

“UNIVERSIDAD AUTONOMA JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TALLER DE PROFESIONALIZACION II
MODALIDAD: PLAN DE NEGOCIO



**PLAN DE NEGOCIO PARA EL EMPRENDIMIENTO DE UN SERVICIO DE
UNA LAVANDERIA INDUSTRIAL EN LA CIUDAD DE TARIJA**

“LAVANDERIA INDUSTRIAL 24/7” SIEMPRE LIMPIO E IMPECABLE

POR:

GUTIERREZ MAMANI LIDIA

VELÁSQUEZ BERRIOS YAMINA HEMILY

DOCENTE GUÍA: M.Sc. LIC. LUIS ARAOZ MONTOYA

**Trabajo de profesionalización presentado a continuación de la “UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el
Grado de Licenciatura en Administración de Empresas.**

TARIJA – BOLIVIA

NOVIEMBRE 2021

DEDICATORIA

LIDIA GUTIERREZ MAMANI

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy hoy, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que incluye este. Me formaron con reglas y mucha humildad, pero al final de cuentas me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos, Gracias Madre y Padre.

A mis ocho hermanos (as) por todo el apoyo en esta etapa de mi vida, Gracias Ñañas.

YAMINA HEMILY VELÁSQUEZ BERRIOS

A Dios, por haber sido la luz que me guio, a lo largo del camino y por haberme dado la fuerza, fe y fortaleza necesaria para salir adelante.

A mis padres por haberme forjado, como la persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros, se los debo a ustedes entre los que se incluye este.

INDICE

PERFIL DEL PROYECTO -----	1
1.1. ANTECEDENTES -----	1
1.2. JUSTIFICACIÓN -----	2
1.2.1. Justificación Teórica -----	4
1.2.2. Justificación Ambiental -----	4
1.2.3. Justificación Práctica -----	5
1.2.4. Justificación Social -----	5
1.2.5. Justificación Legal -----	5
1.2.6. Justificación Técnica -----	5
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA -----	6
1.3.1. Identificación del Problema -----	6
1.3.2. Definición del Problema -----	6
1.3.3. Formulación del Problema -----	7
1.4. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN -----	7
1.4.1. Objetivo General -----	7
1.4.2. Objetivos Específicos -----	7
1.5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN -----	8
1.5.1. Tipo de Investigación -----	8
1.5.2. Método y Técnicas de Investigación -----	8
1.5.2.1. Fuente Primaria -----	9
1.5.2.2. Técnicas -----	9
1.5.2.3. Fuente Secundaria -----	9
1.6. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN -----	9
1.6.1. Delimitación Geográfica -----	9
1.6.2. Delimitación Temática (Teórica) -----	9
1.6.3. Delimitación Temporal -----	10
CAPITULO I. ANALISIS SE CONTEXTO Y NATURALEZA DEL NEGOCIO -----	10

1.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO -----	11
1.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO -----	11
1.1.1.1. Político legal -----	11
1.1.1.2. Económico -----	12
1.1.1.2.1. Producto Interno Bruto -PIB: -----	14
1.1.1.2.2. Inflación -----	14
1.1.1.2.3. Tasa de Interés. -----	15
1.1.1.2.4. Tipo de Cambio. -----	16
1.1.1.2.5. Desempleo -----	17
1.1.1.3. Social -----	17
1.1.1.4. Tecnológico -----	18
1.1.1.5. Ambiental -----	19
1.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO -----	19
1.1.2.1. Consumidores -----	20
1.1.2.2. Competidores Actuales -----	21
1.1.2.3. Competidores Potenciales -----	23
1.1.2.4. Servicios Sustitutos -----	23
1.1.2.5. Proveedores de insumos -----	24
1.1.3. Matriz F.O.D.A. INDUSTRIAL -----	25
1.2. NATURALEZA DEL NEGOCIO -----	26
1.2.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO O IDEA DEL NEGOCIO -----	26
1.2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA -----	27
1.2.2.1. Nombre de la Empresa -----	28
1.2.2.2. Tipo de Empresa -----	28
1.2.2.3. Ubicación y Tamaño. -----	28
1.2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL -----	29
1.2.3.3. Visión, Misión y Valores de la empresa -----	29
1.2.3.4. Objetivos Estratégicos de la empresa -----	30
1.2.3.5. Ventajas competitivas -----	30
CAPITULO II. INVESTIGACION DE MERCADO -----	31

2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	31
2.1.1. Objetivo del estudio del mercado	31
2.1.1.1. Problema Gerencial	31
2.1.1.2. Planteamiento del Problema de Investigación de Mercados ----	31
Fundamentación	31
2.1.1.2.1. Definición del Problema	32
2.1.1.2.2. Problema de investigación de mercado	33
2.1.1.3. Pregunta Científica de Investigación	33
2.1.1.4. Planteamiento de la hipótesis	33
2.1.1.4.1. Identificación de variables	33
Variable Independiente:	33
2.1.1.4.2. Operacionalización de las variables	34
2.1.1.5. Objetivos de la Investigación de Mercados (General y Específicos)	34
2.1.1.5.1. Objetivo General	34
2.1.1.5.2. Objetivos Específicos	34
2.1.1.6. Métodos y técnicas de Investigación de Mercados	35
2.1.2. Diseño de Investigación	35
2.1.2.1. Investigación Exploratoria	35
2.1.2.2. Investigación Descriptiva	36
2.1.2.2.1. Recopilación de la información	36
2.1.2.2.2. Población Sujeta a Estudio	36
2.1.2.2.3. Análisis del Comportamiento del Mercado	37
2.1.2.2.4. Determinación de la Población y el tamaño de la Muestra --	37
2.1.2.2.5. La Encuesta	38
2.1.2.2.5.1. El cuestionario	38
2.1.2.2.5.2. La entrevista	38
2.1.2.3. Presentación y Análisis de Resultados (Mediante gráficos estadísticos)	38
2.1.2.3.1. Analisis de Datos	39

2.1.2.3.1.1. Análisis del Alpha de Cronbach-----	39
3.1.3. Participación de la Competencia en el mercado-----	61
3.1.4. Riesgos y oportunidades del mercado -----	61
3.1.5. Conclusiones de la investigación de mercados. -----	62
CAPITULO III. PLAN DE MARKETING-----	57
3.1. PLAN DE MARKETING-----	57
3.1.1. Objetivos de Marketing -----	57
3.1.2. Segmentación de Mercado -----	58
3.1.2.1. Segmentación -----	58
3.1.3.1. Segmento Geográfico-----	58
3.1.3.1.1. Niveles socio económicos -----	58
3.1.3.1.2. Cálculo del mercado potencial-----	59
3.1.3.1.3. Cálculo del mercado objetivo y el número de usuarios el primer año -----	60
3.2.3. Marketing Mix-----	61
3.2.3.1. Mezcla comercial para Lavandería Industrial 24/7 “Siempre limpio e impecable”-----	61
3.2.3.1.1. Servicio -----	62
3.1.3.1.2. Precio -----	65
3.1.3.1.2.1. Políticas de precio -----	65
3.1.3.1.3. Plaza-----	67
3.1.3.1.4. Promoción -----	68
3.1.4. La flor del servicio -----	68
3.1.5. Estrategias de Posicionamiento-----	71
3.1.5.1. Imagen de la empresa mediante el diseño de la Marca, Logotipo y Slogan. 73	
3.1.5.2. Marketing Digital (Puede utilizar, Facebook, WhatsApp mediante Código QR) -----	74
3.1.5.3. Estrategia de Promoción de Ventas -----	76

3.1.5.4. Estrategia publicitaria.....	82
3.1.6. Estrategias de Marketing ecológico y social.	82
3.1.7. Presupuesto de Marketing.....	84
CAPITULO IV. PLAN DE OPERACIONES	84
4.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE OPERACIONES	84
4.1.1. Objetivo General	84
4.1.2. Objetivo Especifico.....	84
4.2. INGENIERÍA DEL SERVICIO (Diseño y especificaciones).	85
4.3. DESCRIPCION DEL PROCESO DEL SERVICIO.....	91
4.3.1. Tipo de Proceso.....	91
4.3.2. Flujograma del Proceso de lavado	92
4.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	95
4.4.1. Requerimiento de Equipos y Maquinarias	95
4.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES.....	100
4.5.1. Proveedores negociables (para que insumos o materiales)	100
4.5.2. Proveedores de Servicio	102
4.6. CAPACIDAD INSTALADA	103
4.6.1. Cálculo de días al año laborables.....	104
4.6.2. Capacidad utilizada	104
4.6.3. Cálculo de la Capacidad Utilizada al año.....	104
4.7. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	105
4.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS.....	106
4.9. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	107
4.10. CONTROL DE CALIDAD.....	108
4.11. DETERMINACION COSTOS DE SERVICIO	108
CAPITULO V. PLAN DE ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS ---	109
5.1. OBJETIVOS DEL AREA DE RECURSOS HUMANOS	109
5.1.1. Objetivo General.....	109
5.1.2. Objetivos Específicos.....	109

5.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	109
5.2.1. Sistema de Organización	109
5.2.2. Estructura Organizacional	110
5.2.3. Descripción de Puestos o Manual de Funciones	112
5.2.4. Proceso de Integración del Personal	124
5.2.4.1. Reclutamiento	124
5.2.4.2. Selección	125
5.2.4.3. Contratación	125
5.2.4.4. Inducción	125
5.2.4.5. Capacitación	126
5.2.4.6. Evolución del desempeño	126
5.3. ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS	127
5.3.1. Escala Salarial	127
5.3.2. Presupuesto de Mano de Obra o Planilla de Sueldos y Salarios (considere aportes patronales y otros)	128
CAPITULO VI. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACION	136
6.1. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN	136
6.1.1. Obligaciones Fiscales	136
6.1.1.1. Fundempresa	137
6.1.1.2. Servicios de Impuestos Nacionales	139
6.1.1.3. Alcaldía Municipal	140
6.1.1.5. Administración de fondos de pensiones	141
6.1.1.6. Ministerio de Trabajo	142
6.1.1.7. Cámara de Comercio	143
CAPITULO VII. PLAN FINANCIERO	147
7.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA	147
7.1.1. Objetivo General	147
7.1.2. Objetivos Específico	147
7.1.3. Fuente de Financiamiento	148

7.1.3.1. Recursos económicos disponibles -----	148
7.1.3.2. Necesidad de Crédito -----	148
7.1.3.3. Garantías y avales disponibles -----	149
7.1.3.4. Estructura de inversiones y financiamiento -----	149
7.1.3.4.3. Amortización de la deuda -----	154
7.1.3.4.4. Depreciación de activos fijos -----	157
7.1.3.4.5. Valor residual -----	157
7.1.3.5. Análisis de Costo -----	151
7.1.3.6. Costos variables -----	151
7.1.3.5.1. Costos fijos y costos variables -----	164
7.1.3.6. Análisis de costo del servicio -----	165
7.1.3.7. Determinación de precio de Factura -----	166
7.1.3.7.1. Precio unitario sin factura -----	166
7.1.3.7.2. Precio Unitario con Factura -----	166
7.1.3.8. Análisis de ingresos -----	167
7.1.3.9. Flujo de caja -----	169
7.1.3.10. Indicadores financieros -----	170
7.1.3.10.1. Valor actual neto -----	170
7.1.3.10.2. Tasa interna de retorno -----	171
7.1.3.10.3. Período de recuperación -----	171
7.1.3.10.4. Índice de beneficio costo -----	172
7.1.3.11. Análisis de la sensibilidad -----	173
7.1.3.12. Balance de apertura -----	174
CAPITULO IIX. CONCLUSIONES -----	152
CAPITULO IX. RECOMENDACIONES -----	174
CAPITULO X. BIBLIOGRAFIA Y WEBLOGRAFIA -----	172
CAPITULO XI. ANEXOS -----	173

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Promedio de agua que se gasta en la ciudad de Tarija	4
Tabla 2: Crecimiento del producto interno bruto según departamentos	13
Tabla 3: Tipos de interés	16
Tabla 4: Tipo de Cambio.....	16
Tabla 5: Número de empresas competidoras	22
Tabla 6: Servicios sustitutos.....	23
Tabla 7: Matriz F.O.D.A.	25
Tabla 8: Clasificación de prendas.....	26
Tabla 9: Operacionalización de variables.....	34
Tabla 10: población según datos del INE.....	36
Tabla 11: Estadística de Elementos	40
Tabla 12: Estadística de Elementos	40
Tabla 13: Estadística de Escala.....	42
Tabla 14: Participación de la competencia en el mercado	61
Tabla 15: Riesgos y oportunidades en el mercado	62
Tabla 16: Porcentaje de Clase Media - Alta	59
Tabla 17: Cálculo del mercado potencial.....	59
Tabla 18: Mercado potencial y mercado objetivo.....	60
Tabla 19: Proyección anual del número máximo de clientes en la lavandería....	61
Tabla 20: Servicio incluido a ofrecer.....	66
Tabla 21: Presupuesto (expresado en bolivianos)	84
Tabla 22: Materiales y equipos	85
Tabla 23: Costo de maquinaria y equipo	97
Tabla 24: Costos de muebles y enseres.....	98
Tabla 25: Costo de equipos para recepción	99
Tabla 26: Proveedores de insumos	100
Tabla 27: Costos de insumos	101

Tabla 28: Costos de servicios básicos	102
Tabla 29: Capacidad instalada de servicio	103
Tabla 30: Distribución de planta	106
Tabla 31: Manual de funciones del Gerente General	112
Tabla 32: Manual de funciones de la secretaria ejecutiva.....	113
Tabla 33: Manual de funciones del jefe de servicio	115
Tabla 34: Manual de funciones del jefe de finanzas	116
Tabla 35: Manual de funciones de la recepcionista 1	118
Tabla 36: Manual de funciones de la recepcionista 2	119
Tabla 37: Manual de funciones del operario 1	120
Tabla 38: Manual de funciones del operario 2	121
Tabla 39: Manual de funciones del chofer.....	123
Tabla 40: Horario de trabajo	129
Tabla 41: Pasos a seguir para la creación de la empresa	136
Tabla 42: Presupuesto de gastos organizacionales.....	144
Tabla 43: plan de inversión y fuentes de financiamiento	151
Tabla 44: Amortización de la deuda	154
Tabla 45: Depreciación de activos fijos.....	157
Tabla 46: Calculo del valor residual	157
Tabla 47: Gastos administrativos	151
Tabla 48: Gastos de comercialización	162
Tabla 49: Gastos de insumo	163
Tabla 50: Proyección de los costos indirectos de fabricación	164
Tabla 51: Calculo de los costos fijos y costos variables	164
Tabla 52: Proyección poblacional.....	165
Tabla 53: Estructura de ingresos.....	167
Tabla 54: Proyección anual de kilogramos por persona	167
Tabla 55: Tipos de servicio y su precio	168
Tabla 56: Proyección de ingresos de Lavandería Industrial 24/7	168
Tabla 57: Flujo de caja	169

Tabla 58: Período de Recuperación	172
Tabla 59: Evaluación Financiera	173
Tabla 60: Balance de apertura.....	174

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Las cinco fuerzas de que guían la competencia de negocio.....	20
Grafico 2: Sexo	42
Grafico 3: Edad	43
Grafico 4: Pregunta 1.- ¿Actualmente es usted usuario/a de una lavandería o tintorería en la ciudad de Tarija? Si su respuesta es "NO" pase a la pregunta N°6.	44
Gráfico 5: Pregunta 2.- ¿Desde hace cuánto tiempo hace uso de estos servicios?	45
Gráfico 6: Pregunta 3.- ¿Cómo conoció el servicio de tintorería?.....	46
Gráfico 7: Pregunta 4.- ¿Cuál fue el motivo que le llevo a solicitar el servicio de lavandería?	47
Gráfico 8: Pregunta 5.- ¿Qué características prefiere usted a la hora de utilizar un servicio de lavandería industrial? Elija 3 opciones que considere que son las más importantes.	48
Gráfico 9: Pregunta 6.- ¿Usted Utilizaría el servicio de una lavandería industrial?	52
Gráfico 10: Pregunta 7.- ¿Si existiera una nueva lavandería industrial para atender sus necesidades, estaría dispuesto a acudir?.....	53
Gráfico 11: Pregunta 8.- Si la lavandería industrial le ofreciera servicio de entrega de prendas a domicilio ¿cómo lo calificaría?	54
Gráfico 12: Pregunta 9.- ¿A qué hora del día preferiría acudir a lavar sus prendas?	55
Gráfico 13: Pregunta 10.- En su entorno social ¿Quiénes son los que más utilizan los servicios de lavandería?	56
Grafica 14: Pregunta 11.-Tomando en cuenta su comodidad y conformidad. Le gustaría que el servicio de lavandería sea:.....	57
Grafica 15: Pregunta 12.- ¿Usted es una persona dependiente de sus padres en cuanto a dinero se refiere?	58

Grafica 16: Pregunta 13.- En cuanto a ingresos mensuales. ¿En qué categoría se encuentra usted mensualmente?	59
Grafica 17: Pregunta 14.- De acuerdo a tu preferencia señale cual es el medio de comunicación más importante que utiliza para conocer productos o servicios ..	60
Gráfico 18: Relación entre las 4 P's y las 4 C	62
Gráfico 19: Ciclo de vida de un producto y /o servicio	64
Gráfico 20: Canal de distribución	67
Gráfico 21: Flor de Servicio	69
Gráfico 22: Diseño del Marca	73
Grafico 23: Logotipo de empresa.....	73
Grafico 24: Slogan.....	73
Grafico 25: página oficial de la lavandería industrial 24/7	74
Gráfico 26: Página oficial del WhatsApp Business de la LAVANDERIA INDUSTRIAL 24/7	75
Gráfico 27: Página oficial del Facebook de la LAVANDERIA INDUSTRIAL 24/7.....	77
.....	77
Gráfico 28: página oficial del WhatsApp de la LAVANDERIA INDUSTRIAL 24/7.....	77
Gráfico 29: Página oficial del Instagram de la LAVANDERIA INDUSTRIAL 24/7.....	78
Gráfico 30: Página oficial del Instagram de la LAVANDERIA INDUSTRIAL 24/7.....	78
Gráfico 31: La estrategia de venta del servicio	82
Gráfico 32: Flujograma del proceso	92
Gráfico 33: Ventilación.....	94
Gráfico 34: Ubicación de la empresa.....	106

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Participación del Producto Interno Bruto	177
Anexo 2: Participación departamental en el PIB	178
Anexo 3: Porcentaje de hombre y mujeres en la ciudad de Tarija	178
Anexo 4: Poblacion Estimada	180
Anexo 5: Encuesta Piloto	180
Anexo 5: Encuesta realizada para la investigación de Mercados	181
Anexo 6: Características Lavarropas de 14 a 25 kg	184
Anexo 7: Características de la secadora y centrifugadora de 15kg.....	185
Anexo 8: Características de la Planchadora- Calandra	186
Anexo 9: Vehículo con el que nuestra empresa trabajara.....	187
.....	187
Anexo 10: Flujo de Caja Pesimista	192
Anexo 11: Flujo de Caja Optimista	193