajos que se pretenda ofertar, cuando los clientes soliciten el servicio de reparación.

En las instalaciones se contará también con una camioneta que estará parqueada en la parte frontal de la oficina disponible para que el personal se despliegue, de manera que se optimice el tiempo que requiere cada servicio que ofrecerá la empresa.

3.5.4. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Respecto a la localización estratégica de nuestra empresa es de mucha importancia, por ello se tomó en cuenta los siguientes criterios basados en el modelo de los factores ponderados según Chase, Aquilano y Jacobs para la localización óptima de nuestros ambientes y oficinas:

- ✓ Proximidad a los clientes: para que estos puedan ubicar y acceder de manera fácil a la empresa a través de cualquier medio o dispositivo, respectivamente.
- ✓ Proximidad a las tiendas donde se adquieren ciertos accesorios, los cuales son necesarios para el desarrollo del trabajo que solicite el cliente.
- ✓ Que la zona no tenga estancamientos vehiculares, durante las horas de trabajo que impida el despliegue físico de nuestro personal operativo.
- ✓ Accesibilidad a servicios básicos como ser: la señal de la red de internet de manera que fluya correctamente sin cortes e interrupciones de cobertura, agua, energía eléctrica.

Aplicación del método de factores ponderados:

El método consiste en identificar y determinar los factores que influyen de manera directa a la viabilidad de una ubicación óptima considerando las distintas zonas de la ciudad de Tarija, por ello es necesario asignar una ponderación de importancia a cada factor y un puntaje de 1 a 100 para cada alternativa e ubicación.

Tomando en cuenta los factores que influyen de manera directa en la determinación de la localización, se considera el análisis de las siguientes ubicaciones detalladas a continuación en los cuadros:

Cuadro N. 3.4
ALTERNATIVAS
PROPUESTAS

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR (%)	ZONA EL CAMPESINO	ZONA LA LOMA	ZONA CENTRAL
proximidad a los clientes	25%	90	90	95
proximidad a los proveedores	20%	100	100	85
servicios básicos	18%	90	75	80
precio del alquiler	15%	100	65	50
zona comercial	12%	95	70	90
accesibilidad	10%	90	85	65

Cuadro N. 3.5
RESULTADOS DEL CÁLCULO
DE LAS ALTERNATIVAS
PROPUESTAS

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN DEL FACTOR (%)	ZONA EL CAMPESINO	ZONA LA LOMA	ZONA CENTRAL
proximidad a los clientes	25%	22,5	22,5	23,75
proximidad a los proveedores	20%	20	20	17
servicios básicos	18%	16,2	13,5	14,4
precio del alquiler	15%	15	9,75	7,5
zona comercial	12%	11,4	8,4	10,8
accesibilidad	10%	9	8,5	6,5
PUNTUACIÓN TOTAL	100%	94,1	82,65	79,95

De acuerdo al análisis realizado para la ubicación de las instalaciones de la oficina central para REPAIRMAN se tomará en cuenta la alternativa con mayor puntuación, según el cuadro de resultados N. 3.5 es la zona del campesino la alternativa de mayor

puntuación, puesto que posee mayor proximidad a los clientes y además a las tiendas proveedoras de los accesorios e insumos necesarios para ejecutar los servicios de reparación.

De esta forma a través de la optimización de la ubicación de la empresa REPAIRMAN estará situada en un rango de coordenadas de -21.522439; -64.741127 a -21.519257; -64.743811 sobre la Avenida Panamericana.

Gráfico N. 3.2

Ubicación satelital de coordenadas Zona el campesino



CAPÍTULO IV

PLAN DE ORGANIZACIÓN - FUERZA DE TRABAJO

En la empresa la planificación organizacional es un paso fundamental porque toda la funcionalidad de las actividades de la empresa depende de ello. Toda empresa debe operar a partir de un marco general, cumpliendo con todos los aspectos legales vigentes en el país, además contar con la fuerza de trajo necesaria para lograr brindar un servicio efectivo y eficiente.

4.1. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

Es imprescindible para la empresa determinar las variables organizacionales, puesto que son las bases para la definición clara de lo que “es” y “pretende ser” nuestro negocio. Por ello se debe considerar los siguientes aspectos legales:

4.1.1. RAZÓN SOCIAL

En consideración del tipo de servicio que brindará nuestro negocio, fue que, para la determinación del nombre de la empresa, se hizo empleo de una palabra del vocabulario Inglés; este es “Repairman” que significa “reparador”.

Se optó por este término puesto que, en el empleo de la palabra en su idioma original es utilizado para referirse a un reparador sin especificar la actividad o servicio que este realice, sino que simplemente lo señala para identificar su característica principal, que es el de dar soluciones o reparar lo averiado, en síntesis, podría referirse a un multi-reparador. Por ello el término REPAIRMAN aplica y se convierte en el nombre oficial de la empresa dado que se identifica totalmente con la aplicación de la palabra multiservicios.

4.1.2. TIPO DE EMPRESA

La empresa REPAIRMAN funcionará como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, debido a que el formato de este tipo de sociedad no es exigible en cuanto al

capital que se debe aportar, es decir cada socio podrá aportar con el monto que vea más conveniente y adecuado para la empresa, dado que cada uno responderá en relación a la cantidad del mismo. Por otro lado, en el caso de tomar decisiones el gerente manda una carta documento al domicilio de cada socio y estos contestan si están de acuerdo o en contra y una vez vencido el plazo se verifica las respuestas y se procede a concretar la decisión. En síntesis, el formato que proporciona una S.R.L., se adecua al factor tiempo – espacio de cada socio.

4.1.3. TAMAÑO DE LA EMPRESA

Según el Reglamento para el Registro y Acreditación de Unidades Productivas del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, en el capítulo 4 sobre clasificación y niveles de las unidades productivas, nos adjudicamos a ser una EMPRESA PEQUEÑA puesto que; para el presente proyecto como una empresa de servicio, su tamaño está determinado por el número de empleados que administrará y estos oscilan entre los 9 a 16 trabajadores sin sobrepasar los 19, como los sugiere el reglamento. Además, estimamos que nuestro capital requerido para la operabilidad del negocio no sobre pasa los UFV 1.500.000. Como lo determina el reglamento del M.D.P.E.P.

4.1.4. MISIÓN

REPAIRMAN es una empresa que ofrece los mejores servicios de reparación para el hogar de las familias tarijeñas brindando calidad, seguridad y garantía en cada trabajo realizado, para satisfacer las exigentes necesidades de nuestra clientela.

4.1.5. VISIÓN

La empresa REPAIRMAN busca ser la pionera en aperturar un mercado sostenible de servicios de reparación para el hogar y a su vez liderar creando un lazo de confianza con el cliente, para que el negocio prospere y permanezca en funcionamiento durante un tiempo considerable.

4.1.6 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

La empresa debe asumir metas y al mismo tiempo determinar los mecanismos para verificar el avance y los resultados de sus gestiones durante un periodo determinado y que estos a su vez sean medibles y completamente realizables.

▪ Objetivo general

REPAIRMAN tiene como objetivo principal es el de proporcionar los medios y recursos necesarios que coadyuven a la satisfacción de sus clientes a través de un servicio de calidad, para así obtener un buen posicionamiento en el mercado de servicios de reparación y mantenimiento del hogar, de manera que permita maximizar las ganancias a plazo próximo como también asegurar el bienestar de los domicilios de todos los usuarios.

▪ Objetivos específicos

- ✚ Proporcionar un servicio que satisfaga las necesidades del mercado, sobre calidad, garantía de nuestros trabajos a través de la confiabilidad en nuestro personal operativo.
- ✚ Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener competitividad en el mercado.
- ✚ Mantener una relación de confianza y provechosa con el cliente en nuestra atención y prestación del servicio.
- ✚ Optimizar eficientemente el flujo de efectivo para llevar a cabo una continua reposición de la inversión, respecto al pago de los sueldos.
- ✚ Proporcionar oportunidad y capacitación a nuestros empleados para el aprovechamiento, mejoramiento y actualización de su capacidad laboral.
- ✚ Mantener el costo del servicio relativamente estable con respecto al costo de la competencia, pero superándolos en calidad, rapidez y tecnología.
- ✚ Habituarse a nuestros clientes a la adquisición de servicios de reparación a domicilio, a través de nuestra aplicación móvil.

4.1.7. POLÍTICAS DE LA EMPRESA

- La política principal de la empresa es que las sugerencias y peticiones del cliente sobre el servicio que desea recibir, deben ser completamente atendidas bajo asesoramiento del especialista en el rubro, es decir el obrero asignado al trabajo solicitado.
- Otra política que concierne puntualmente a la atención del cliente va dirigido a exigir la tolerancia amabilidad y la capacidad necesaria para que todo empleado de REPAIRMAN brinde un servicio adecuado al cliente, para que de esta manera se sienta muy a gusto por la atención y el servicio y se sienta motivado a volver a adquirir nuestros servicios y recomiende a otros.
- Otra política que pretende formular la empresa es que todas aquellas personas, empresas e instituciones que deseen o pretendan hacer uso de los espacios para anuncios y publicidad en la plataforma virtual es decir la aplicación para dispositivos móviles, deberán ser legalmente establecidas, tener buena referencia en la ciudad. Respecto a las personas u obreros particulares de la misma forma deberán tener un historial verídico de buena referencia en la ciudad, puesto que todos esos datos que conciernen al obrero que solicite un espacio para publicar sus servicios en la aplicación estarán disponibles al público.

4.1.8. PRINCIPIOS Y VALORES

La responsabilidad. - Es lo más importante de hacer notar de la empresa la puntualidad que lo que va ofrecer el servicio.

Mejoramiento continuo: De acuerdo a las necesidades que requieran el servicio según la clientela.

Una buena atención del cliente: La atención será individual permitiendo la interrelación a través de los medios de comunicación que se va realizar.

Eficacia en las actividades: Se realizará en toda la empresa un trabajo en menor tiempo posible e inmediato.

Cuidar la imagen de la empresa: Realizando su atención y cumpliendo todas las normativas en desarrollo de la misma.

Ética: La eficiencia debe ser lo primordial además del respeto y desempeño en sus funciones en el servicio.

Cooperación: Es importante que en la empresa haya compañerismo en caso de que unos estén realizando otros servicios y otros estén dispuestos a realizar sin objeción.

Calidad. En el área administrativa organizacional y de servicio esto se verá en la buena satisfacción del cliente por los servicios recibidos

4.1.9. REGISTROS LEALES

En el área del registro legal se toma en cuenta la ejecución de los diferentes requisitos establecidos por ley:

❖ **Aspectos fiscales**

- Inscripción del registro de impuesto, obtención del (NIT)

❖ **Obligaciones laborales**

- Caja de Nacional de salud
- Fondos de pensiones (AFPS)
- Ministerio de trabajo
- Certificado de sanidad

❖ **Aspectos legales**

- Fundempresa
- Gobierno municipal
- Padrón municipal
- Licencia de funcionamiento de la HAM
- Minuta
- Compromiso de Constitución
- Carta de poder

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Las actividades a realizarse para la recepción de las solicitudes del cliente y la ejecución de los servicios que brindará la empresa REPAIRMAN S.r.l., se considera que debe ejecutarse a través de un cuadro de unidades específicas de trabajo, cuya organización se consigna en el siguiente cuadro, donde se empleará el modelo por áreas de servicio que componen a nuestra empresa:

- ❖ **La junta de Socios.** - debido a que la empresa se constituye como una sociedad de responsabilidad limitada figura en el esquema organizacional una junta de socios como la cúpula de autoridad, integrado en este caso por los propietarios de la empresa.
- ❖ **Gerente General.** - las actividades de coordinación y organización de todos los recursos de la empresa, así como el control y monitoreo de todas las áreas de la organización requieren de un administrador el cual figura como el gerente general de REPAIRMAN.
- ❖ **Contador.** - este puesto será requerido esporádicamente de manera que sus servicios no son fijos por tal motivo figura en el esquema interconectado con líneas segmentadas.
- ❖ **Servicio de recepción.** - esta área de la empresa estará a cargo de un operador, sus características y funciones estarán detallados en el manual.
- ❖ **Servicios de albañilería, plomería, carpintería y electricidad.** - estas cuatro áreas se refieren a los servicios que brindará la empresa REPAIRMAN. El requerimiento del personal está en función al tipo de servicio que solicite el cliente.

4.3. MANUAL DE FUNCIONES

La necesidad de un manual formal de funciones es fundamental para la organización del personal, donde se debe plasmar el modelo organizacional por el que ha adoptado nuestra empresa. Servirá también como guía para todo el personal, respecto a sus funciones y actividades correspondientes dentro de la empresa.

4.3.1. DESCRIPCIÓN DE CARGO DE UN GERENTE GENERAL EN LA ORGANIZACIÓN

El gerente general debe tener experiencia y conocimiento de la organización para poder dirigir de una manera técnica, y tener la capacidad necesaria para poder solucionar los problemas que se presenten en la empresa

❖ Datos de identificación

a) **Título de cargo:** Gerente general

b) **Entorno operativo:**

- **Dependencia lineal:** Es independiente
- **Dependencia funcional:** Sus dependientes el jefe de servicio y obreros

❖ Objetivo del cargo

Dirigir, planificar, organizar, supervisar, controlar, calcular y deducir el trabajo coordinado de la empresa.

❖ Descripción específica

Planificar

- Los objetivos generales y específicos de la empresa.
- Las operaciones administrativas, área contable y funciones generales.
- El encargado de que todos medios a utilizar para ofrecer el servicio.
- La ejecución presupuestaria de la empresa.

- Estrategias de marketing y la definición de las políticas de la empresa.

Organizar

- La estructura de la empresa actual y a futuro.
- Las funciones de los cargos.
- Los medios materiales y de personal adecuado para alcanzar los objetivos propuestos.
- El lanzamiento promocional de nuevas ofertas durante determinados periodos.

Dirigir

- La empresa en la toma de decisiones.
- Supervisar y liderar dentro de la empresa todas las áreas funcionales que lo componen.
- La preparación de los presupuestos de capital y operaciones de la empresa para luego aprobarlos en consenso de los socios.

Controlar

- Que todo salga como se ha previsto en los objetivos trazados.
- Todas actividades que se llevaran a cabo dentro de la empresa.
- Periódicamente la eficiencia de la situación financiera de la empresa.

❖ Requisitos

Conocimientos

- Egresado en la carrera de administración de empresas.
- Título de licenciatura en administración de empresas.
- Certificación de Estudios complementarios en computación, finanzas, marketing, comercialización y ventas.

Experiencia

- Acreditar documentalmente experiencia profesional mínima de dos años en cargos similares.
- Experiencia indispensable en la administración del personal de 2 a 3 años.

4.3.2. DESCRIPCIÓN DE CARGO DE UN OPERADOR (recepción)

❖ Datos de identificación

a) **Título de cargo:** Operador

b) **Entorno operativo**

- **Dependencia lineal:** Depende del gerente general
- **Dependencia funcional:** Sus dependientes son los obreros

❖ Objetivo del cargo:

Atención del cliente a través de la intercomunicación de los sistemas operacional virtuales de la empresa, concretar los servicios que el cliente requiera, acordar las formas de pago y remitir la comunicación al personal requerido y el permanente mantenimiento de nuestra red operativa y las herramientas virtuales.

❖ Descripción específica:

Controlar

- Que los servicios que requieran el cliente cumpla todas las condiciones y especificaciones del mismo.
- La actividad permanente del flujo de información que se genera en nuestra aplicación móvil y nuestra red operativa.

❖ Requisitos

Conocimientos

- Certificación de técnico en el manejo de las tecnologías de información.

- Acreditación de cursos en el manejo de paquetes y programas operacionales.

Experiencia

- Certificación de Experiencia de 2 a 3 años en trabajos similares.

4.3.3. DESCRIPCIÓN DE CARGO DEL ELECTRICISTA

❖ Datos de identificación

a) **Título de cargo:** Electricista.

b) Entorno operativo

- **Dependencia:** Depende del gerente general.
- **Dependencia funcional:** Depende del operador de servicio.

❖ Descripción específica:

Instalan y mantiene servicios eléctricos tales como iluminación, la electricidad y la calefacción y reparan fallas en instalaciones domésticas. Debe también manejar paquetes informáticos sobre sistemas de iluminación led y todo tipo de software que se precise en instalaciones modernas de electricidad.

❖ Requisitos:

Conocimientos

- Título de técnico o ingeniero electricista.
- Debe tener su matrícula de servicio de electricidad autorizado.
- Certificación de Especialista en el manejo de paquetes sobre sistemas digitales de electricidad.

Experiencia

- Experiencia de trabajo en el servicio de electricidad en general de 2 a 3 años.

4.3.4. DESCRIPCIÓN DE CARGO DE CARPINTERO

❖ Datos de identificación

a) Título de cargo: Carpintero

b) Entorno operativo

- **Dependencia:** Gerente general
- **Dependencia funcional:** Operador

❖ Objetivo del cargo

- Realizar reparaciones y otros trabajos elaborados orientados a la reparación y mantenimiento fundamentalmente.

❖ Descripción específica:

- Realizar trabajos de carpintería a través de la manipulación de todo tipo de elementos y estructuras de madera y sus derivados con herramientas y materiales adecuados para el desarrollo del trabajo de reparación y mantenimiento de muebles y enceres puertas, ventanas y pisos de madera.

❖ Requisitos:

Conocimientos

- Requiere de certificación de maestro carpintero.

Experiencia

- Certificación de experiencia en trabajos similares de 2 a 3 años.

4.3.5. DESCRIPCIÓN DE CARGO PLOMERO

❖ Datos de identificación

a) **Título de cargo:** Plomero

b) **Entorno operativo**

- **Dependencia:** Gerente general
- **Dependencia funcional:** Operador

❖ Objetivo del cargo:

- Llevar a cabo instalación y reparación de tuberías utilizadas para reparación de aire, gas, agua y del mantenimiento de drenajes acueductos y estructuras de calefacción, ventilación y el estancamiento de aguas residuales o negras, además de hacer revisiones, reparaciones y mantenimiento de instalaciones de sistemas de gas, piscinas y balnearios domésticos.

❖ Descripción específica:

- Instalar
- Realizar mantenimiento
- Reparaciones
- Detectar averías.
- Buscar y marcar ubicación de tuberías para instalar.
- Realizar diagnósticos de las fallas y estimar los gastos de reparación.
- Instalar mantener y repara tuberías para reparación de fugas.
- Limpiar y despejar cualquier obstrucción de drenaje.
- Instalaciones de gas domiciliario

❖ Requisitos

Conocimientos:

- Certificado de técnico plomero gasista, drenajes y acueductos.
- Certificación de especialidad en conexión y reparación de termo tanques aires acondicionados, balnearios y piscinas domésticas.

Experiencia:

- Certificación de experiencia de 3 a 4 años.

4.3.6. DESCRIPCIÓN DE CARGO ALBAÑIL

❖ **Datos de identificación**

a) **Título de cargo:** Albañil

b) **Entorno operativo**

- **Dependencia:** Gerente general
- **Dependencia funcional:** Operador

❖ **Objetivo del cargo**

Realizar trabajos de albañilería respecto a la refacción de la infraestructura de un domicilio a niveles de obra gruesa, fina. Además de realizar restauración y mantenimiento de estructuras en todas las áreas de un domicilio.

❖ **Descripción específica**

Realizar trabajos de restauración, refacción, reconstrucción o modificaciones para viviendas sobre todo tipo de superficies y estructuras en viviendas de tipo colonial, urbana, minimalistas, residenciales, etc. Detección y prevención de daños mayores en todas las áreas de la estructura de un domicilio.

❖ **Requisitos**

Conocimiento

- Certificación de conocimientos en albañilería a nivel técnico o maestro constructor.

Experiencia:

- Debe tener la certificación de obras realizadas en trabajos similares.
- Experiencia en trabajos similares de 3 a 4 años

4.4. REMUNERACIÓN

Con respecto a la determinación de la remuneración, se tomó en cuenta ciertos aspectos como ser:

- Que los únicos empleados de planta que la empresa contratará son un gerente general y un operador en recepción de pedidos.
- El personal operativo no será fijo o de planta, sino que la empresa elaborará una lista de obreros por cada especialidad de servicio que se ofrecerá (albañilería, plomería, carpintería y electricidad), de los cuales se seleccionará a los más adecuados para el trabajo previa consideración además de su disponibilidad de tiempo, este proceso se desarrollará con mayor rapidez a través de nuestra aplicación móvil.

Este modelo reducirá significativamente el costo que incide directamente en la rentabilidad del negocio con respecto a la mano de obra.

Por consiguiente, para la remuneración recurrimos a la fijación de porcentajes, para elaborar una estructura de pagos al obrero por cada trabajo realizado. Es decir, que la empresa fijará el precio por el servicio que solicite el cliente en base a un porcentaje que se distribuirá entre el obrero y la empresa.

4.4.1. DETERMINACIÓN DE LOS PORCENTAJES:

- **Porcentaje para la empresa.** - Dado que REPAIRMAN será el principal gestor de la recepción de los servicios de reparación que solicite el cliente, además de que proporcionará al obrero las herramientas necesarias para realizar el trabajo, se le atribuirá el 45% de ganancia del precio total por trabajo que realice cada obrero.
- **Porcentaje para el obrero.** - todos los obreros percibirán un porcentaje fijo del 55% de cada trabajo realizado, la empresa les asignará este porcentaje puesto que estos obreros son personas especializadas en cada rubro.

En lo que respecta a la remuneración de los empleados de planta se detalla a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4.1

REMUNERACION MENSUAL

Planilla de mano de obra	Cantidad	Días	Sueldo mensual Básico	Total sueldo mensual
Gerente general	1	30 días	2.600 bs.	2.600 bs.
Operador de servicios	1	30 días	2.300 bs.	2.300 bs.
TOTAL	2 personas			4.900 bs.

CAPÍTULO V

PLAN FINANCIERO

Un plan financiero permitirá medir la rentabilidad de la empresa por medio de indicadores financieros para ello se deberá cuantificar todos los ingresos gastos e inversiones planteadas en las anteriores áreas para consolidarla en este punto de manera ordenada y estratégica.

5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA

El objetivo de un plan financiero es determinar la viabilidad económica que tiene la empresa de estudio para ejecución, expresada en términos económicos, lo cual le permita tomar una decisión de si invertir o no invertir por parte de los inversionistas.

5.1.1. DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL

Todo proyecto necesita de inyección de capital y en el caso de la empresa de servicios múltiples para el hogar RAPAIRMAN, como se mencionó en un inicio esta deberá realizar diferentes inversiones que se detallarán a continuación:

5.1.1.1. Inversión en Activos Fijos

Como toda empresa para su funcionamiento requiere de activos fijos tangibles e intangibles para su funcionamiento es así que estos activos sirven tanto para la producción como para la comercialización del producto, en tal sentido se detalla los requerimientos de inversión en activos fijos en los siguientes puntos que se mencionan a continuación:

5.1.1.2. Inversión en vehículo

La empresa para realizar sus diferentes actividades en cuanto a movilización del personal y herramientas de trabajo para la prestación de servicios a domicilio requiere realizar la compra de un vehículo cuya inversión asciende a Bs. 105.000.- con la compra de una camioneta marca Toyota con carrocería mediana como se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro N. 5.1

**INVERSIÓN EN VEHICULO
EXPRESADO EN BOLIVIANOS**

N°	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	TOYOTA DYNA MEDIANA COLOR BLANCO PARA TRANSPORTE DE HERRAMIENTAS DE TRABAJO	1	105000	105000
TOTAL INVERSION EN VEHICULO				Bs.105000

Fuente: Elaboración propia a partir de consultas a agencias.

5.1.1.3. Inversión en herramientas

La empresa requiere realizar inversión en herramientas de trabajo mismas que le ayudarán a la realización de los diferentes servicios prestados a los clientes, estas herramientas son utilizadas por el personal asignado según el requerimiento de los hogares, es así que entre esta inversión se encuentra las diferentes herramientas básicas que requiere un albañil, un carpintero, un electricista, o un plomero, misma inversión asciende a Bs. 4.372.- como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.2
INVERSION EN HERRAMIENTAS
EXPRESADO EN BOLIVIANOS

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO
ELECTRICISTA		
ALICATES	4 unidades	60 bs
DESTORNILLADORES PLANO Y ESTRELLA	4 unidades	32 bs
PELA CABLES	4 unidades	120 bs
REMACHADORAS	4 unidades	60 bs
DETECTOR DE TENSIÓN	2 unidades	169 bs
TIJERA DE ELECTRICISTA	2 unidades	30 bs
PINZAS	4 unidades	80 bs
REGLA METÁLICA	4 unidades	48 bs
METRO	4 unidades	62 bs
ESCUADRA NIVELADORA	4 unidades	65 bs
GRAPADORA ESPECIAL PARA ELECTRICISTAS	2 unidades	40 bs
MARTILLO DE ELECTRICISTA	2 unidades	37 bs
ALBAÑILERÍA		
PALETA DE ALBAÑIL.	3 unidades	45 bs
LLANA LISA.	3 unidades	24 bs
LLANA DE GOMA.	2 unidades	24 bs
LLANA DENTADA O PEINE.	1 unidades	12 bs
MACETAS Y MAZOS	2 unidades	80 bs
PLOMADAS DE ALBAÑIL LÁSER	2 unidades	110 bs
PLOMADA CLÁSICA DE ALBAÑI	3 unidades	36 bs
NIVELES DE BURBUJA	3 unidades	60 bs
FLEXÓMETROS	4 unidades	60bs
CUBOS DE OBRA Y GAVETAS DE GOMA	5 unidades	110 bs
TENAZAS	4 unidades	80 bs

HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS PARA ALBAÑILERÍA		
AMOLADORAS	2 unidades	480 bs
TALADROS	2 unidades	360 bs
MEZCLADORAS DE MORTERO.-	2 unidad	440 bs
CARPINTERÍA		
CEPILLO	3 unidades	270 bs
GUBIA Y FORMÓN	2 unidades	30 bs
LIJA	1 rollo	70 bs
REGLA	2 unidades	30 bs
TALADRO	1 unidad	150 bs
ESCUADRA	2 unidades	35 bs
MARTILLO	2 unidades	40 bs
SIERRAS	2 unidades	70 bs
SERRUCHO DE COSTILLA	1 unidad	40 bs
PRENSAS DE ANGULO	4 unidades	100 bs
PLOMERÍA		
DESATASCADOR DE TAZA	3 unidades	60 bs
TALADRO DE LAVABO	2 unidades	70 bs
TALADRO DE INODORO	1 unidades	250 bs
DESATASCADOR CON REBORDE	2 unidades	17 bs
CINTA DE TEFLÓN O PLOMERÍA	4 unidades	10 bs
LLAVE INGLESA	3 unidades	180 bs
LLAVE GRIFA	2 unidades	70 bs
PINZA PICO DE LORO	2 unidades	32 bs
PINZA A PRESIÓN	2 unidades	54 bs
CORTATUBOS	2 unidades	70 bs
TOTAL		Bs. 4.372

5.1.1.4 Inversión en muebles y enseres

La inversión en muebles y enseres de la empresa de servicios para el hogar es como se detalla:

Se requiere realizar la adquisición de muebles tanto para la administración y atención a los clientes que se la realizará en un mismo lugar y cuya inversión no requiere de muchos detalles, pues la mayor parte del trabajo realizará a domicilio como se explicó en puntos anteriores.

En cuanto a la inversión en muebles y enseres la empresa requiere hacer una inversión de Bs. 4.440.- en muebles y enseres, mismos que serán para la compra de 2 escritorios, 2 sillas giratorias, 4 sillas metálicas y 5 estantes para archivo de documentación, pero principalmente para el almacenamiento de las herramientas, como se detalla en el cuadro:

Cuadro N. 5.3
INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES
EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	ESCRITORIO	2	500	1.000
2	ESTANTE	5	280	1.400
3	SILLA GIRATORIA	2	780	1.560
4	SILLAS METALICAS	4	120	480
TOTAL INVERSION INICIAL				Bs. 4.440

5.1.1.5. Inversión Equipo de computación

La empresa requerirá invertir en un equipo de computación para el registro correspondiente de los ingresos de manera ordenada y oportuna como para el desarrollo publicitario y la atención al cliente vía internet, además de un equipo telefónico inalámbrico. Para ello se requiere de una inversión de Bs. 10.930.- como se detalla en el siguiente Cuadro:

Cuadro N. 5.4
INVERSIÓN EN EQUIPO DE COMPUTACIÓN
EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
1	Computadora de escritorio	2	4.500	9.000
2	Teléfono inalámbrico	1	. 130	130
2	Impresora Epson	1	1.800	1.800
TOTAL INVERSION INICIAL				Bs. 10.930

5.1.2. TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

La total inversión en activos fijos es de Bs. 124.742.-, distribuidas en inversión en maquinaria y equipo, herramientas de trabajo, muebles y enseres, equipo de computación, tal como se detalle en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.5
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS
EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	UNIDAD	TOTAL
1	INVERSIÓN EN VEHICULO	BS.	105.000
3	HERRAMIENTAS	BS.	4.372
4	MUEBLES Y ENSERES	BS.	4.440
5	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	BS.	10.930
SUB TOTAL INVERSION INICIAL A FIJOS			Bs. 124.742

5.2. INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida son todos aquellos gastos de organización de la empresa que realiza antes de la puesta en marcha y que estos no pueden ser registrados como gasto y que son necesarios para que la empresa pueda iniciar sus actividades legalmente constituidas es decir son gastos pre operacionales que contablemente se difieren en cuatro años los gastos o inversión diferida asciende a Bs. 11.900.- como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.6

INVERSIÓN DIFERIDA

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	TOTAL
1	GASTOS PREOPERACIONALES	4.800
2	INVESTIGACION DE MERCADOS	800
3	GASTOS DE ORGANIZACIÓN	3.500
4	GASTOS VARIOS	2.800
TOTAL INVERSION DIFERIDA		Bs. 11.900

5.2.1. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el dinero necesario para que la empresa requiere para funcionar normalmente en sus actividades empresariales hasta que genere los suficientes recursos y pueda cerrar su ciclo productivo cubriendo todos sus gastos por cuenta propia.

El capital de trabajo requerido por la empresa de servicios para el hogar es de **Bs. 33.417.-** el cual consta de prevención para gastos de administración para 2 meses que asciende a Bs. 15.267.-, prevención en gastos de comercialización para 2 meses con un monto de Bs. 3.010.- y la prevención de gastos para los sueldos y salarios con un monto de Bs. 15.141.-, como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.7

DETERMINACION DEL CAPITAL DE TRABAJO

Expresado en Bolivianos

DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	MES	2	15.267
GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN	MES	2	3.010
SUELDOS Y SALARIOS	MES	2	15.141
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			Bs. 33.417

5.2.2. INVERSIÓN TOTAL

Como se pudo detallar anteriormente todas las inversiones que se debe realizar para el funcionamiento de la empresa son denominados activos fijos y diferidos mismos que asciende a Bs. 170.059.

Dicha inversión se encuentra en maquinaria y equipo, herramientas de trabajo, muebles y enceres, equipo de computación, capital de trabajo e inversión diferida como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.8

INVERSIÓN INICIAL

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	UNIDAD	TOTAL
1	INVERSIÓN EN VEHICULO	BS.	105.000
2	HERRAMIENTAS	BS.	4.372
3	MUEBLES Y ENCERES	BS.	4.440
4	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	BS.	10.930
SUB TOTAL INVERSION INICIAL A FIJOS			Bs. 124.742
1	CAPITAL DE TRABAJO	BS.	33.417
2	INVERSION DIFERIDA	BS.	11.900
SUB TOTAL INVERSION INICIAL			Bs. 45.397
TOTAL INVERSION INICIAL			Bs. 170.059

5.3. FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento de la inversión requerida para el funcionamiento de la empresa de servicios múltiples para el hogar, será por los socios con el 100% del financiamiento requerido para la iniciación de sus actividades por lo que no requerirá realizar préstamos bancarios.

5.4. COSTO DE PRODUCCION

Para la determinación de los costos fijo unitarios es necesario tomar en cuenta dos factores los costos variables unitario y los costos fijos sobre la producción anual para tener los costos fijo unitario, y la suma de estos dos llegan a ser el total costo de producción.

➤ COSTOS VARIABLES UNITARIOS

Al tratarse de una empresa de servicios esta por su naturaleza que tiene y la modalidad de trabajo donde el cliente suministra los diferentes insumos para la reparación esta no cuenta con costos variables por lo que no requiere determinarlos.

➤ COSTOS FIJOS UNITARIOS

Para la determinación de los costos fijos de la empresa de servicios es necesario tomar los siguientes datos como se detallan en los siguientes cuadros que se describen a continuación:

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración de la empresa de servicios para el hogar que pretende invertir en cuanto a gastos de administración tendrían un gasto anual que llegaría a los Bs. 74.700.- distribuido en energía eléctrica, material de escritorio, alquiler de oficinas, y otros como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.9

GASTOS ADMINISTRATIVOS-POR AÑO EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO [BS]	COSTO TOTAL
1	Energía Eléctrica	mensual	12	600,00	7.200,00
2	Alquiler	mensual	12	2.400,00	28.800,00
3	Teléfono-Celular	mensual	12	120,00	1.440,00
4	Material de Escritorio	mensual	12	200,00	2.400,00
5	Internet	mensual	12	570,00	6.840,00
6	Aplicación y mantenimiento de los programas operativos	Anual	1	21.700,00	21.700,00
6	cable	mensual	12	350,00	4.200,00
7	Mantenimiento de computadoras	semestral	2	80,00	160,00
8	Material de limpieza	semestral	2	2.500,00	5.000,00
9	Agua	mensual	12	780,00	9.360,00
10	Licencias de Funcionamiento	anual	1	4.500,00	4.500,00
COSTO TOTAL					Bs. 91.600,00

GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Los gastos de comercialización o de marketing son todos aquellos gastos necesarios para dar a conocer el producto al público objetivo, estos ascienden a Bs. 18.060.- por año, los cuales están distribuidos en comunicación, publicidad por tv, y otros gastos como se especifica en el cuadro siguiente:

Cuadro N. 5.10

GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO [BS]	COSTO TOTAL
1	Factureros	semestral	2	70,00	140,00
	Combustible	mensual	12	400,00	4.800,00
2	Teléfono	mensual	12	120,00	1.440,00
3	Internet	Mensual	12	240,00	2.880,00
4	Spot publicitario	Anual	1	1.200,00	1.200,00
5	Publicidad por Tv	trimestral	4	1.900,00	7.600,00
COSTO TOTAL					Bs. 18.060,00

GASTOS EN SUELDOS Y SALARIOS

Los gastos en sueldos y salarios ascienden a Bs. **90.844,20.-**, de los cuales Bs. 66.000.- son por concepto de haberes básicos como así también Bs. 20.044,20.- son por concepto de beneficios sociales que la empresa deberá correr, por otro lado la escala salarial está en función al grado de importancia de cada puesto como se detalla en el cuadro

Cuadro N. 5.11

SUELDOS Y SALARIOS

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

CARGO	DETALLE DEL PUESTO	CANTIDAD DE PUESTOS	MES	REMUNERACIÓN MENSUAL UNITARIA	TOTAL
Gerente General	Tiempo completo	1	12	3.000,00	36.000,00
Operador de servicios	Tiempo completo	1	12	2.500,00	30.000,00
Contador	Por servicio	1	12	400,00	4.800,00
SUB TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					Bs. 70.800,00
PERSONAL DE PLANTA PARA BENEFICIOS SOCIALES					Bs. 66.000,00
BENEFICIOS SOCIALES					Bs. 20.044,20
TOTAL EN SUELDOS Y SALARIOS					Bs. 90.844,20

DEPRECIACIÓN

Todo activo en el transcurso del tiempo llega a depreciarse, y va perdiendo su valor, por esta razón esta pérdida de valor se lo carga al precio del servicio como un costo fijo, en este sentido la depreciación asciende a Bs. **14.769,50.-** anualmente con depreciaciones en maquinaria y herramientas, muebles y enseres, equipo de computación el cual utiliza la depreciación en línea recta contable, como se detalla en el cuadro:

Cuadro N. 5.12

CUADRO DE DEPRECIACIÓN EXPRESADO EN BOLIVIANOS

N°	DETALLE	INVERSION	AÑOS DE VIDA UTIL	DEPRECIACION		TOTAL DEPRECIACION
				ANUAL	AÑOS	
1	INVERSIÓN EN VEHÍCULO	105.000	10	10.500,00	4	42.000
3	HERRAMIENTAS	4.372	4	1.093,00	4	4.372
4	MUEBLES Y ENSERES	4.440	10	444,00	4	1.776
5	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	10.930	4	2.732,50	4	10.930
TOTAL DEPRECIACION				14.769,50	16	Bs. 59.078

➤ COSTO FIJO UNITARIO

El costo fijo unitario de la empresa está representado por todos esos gastos detallados anteriormente que son los gastos de administración, comercialización o de marketing, sueldos y salarios y la depreciación de activos de la empresa convertidos unitariamente en función a la demanda anual el cual tiene un costo fijo unitario de Bs. 67,27.-. Este costo debe ser cubierto fundamentalmente para que a partir del cual se pueda percibir ganancias los detalles se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.13

COSTOS FIJOS UNITARIOS DEL SERVICIO

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

GASTOS DE ADMINISTRACION	1	91.600,00	91.600,00		28,63
GASTOS DE COMERCIALIZACION	1	18.060,00	18.060,00		5,64
SUELDOS Y SALARIOS	1	90.844,20	90.844,20		28,39
DEPRECIACION	1	14.769,50	14.769,50		4,62
COSTO FIJO UNITARIO					Bs.67,27

➤ COSTO TOTAL Y UNITARIO

El escenario de este capítulo corresponde a uno pesimista, dado que se emplearán precios promedio y cantidades relativamente bajas con relación a los reales, además se consideró la naturaleza del negocio, este hace imposible determinar un precio fijo por el servicio, de manera que se procedió a promediar los costos de los recursos que implicaría la prestación de un servicio de reparación.

Una vez determinado los costos de producción tanto fijos y variables se puede determinar el costo unitario total de producción, que en la empresa de Multiservicios asciende a Bs. 67,27.-, el cual contempla los costos unitarios fijos pues, no se puede determinar los costos variables debido a la naturaleza del servicio.

Se determinó que la empresa dispondrá el beneficio del 55% correspondiente al obrero, por lo que se consideró adicionar ese porcentaje para la determinación objetiva del precio de un servicio, por consiguiente, el precio estimado de venta no facturado es de Bs. 104.- y el precio facturado de Bs.120.- como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.14

COSTO TOTAL Y UNITARIO

EXPRESADO EN BOLIVIANOS

DETALLE	MONTO
COSTO VARIABLE UNITARIO	Bs. 0,00
COSTO FIJO UNITARIO	Bs. 67,27
TOTAL COSTO	Bs. 67,27
PRECIO DE VENTA A 55%	Bs. 104,00
PRECIO FACTURADO	Bs. 120,00

5.6. INGRESOS PROYECTADOS

La estimación de la demanda está en función a la cantidad de domicilios existentes en los 13 distritos de la zona urbana de la ciudad, los cuales suman un total de 112.444 clientes.

Actualmente la competencia estaría atendiendo el 40% del total de domicilios que conforman la población de nuestro mercado potencial.

La frecuencia de solicitudes del servicio de reparación que es de 2 veces al año (*este dato se lo puede verificar en los resultados de la encuesta en la pregunta N. 6*). Como resultado nos da un total de 31.484 domicilios atendidos al año.

La demanda de este negocio se determinó bajo un escenario pesimista, por ello REPAIRMAN para el primer año pretende cubrir el 8% del total de solicitudes que se generan al año, dando como resultado una demanda anual de 2.519 solicitudes del servicio de reparación.

Se estima además que el departamento tiene un crecimiento de domicilios en la zona urbana del 4,2% anual según datos de la dirección de desarrollo urbano de la ciudad de Tarija, lo que significa que la demanda mínimamente crecerá en función a este porcentaje anual.

Tomando en cuenta todos los datos expuestos anteriormente los ingresos anuales para la empresa REPAIRMAN son de: Bs. 262.638.- en el primer año, con un precio de venta de Bs. 104.-, con un crecimiento del 4,2% anualmente sus ingresos ascienden a Bs. 272.618.- en el segundo año, de Bs. 282.977.- en el tercero y de Bs. 293.731.- en el cuarto año como se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.15
PROYECCION DE LA DEMANDA
EXPRESADO EN BOLIVIANOS

AÑO	DEMANDA	INCREMENTO %	DEMANDA PROYECTA	PRECIO	INGRESO ANUAL
1	2519	4,2%	2519	104	Bs. 262.638
2	2614	4,2%	2614	104	Bs. 272.618
3	2714	4,2%	2714	104	Bs. 282.977
4	2817	4,2%	2817	104	Bs. 293.731

5.7 FLUJO DE CAJA

El análisis de la factibilidad económica y viabilidad financiera de la empresa de servicios para el hogar está en función a los resultados de su flujo de caja como se muestra a continuación y contempla el siguiente análisis:

- La inversión requerida por la empresa asciende a Bs. **170.059,37** dinero que será invertido desde el primer año por los inversionistas para poder poner en marcha el nuevo emprendimiento.
- Los costos fijos totales que son de Bs. **200.188,70** para todas las gestiones estos comprende los costos de administración, comercialización, gasto en sueldos y salarios, imprevistos y depreciación.
- La utilidad de la empresa se ve reflejada desde el primer año de funcionamiento y tiende a aumentar por lo que es alcanzado por el impuesto a las utilidades de las empresas del 25% anual.

- El flujo de caja de la empresa es de Bs. **58.671,87.-** en el primer año, de Bs. **72.066,39.-** en el segundo año, de Bs. **79.836,00.-** en el tercer año y de Bs. **121.007,22.-** en el cuarto año, como se muestra en el siguiente cuadro, el cual es un buen factor para invertir en la empresa:

Cuadro N. 5.16
FLUJO DE CAJA ECONOMICO FINANCIERO
Expresado en Bolivianos

CONCEPTO	0	1	2	3	4
INGRESO TOTAL		262.637,66	272.617,89	282.977,37	293.730,51
Ingresos por venta del producto		262.637,66	272.617,89	282.977,37	293.730,51
TOTAL EGRESOS		200.188,70	200.188,70	200.188,70	200.188,70
COSTOS FIJOS		200.188,70	200.188,70	200.188,70	200.188,70
Costos administración		91.600,00	91.600,00	91.600,00	91.600,00
Mano de Obra		90.844,20	90.844,20	90.844,20	90.844,20
Depreciación		14.769,50	14.769,50	14.769,50	14.769,50
Amortización inv. diferida		2.975,00	2.975,00	2.975,00	2.975,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		62.448,96	72.429,19	82.788,67	93.541,81
Impuesto a las transacciones		7.879,13	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD IMPONIBLE		54.569,83	72.429,19	82.788,67	93.541,81
Impuestos	0,00	13.642,46	18.107,30	20.697,17	23.385,45
UTILIDAD NETA	0,00	40.927,37	54.321,89	62.091,50	70.156,36
Depreciación		14.769,50	14.769,50	14.769,50	14.769,50
Inversión inicial(aporte propio)	-124.742,00				
Inversión capital de trabajo	-33.417,37				33.417,37
Inversión diferida	-11.900,00				
Amortización inv. diferida		2.975,00	2.975,00	2.975,00	
Valor de desecho (residual)					2.664,00
FLUJO DE CAJA	-170.059,37	58.671,87	72.066,39	79.836,00	121.007,22

5.8. INDICADORES DE RENTABILIDAD

Un indicador de rentabilidad es una herramienta financiera que mide la rentabilidad de una operación en términos monetarios, porcentuales o de otra índole y toda inversión espera mínimamente una tasa de rentabilidad mayor de lo que ofrecen en el banco.

- **VAN**

La VAN (valor actual neto), es una herramienta financiera que mide la inversión en relación a los ingresos percibidos, pero tomando en cuenta que son utilidades futuras los vuelve en tiempo real haciendo una diferencia entre inversión y beneficio neto, donde si el valor de la VAN es mayor que cero se debería aceptar el proyecto. En el caso de la empresa de servicios para el hogar, la VAN asciende a Bs. 126.919,31.- lo que quiere decir, que si se debe invertir en la empresa, porque después de cuatro años la empresa habrá ganado Bs. 126.919,31.-, después de recuperar su inversión, con una tasa de costo de oportunidad del 4%, este porcentaje está basado en la tasa de inflación anual de nuestro país puesto que no requerimos de un prestamos bancario en la financiación del proyecto, como se puede ver en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 5.17

INDICADOR	
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	Bs. 126.919,31
Diferencia del valor inicial de la inversión (remanente)	Bs. 2.177,31

Además, también se percibe un remanente de Bs. 2.177,31.- debido a que en el valor actual neto de nuestro negocio supera por ese monto a la inversión inicial hecha por parte de los socios.

- **TIR**

Conocida como tasa interna de retorno que no es más que el porcentaje que la empresa puede soportar antes de que el VAN sea 0, que en el caso de la TIR de la empresa es de 25,38% de TIR neta, lo que significa que si se debería invertir en el proyecto porque la empresa puede soportar en un 25,38% antes de que el VAN sea cero y deje de ser rentable. Tal como nos muestra en el siguiente cuadro

Cuadro N. 5.18

INDICADOR	
TASA INTERNA DE RETONO (TIR)	25,38%

- **PERIODO DE RECUPERACIÓN**

El periodo de recuperación de la empresa de servicios para el hogar es de 2 años, 5 meses, esto quiere decir que la empresa generará los beneficios suficientes en este tiempo mencionado para cubrir la inversión inicial, el cual es favorable dado que, el periodo de recuperación no pasa de dos años. En el cuadro se detalla los factores tomados para el periodo de recuperación.

Cuadro N. 5.19

FLUJO DE CAJA	-170.059,37	58.671,87	72.066,39	79.836,00
DESCUENTO DE FLUJO	-170.059,37	-111.387,49	-39.321,10	40.514,90
RECUPERACION EN AÑOS	0	1	1,55	0,49
RECUPERACION EN MESES			18,55	5,91
PERIODO DE REPERACION 2 Y 5 MESES				

Según el análisis financiero podríamos decir que:

Si podrá ser viable económica y financieramente para realizar la inversión correspondiente, puesto que los indicadores VAN, TIR y el Periodo de recuperación nos muestran la viabilidad económica del negocio.