

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL CONTEXTO

1.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO

1.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO MEDIATO DEL NEGOCIO

1.1.1.1. Político-Legal

En las últimas décadas, concretamente en los años 90, durante los mandatos de Sánchez de Lozada y Banzer, se alzaron protestas sociales unidas a demandas populistas e incluso irrealizables, las medidas de ajuste y la capitalización de las compañías del estado, que pasaron a estar gestionadas al 50% por inversores privados, dieron lugar a una creciente insatisfacción social que culminó con el levantamiento de líderes indígenas, unidos bajo una consigna de presión simple pero eficaz como fue en ese entonces el corte de las carreteras.

Es ahí donde con sus orígenes en el sindicalismo campesino, en los grupos de productores de la hoja de coca del departamento de Cochabamba, surge Evo Morales quién llegó al escenario político brindando una opción en contra del poder hegemónico y neoliberal impuesto por la democracia pactada.

Morales encabezaba su partido: Movimiento Al Socialismo (MAS), desde el año 1997 aunque no asume la presidencia hasta 2006 con una mayoría absoluta, en un marco crítico de crisis creciente y agudas del neoliberalismo y la nueva orientación ortodoxa que siguieron los países de América Latina desde comienzos de los noventa, proponiendo ahora el nuevo líder políticas contrarias al neoliberalismo, donde en uno de sus discursos declaraba “Como no podemos resolver sindicalmente la situación, el movimiento campesino boliviano que se atrevió a resolver políticamente, electoralmente; es el Movimiento Al Socialismo el instrumento político por la soberanía de los pueblos”¹.

El nuevo partido de MAS, encabezado por Morales, permitiría a Bolivia exponer “candidatos a la presidencia esgrimiendo nuevas demandas (Asamblea Constituyente, tierra

¹ EVO MORALES AIMA: “Discurso de posesión del presidente constitucional del la república, Evo Morales Aima”, La Paz, 22 de enero de 2006.

y territorio, nacionalización de los hidrocarburos) y nuevas identidades (étnico-culturales)” que destaca su movimiento como algo nuevo en el escenario izquierdista en Bolivia y no manejado, como era tradicionalmente, por los sectores medios urbanos².

Antes de que Evo Morales ganara el poder presidencial, Bolivia había entrado en: “Una crisis política que es resultado de un proceso vinculado, entre otros factores, al agotamiento del proyecto estatal instaurando desde mediados de la década de los ochenta – en torno a la articulación hegemónica del neoliberalismo económico y la democracia representativa sustentada en pactos partidistas”³.

La presidencia de Evo Morales podría considerarse un avance en sí, si se consideran las fuertes divisiones sociales del país y el escaso o nulo poder de los sectores populares e indígenas. Al ser el primer presidente indígena del país, es una transformación de mucha relevancia en el mismo. Pero, el simple hecho de que Evo Morales haya alcanzado la presidencia, no quiere decir que el país ha superado todas sus divisiones. Asimismo, las buenas intenciones del actual presidente de armonizar los desequilibrios económicos y sociales tienen que materializarse para poder llegar a tener un efecto tangible.

En cuanto a la situación política del Departamento, es importante mencionar algunos antecedentes para entender la misma que, a diferencia del pasado, cuando era copado electoralmente por los partidos tradicionales como el MNR (Movimiento Nacionalista Revolucionario), MIR (Movimiento de Izquierda Revolucionaria), FRI (Frente Revolucionario de Izquierda) y ADN (Acción Democrática Nacionalista) en tanto los partidos de izquierda apenas llegaban a un 5% de la votación, el panorama ha cambiado y muchos sectores sociales volcaron su votación a favor del partido en actual gobierno

² MAYORGA, Fernando: “La izquierda campesina e indígena en Bolivia: El Movimiento Al Socialismo (MAS)” en Revista Venezolana de Ciencia Política Nº 28 (2005), Pág. 2.

³ MAYORGA, Fernando: “La izquierda campesina e indígena en Bolivia: El Movimiento Al Socialismo (MAS)” en Revista Venezolana de Ciencia Política Nº 28 (2005), Pág. 1.

(Movimiento al Socialismo-MAS) y del denominado proceso de cambio, lo cual se verifica en el resultado de las últimas votaciones donde el Movimiento al Socialismo ha incrementado su votación en Tarija consiguiendo al 40%, lo cual era impensable años atrás.

En un escenario departamental sobre la coyuntura política es importante recordar tres momentos políticos históricos que marcaron diferencia y que nos permiten seguir con coherencia la evolución política de la región como lo fue: La realización del Cabildo Autónomo en diciembre de 2006, el Referéndum Autónomo del 22 de junio de 2008 y los conflictos de septiembre del mismo año.

En la actualidad el departamento de Tarija se halla gobernado a la cabeza de un integrante del Movimiento al Socialismo (MAS), como lo es Lino Condori, quién desempeña tales funciones en calidad de interino del gobernador electo Mario Cossío.

Así como igualmente dentro de los aspectos políticos-legales es significativo recalcar el accionar del gobierno ante las Pymes, ya que la empresa en cuestión será del mismo rubro, es por eso que en Bolivia se reconoce la trascendencia de las micro y pequeñas empresas (MYPE) dentro de lo que es la economía nacional, no sólo por el elevado número de firmas, sino fundamentalmente por su contribución a la generación de empleo y a otros aspectos socioeconómicos, como por ejemplo; su aporte al PIB, a la mejora de la distribución del ingreso y al ahorro familiar. “En el país, la mayor parte de la ocupación empresarial está concentrada en las Mype las cuáles alcanzan a 216.064 unidades, que representan 93% del total de las empresas del país”⁴

Por otra parte el gobierno nacional promueve distintas estrategias generales de apoyo a las MYPE las cuales se encuentran establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo, Plan Sectorial de Desarrollo Productivo con Empleo Digno del Gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia, formulado en los años 2008 y 2009. Asimismo, se sustenta en normativas entre las que destacan la Nueva Constitución Política del Estado (NCPE) del 7 de febrero de 2009, la Ley Marco de Autonomías y Descentralización y la reglamentación instaurada para las compras estatales, entre otros anteproyectos de leyes que están en proceso de discusión, incluyendo las modificaciones al Código de Comercio.

⁴ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA, Encuesta a las MYPE 2008

A nivel departamental las pequeñas y micro empresas tienen gran importancia debido a la generación de empleo para sus habitantes y es así que cabe recalcar que en todo país existe una constitución que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos, es por eso que señalar que tanto la constitución como una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales repercuten de alguna manera sobre un proyecto y, por tanto, deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se halla incorporada ha determinado marco jurídico.

Para lo cual la implementación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento para la ciudad de Tarija, de acuerdo al rubro del mismo se basará en distintos aspectos como ser:

La Nueva Constitución Política del Estado (NCPE), promulgada en febrero de 2009, la cual establece que la función del Estado en la economía consiste en participar directamente en ésta mediante el incentivo y la producción de bienes y servicios económicos y sociales, para promover la equidad económica y social e impulsar el desarrollo, evitando el control oligopolio de la economía.

En el artículo 318 de la nueva constitución, referido a la política económica, párrafo II establece que el Estado reconoce y priorizará el apoyo a la organización de estructuras asociativas de micro, pequeñas y medianas empresas productoras, urbanas y rurales. A su vez, el artículo 330, párrafo II trata sobre la política financiera, determina que el Estado, a través de su política financiera, priorizará la demanda de servicios financieros de los sectores de la micro y pequeña empresa, artesanía, comercio, servicios, organizaciones comunitarias y cooperativas de producción.

Adicionalmente, como parte de la base legal de apoyo al desarrollo de estas organizaciones productivas, considerará la Ley Marco de Autonomías y Descentralización, el anteproyecto de ley de las micro y pequeñas empresas.

Así como también: La Ley del Medio Ambiente (LMA) N° 1333 de abril de 1992, estableció el marco regulador general para proteger y conservar el medio ambiente y los recursos naturales promoviendo un desarrollo sostenible. Dentro de la misma se considerará

el reglamento de Gestión de Residuos Sólidos, el cual en su artículo 4 considera “Residuos sólidos a los residuos domiciliarios, categorizado como A”⁵.

Ley General del Trabajo, conceptuando la totalidad de los artículos de las mismas, como ser la Ley de regulación del Trabajo Asalariado del Hogar⁶. La ley General de Higiene, Seguridad ocupacional y bienestar D.L. N°16998 – del 2 de Agosto de 1979⁷, etc.

Todo lo anterior se considerará para cumplir con ciertos requisitos necesarios que debe tener una empresa, todo esto para hacer frente a las inspecciones que llegue a elaborar la parte técnica del ministerio de trabajo, empleo y previsión social, el cual se encarga de hacer cumplir las disposiciones vigentes en materia socio laboral (Art. D.S. 29894), donde la empresa como empleadora tiene que cumplir con su obligación de afiliar a sus trabajadores y depositar los aportes laborales y patronales a los entes gestores de Corto y Largo Plazo.

1.1.1.2. Económico

En lo que se refiere a la situación económica de nuestro país, se indica que la economía nacional ha tenido un significativo crecimiento en los últimos años ubicando a Bolivia como el tercer país con mayor desarrollo en América Latina.

A continuación analizaremos algunas variables económicas que denotan tal situación:

Inflación

La tasa de inflación en Bolivia ha cambiado favorablemente ya que los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de la economía boliviana en la gestión 2007-2012 ha disminuido de 11,73% (2007) a 4,54% (2012) como se detalla a continuación:

CUADRO 1: DATOS DE LA TASA DE INFLACIÓN DE BOLIVIA, 2007-2012.

| BOLIVIA:TASA DE INFLACIÓN, GESTIÓN 2007-2012 | | | | | | |
|---|-------|-------|------|------|------|------|
| % | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| BOLIVIA | 11,73 | 11,85 | 0,26 | 7,18 | 6,9 | 4,54 |

⁵ BOLIVIA. Ley N° 1333. D. S. No. 24176 del 8 de Diciembre 1995. Reglamento de Gestión de Residuos Sólidos. Anexo A Pág. 310.

⁶ BOLIVIA. Ley N° 2450 del 9 de Abril de 2003. Artículo 1 – 25

⁷ BOLIVIA. Ley General de Higiene, seguridad ocupacional y bienestar. D.L. N°16998 – del 2 de Agosto de 1979. Título XII-Protección de la Salud.

Fuente: Elaboración propia, según datos Instituto Nacional De Estadística (INE).

La estabilidad de precios ha permitido al Estado Plurinacional de Bolivia tener un mayor dinamismo en la actividad económica, lo que implica que las personas y las empresas tomen decisiones de inversión necesaria y óptima que beneficien su estabilidad económica.

Con respecto a la ciudad de Tarija la tasa de inflación acumulada en el 2012 fue menor a la del 2011, reduciendo de 9,4% a 4,1%, como se refleja en el siguiente cuadro:

CUADRO 2: DATOS DE LA INFLACIÓN ACUMULADA DE LA CIUDAD DE TARIJA, 2011-2012.

| TARIJA(Tarija): INFLACIÓN ACUMULADA 2011-2012 | | | | | | |
|---|----------|---------|---------|----------|---------|---------|
| % | 2011 | | | 2012 | | |
| | Ener-Jun | Jul-Dic | Ene-Dic | Ener-Jun | Jul-Dic | Ene-Dic |
| Tarija | 6,2 | 2,9 | 9,4 | 3,4 | 0,7 | 4,1 |

Fuente: Elaboración propia según datos del Instituto Nacional de Estadística⁸

Pese a estos datos optimistas, actualmente, gran parte de la población tarijeña no puede vivir bien porque los precios de los productos de la canasta familiar subieron sensiblemente y los precios de los servicios todavía son altos.

Así mismo, a lo largo de 2012, una parte importante del comportamiento de la inflación en el país estuvo explicada por incrementos en los precios de diferentes servicios (IPC-Salud, IPC-Empleadas Domésticas, IPC-Alquileres), el ítem que mostró el mayor incremento desde finales de 2009 fue el de empleada doméstica, respondiendo a un proceso de ajuste salarial impulsado por el Gobierno Nacional que busca igualar los derechos laborales de este sector al del resto de los trabajadores.

Durante 2012, registró una tasa interanual de variación promedio de 15,8%. Otros servicios que tuvieron un importante incremento fueron los alquileres, que entre 2009 y 2012 aumentaron en 39,5%, este comportamiento se debió principalmente a la mayor dinámica adquirida por el mercado inmobiliario en los últimos años. Finalmente, los servicios relacionados con la salud asimismo reflejaron un marcado aumento desde mediados de

⁸ BOLIVIA: Inflación acumulada por ciudades 2011-2012, datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

2011 debido a una demanda creciente que podría estar asociada a mayores ingresos de la población.⁹

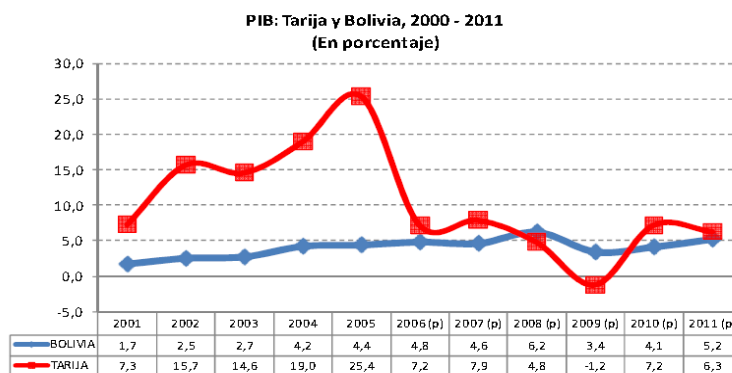
Según datos del instituto nacional de estadística (INE), el Índice de Precios al Consumidor (IPC) de Tarija tuvo una variación positiva, es decir que hubo un incremento en los precios de 1,30%, lo que representa una tasa de inflación de 6,32% (2011) en el mes de agosto, figurando la segunda ciudad más cara de Bolivia.

Producto Interno Bruto

El crecimiento económico del país se considera significativo, porque está directamente relacionado con el ingreso de los individuos que forman parte del país.

En la gestión 2011 el PIB de Bolivia creció en 5.2%, mientras que el de Tarija en 6.3 por ciento. Desde el 2006, a excepción de los años 2008 y 2009, el producto del departamento aumentó a tasas mayores que las registradas por el país, como se aprecia en el siguiente gráfico:

GRÁFICO1: DATOS DEL PIB, TARIJA Y BOLIVIA, 2000-2011



Fuente: Elaboración Dpto. Eco.-CNC con datos del INE

En términos nominales el año 2011, del total generado por la economía boliviana, el Producto Interno Bruto (PIB) del departamento de Tarija fue de \$us 3.108 millones, que representó 13% respecto al total nacional.

⁹ IPC, IPC-Servicios e IPC de Servicios Seleccionados 2009-2012. Banco Central de Bolivia-Instituto Nacional de Estadística. Artículo pdf, Pág. 82.

Tarija es el departamento que presentó, desde hace una década, en promedio las mayores tasas de crecimiento económico (10%), mientras que la de Bolivia fue 4%, asimismo.

Lo cual suscita a nivel departamental mayor empleo de sus habitantes e ingresos en los mismos, permitiendo a la población tener un ingreso extra que puede ser aprovechado para un mayor consumo de servicios básicos y la gente ahorre más. Sin embargo, la mejora aún no eleva los ingresos de todos los bolivianos por la desigualdad existente en el país.

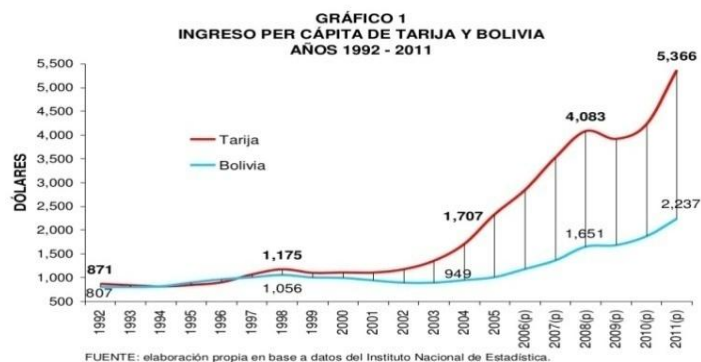
Con relación a la gestión 2012 el PIB de Bolivia llegó a 5.52%, lo que se conformó principalmente por el sector servicios con el 52.10%, seguido de la industria con 38.30% y Agricultura con el 9.06%, en este marco, el PIB boliviano subió de \$us 9.574 millones en 2005 a \$us 26.846 millones el año 2012, según los datos del Ministerio de Economía.

Según fuentes oficiales del INE el Producto Interno Bruto de Bolivia creció 6,5% entre enero y julio de este año (2013), lo que convierte al país en la tercera economía más pujante de Latinoamérica.

PIB Per Cápita

El ingreso per cápita tarijeño llegó a los US\$ 5,366 en 2011, es el más alto del país y se sitúa muy por encima del promedio nacional de US\$ 2,237. Como se observa en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 2: DATOS DE INGRESOS PER CÁPITA DE TARIJA Y BOLIVIA



En tanto, el PIB per cápita de Bolivia se incrementó de \$us 1.182 en 2006 a \$us 2.470 en 2012, es decir que se registró un aumento del 109%.

El ingreso per cápita de Tarija comienza a alejarse del promedio nacional a partir de 1999. En 1997 la diferencia entre ambos fue de 58 dólares, sin embargo fue ampliándose hasta llegar a los 2.432 dólares en 2008, año en el que el ingreso per cápita tarijeño fue de 4.083 dólares.

Sin embargo, pese a que en 2009 el ingreso por habitante en Tarija se redujo en 4 por ciento, todavía sigue siendo el más alto de Bolivia. En total, entre 1999 y 2009 el agrando fue de 56,4 por ciento.

Haciendo una comparación de años anteriores (en el siguiente cuadro) se puede observar que: Entre (1.999-2005) era en promedio \$us 1.412 y que en su gestión (2006-2012) creció de \$us 1.182 a \$us 4.260.

CUADRO 3: DATOS DEL PIB Y RENTA PER CÁPITA DEL DEPARTAMENTO DE TARIJA

| PIB Y RENTA PER CAPITA | PIB (%) | | PIB PER CÁPITA(\$US) | |
|-------------------------------|------------------|------------------|-----------------------------|------------------|
| | 1999-2005 | 2006-2012 | 1999-2005 | 2006-2012 |
| Departamento | | | | |
| Tarija | 2,1 | 5,9 | 1.412 | 4.260 |

Fuente: Elaboración propia según datos del INE.¹⁰

Acentuando que Tarija tiene el ingreso per cápita más alto de Bolivia.

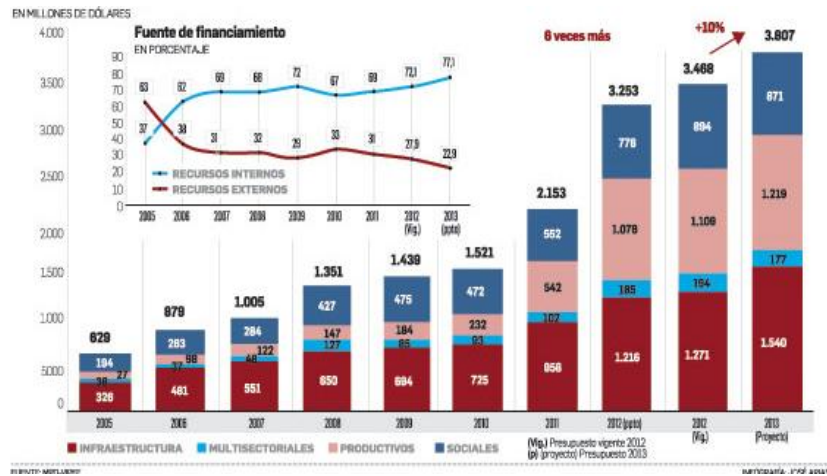
Inversión

Uno de los principales determinantes del crecimiento económico de Bolivia es la inversión:

El siguiente gráfico muestra que el Presupuesto General del Estado (PGE) contempla una inversión pública de \$us 3.807 millones para la gestión 2013, que reemplaza un incremento del 10% respecto de los \$us 3.468 millones de la gestión 2012.

GRÁFICO3: DATOS DE LA INVERSIÓN PÚBLICA DE BOLIVIA.

¹⁰ PIB y Renta Per Cápita de Bolivia según departamentos 1999-2012, Instituto Nacional de Estadística (INE)



Estos datos muestra un ambiente que genera estabilidad para la creación de empresas y que ese factor lleva a una certidumbre empresarial para la inversión privada nacional que en 2011 fue de \$us 1.629 millones y en 2012 ya alcanzó los \$us 1.650 millones y pretenden superar esa cifra en la gestión 2013.

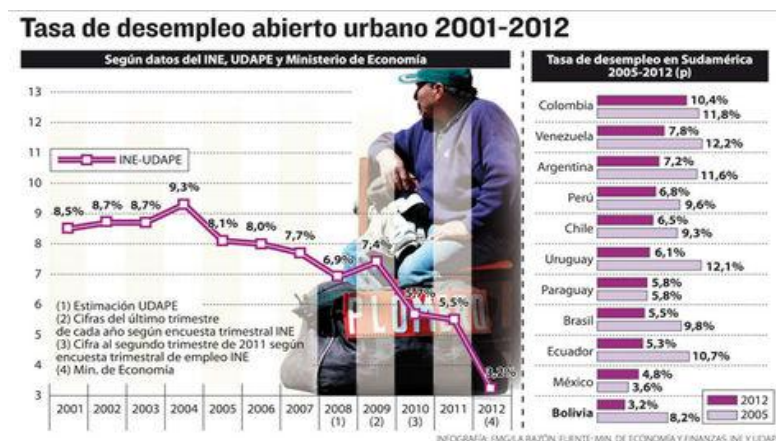
Con respecto a la inversión del departamento de Tarija, durante el año 2012, la Inversión Pública Programada consiguió a Bs. 4.868 millones, misma que se ejecutó el 62,28% de esta inversión que corresponde Bs. 3.032 millones. Sin embargo, ha mediados del año 2012 esta inversión se reprogramó subiendo el monto a Bs. 6.199 millones de la cual sólo se verificó el 48,91%.

Tasa de Desempleo

La tasa de desempleo abierto urbano bajó del 8,2% (2005) al 3,2% (2012), porcentaje que colocó a Bolivia como el país con la menor tasa de desempleo en Sudamérica.

Como se muestra en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 4: DATOS DE BOLIVIA DE LA TASA DE DESEMPLEO ABIERTO URBANO DE 2001-2012.



Considerando que la cifra hasta 2012 representa al menos a 105.000 desempleados en las principales ciudades del país.

En cuanto al índice de desempleo en Tarija es elevadísimo, ya que en la gestión 2013 fluctúa entre 14 y 16%, a comparación del año 2011 que alcanzó 5,7%.¹¹

1.1.1.3. Sociocultural

Los últimos años han sido un periodo muy importante para la mejora de las condiciones de vida de la población boliviana, uno de los avances más notorios se observa en la reducción sostenida de los índices de pobreza (ha bajado de 38.2 % en el 2005 a 26.1% en el 2009), como así también Bolivia demuestra ser un país con una población económicamente activa (potencial demandante) muy pequeña, pero crece la trascendencia relativa de la población en edad de trabajar (PET) para prosperar constantemente su nivel de vida. Con respecto a nuestro departamento, expone el superior índice de desarrollo humano con la visión de una Tarija industrial para salir de la crisis en calidad de servicio que se tiene actualmente. Lo cual admite la apertura de nuevas empresas que aporten al bienestar del departamento.

Crecimiento Poblacional

¹¹ BOLIVIA. Informe de gestión 2012-Evo Morales Ayma. Artículo pdf, Pág.6.

Según los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2012 se registró un crecimiento poblacional, como se evidencia en el siguiente cuadro:

CUADRO 4: DATOS DE LA POBLACIÓN DE BOLIVIA POR DEPARTAMENTO Y SEXO 2001-2012

| BOLIVIA: RESULTADO DEL CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA 2012, POR DEPARTAMENTO SEXO | | | | | | |
|--|------------------|---------|-----------|------------------|---------|------------|
| | Censo2001 | | | Censo2012 | | |
| Departamento | Hombres | Mujeres | Total | Hombres | Mujeres | Total |
| Tarija | 50,08% | 49,92% | 391.226 | 50,32% | 49,68% | 508.757 |
| Bolivia | 50,16% | 49,84 | 8.274.325 | 50,07% | 49,93% | 10.389.913 |

Fuente: Instituto Nacional De Estadística de Bolivia- INE. Censo Nacional de Población y vivienda 2012

Bolivia tiene 10.389.913 habitantes, según los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda, el país registró un crecimiento poblacional de 2.115.578 habitantes desde el año 2001, cuando el censo nacional reportó que la cantidad de habitantes en todo el territorio nacional llegaba a 8.274.325.

El departamento de Tarija cuenta con 508.757 habitantes, 5,8% del total nacional (10.389.913 habitantes). La participación de la población masculina es de 49,68%, mientras que la femenina es 50,32%.

De esta manera, el departamento experimentó un incremento del 30% en comparación al censo de 2001. En 2012, pese a haber tenido un crecimiento poblacional significativo, Tarija sigue en el sexto lugar en población por departamento.

Un dato desagregado de Tarija, que confirma el crecimiento en el departamento y que no se corresponde con el exiguo incremento poblacional respecto a 2001 es el número de viviendas. Si de 2001 a 2012 Tarija ha subido en 91 mil personas, el número de viviendas particulares ha pasado de 97.601 a 143.694, lo que supone un agrandamiento de más de 46 mil viviendas. Como se evidencia en el siguiente cuadro:

CUADRO 5: DATOS DE BOLIVIA, VIVIENDAS PARTICULARES SEGÚN DEPARTAMENTO 2001-2012

| Vivienda | VP 2001 | VP 2012 | Ocupadas | Ausentes | Desocupadas |
|------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-------------|
| Bolivia | 2.258.162,00 | 3.134.613,00 | 2.812.715,00 | 179150,00 | 142748,00 |
| Chuquisaca | 139.700,00 | 176.180,00 | 150.075,00 | 16670,00 | 9435,00 |
| La Paz | 712.963,00 | 930.689,00 | 852.730,00 | 41726,00 | 36233,00 |
| Cochabamba | 414.622,00 | 591.552,00 | 517.711,00 | 39608,00 | 34233,00 |
| Oruro | 127.184,00 | 185.292,00 | 152.779,00 | 21228,00 | 11285,00 |
| Potosí | 219.090,00 | 277.354,00 | 243.067,00 | 21023,00 | 13264,00 |
| Tarija | 97.601,00 | 143.694,00 | 126.820,00 | 9410,00 | 7464,00 |
| Santa Cruz | 465.485,00 | 700.652,00 | 648.286,00 | 25581,00 | 26785,00 |
| Beni | 69.740,00 | 101.387,00 | 95.484,00 | 2849,00 | 3054,00 |
| Pando | 11.777,00 | 27.813,00 | 25.763,00 | 1055,00 | 995,00 |

En
cual
quie
r
caso

con este ajuste se ha equilibrado la media nacional establecida en 3,69 personas por vivienda ocupada. Tarija se sitúa en 4,11, todavía por encima. De las 143.694 viviendas del departamento 9.419 personas no estaban en el momento del Censo y otras 7.464 están desocupadas. Es decir, aproximadamente el 5 por ciento de las viviendas están vacías.

Base Empresarial

Según FUNDEMPRESA, el crecimiento de la Base Empresarial del Registro de Comercio en 2012 el departamento de Tarija cuenta con 3.423 empresas, de las cuáles 867 ó el 33,9%, corresponden a nuevas empresas. El año 2011 Tarija contaba con 2.556 empresas.

Al mes de diciembre de 2012, la Base Empresarial de Tarija presentó un 77,8% y 21,4% de empresas de tipo Unipersonales y de Responsabilidad Limitada, respectivamente. Teniendo gran cantidad de empresas en las tareas del Comercio al por mayor y menor 27,1% así como también de Construcción 25,6%. Como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO 6: DATOS DE BOLIVIA, BASE EMPRESARIAL SEGÚN DEPARTAMENTO, 2011-2012

Bolivia: Base Empresarial por gestión, según departamento, 2011 - 2012
(En cantidad de empresas)

| DEPARTAMENTO | 2011 | 2012 | Participación 2012 | CRECIMIENTO | |
|--------------|---------------|---------------|-----------------------|---------------|---------------|
| | | | | EN CANTIDAD | EN PORCENTAJE |
| La Paz | 16.571 | 21.575 | 31,6 | 5.004 | 30,2% |
| Santa Cruz | 14.530 | 19.617 | 28,8 | 5.087 | 35,0% |
| Cochabamba | 9.310 | 12.278 | 18,0 | 2.968 | 31,9% |
| Oruro | 2.966 | 3.780 | 5,5 | 814 | 27,4% |
| Tarija | 2.556 | 3.423 | 5,0 | 867 | 33,9% |
| Potosí | 1.948 | 2.558 | 3,7 | 610 | 31,3% |
| Chuquisaca | 1.798 | 2.474 | 3,6 | 676 | 37,6% |
| Beni | 1.443 | 1.737 | 2,5 | 294 | 20,4% |
| Pando | 586 | 790 | 1,2 | 204 | 34,8% |
| TOTAL | 51.708 | 68.232 | 100 | 16.524 | 32% |

Fuente: Elaboración CNC con datos del INE

Haciendo hincapié a la creación de nuevas empresas se puede observar que en Bolivia la inserción de la mujeres al trabajo es notorio, ya que se incrementa en 2,13% a comparación de los hombres en sólo el 0,59% (2007-2009), por otra parte existe una creciente participación de la población económicamente activa, en relación a la población femenina que del 2007 al 2009 crece en un 4,81%, como así también en la edad de trabajar se ve un notable incremento de 110.157 mujeres. Esto sucede debido a que cada vez hay más conciencia de la necesidad y aporte del trabajo femenino remunerado y hay igualmente un cambio en la actitud social hacia el mismo.

**CUADRO 7: BOLIVIA, CONDICIÓN DE ACTIVIDAD SEGÚN SEXO 2007-2009.
CONDICIÓN DE ACTIVIDAD SEGÚN SEXO, INE, 2007-2009**

| CONDICIÓN DE ACTIVIDAD | 2007 | 2008 | 2009 | CRECIMIENTO |
|--|-------------|-------------|-------------|--------------------|
| TOTAL | | | | |
| Población en Edad de Trabajar (PET) | 7.606.137 | 7.799.274 | 7.958.190 | |
| Población Económicamente Activa (PEA) | 4.927.369 | 5.062.831 | 5.183.183 | 4,07% |
| HOMBRES | | | | |
| Población en Edad de Trabajar (PET) | 3.638.537 | 3.730.013 | 3.880.433 | |
| Población Económicamente Activa (PEA) | 2.699.346 | 2.749.903 | 2.842.520 | 5,03% |
| MUJERES | | | | |
| Población en Edad de Trabajar (PET) | 3.967.600 | 4.069.261 | 4.077.757 | |
| Población Económicamente Activa (PEA) | 2.228.023 | 2.312.928 | 2.340.663 | 4,81% |
| TASA DE OCUPACIÓN | | | | |
| Hombres | 70,82 | 72,17 | 71,41 | 0,59% |
| mujeres | 52,81 | 54,73 | 54,94 | 2,13% |

Fuente: Elaboración propia, con datos del INE

La entrada masiva de las mujeres en el mercado del empleo, más que todo, parte de las actividades desarrolladas por el ama de casa tradicional, se abandonan por lo menos

parcialmente, ya que la mujer trabaja fuera de su domicilio, lo que genera la demanda de nuevo servicios.

En la actualidad para disminuir la carga las mujeres de muchos países, han optado por disminuir la fecundidad, a tal punto que este fenómeno es considerado como una de las estrategias de compatibilización de la vida laboral con la familiar; adquirir servicios en el mercado (para aquellas con poder adquisitivo); reducir el trabajo doméstico a los mínimos necesarios (sobre todo en tareas como planchar o limpiar) y transferir el cuidado entre mujeres (empleadas domésticas, abuelas y vecinas).

Esta circunstancia unida al hecho del trabajo de la mujer fuera de casa ha generado hogares con ingresos duales que admiten conseguir unos excedentes de renta.

Así mismo en Bolivia, el número de hijos por madre ha bajado en los últimos años. Según la encuesta de Hogares del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de 2009 la mayoría de las bolivianas tiene dos hijos a diferencia de 2000, cuando el promedio era de 4,4 niños por mujer, como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 8: BOLIVIA, PORCENTAJE DE MADRES SEGÚN NÚMERO DE HIJOS.

**BOLIVIA: PORCENTAJE DE MADRES,
SEGÚN NÚMERO DE HIJOS
(En porcentaje)**

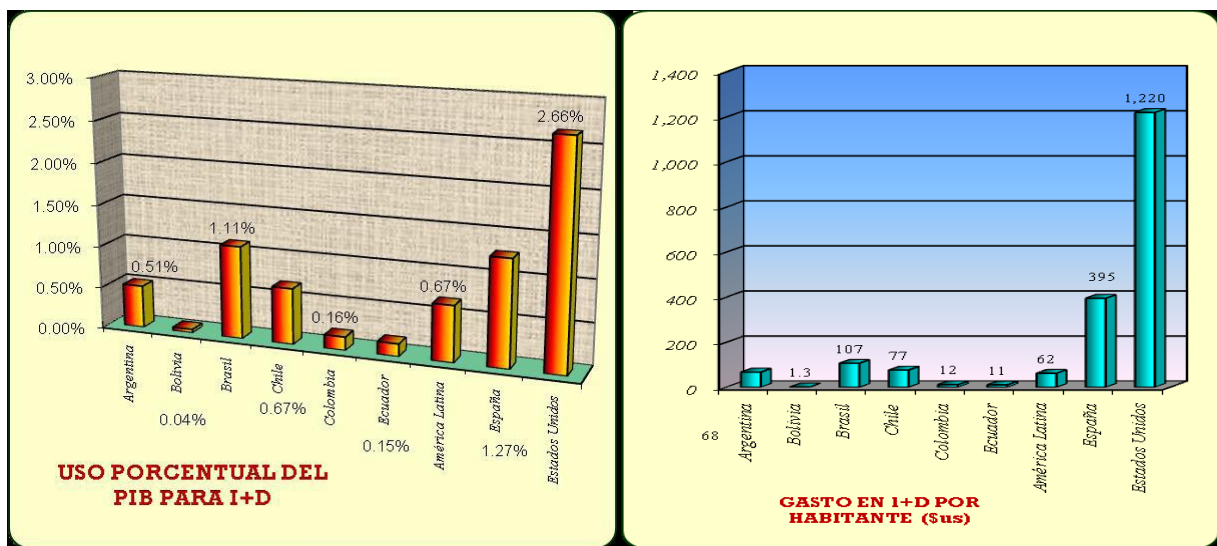
| NÚMERO DE HIJOS | PORCENTAJE DE MADRES |
|-----------------|----------------------|
| 1 | 24,31 |
| 2 | 28,98 |
| 3 | 18,5 |
| 4 | 8,84 |
| 5 | 6,58 |
| 6 | 5,29 |
| 7 | 2,22 |
| 8 | 2,97 |
| 9 | 0,48 |
| 10 | 1,48 |
| 11 | 0,34 |

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA - ENCUESTA DE HOGARES 2009

Por lo tanto, todo hace indicar que las oportunidades de negocio con más probabilidades de éxito son aquellas enfocadas a cubrir necesidades básicas, como lo es el de servicio a domicilio.

1.1.1.4. Tecnológico

Siendo actualmente la tecnología, innovación y el acceso al conocimiento elementos decisivos para los procesos de desarrollo económico y crecimiento económico, así como también que la globalización facilita tanto la expansión del conocimiento a escala global como su potencial impacto sobre los niveles de vida de la humanidad en todo el mundo y que el avance tecnológico se produce a gran ritmo, y tiene enormes repercusiones sobre la sociedad y la economía, el país se ve afectado al respecto, debido a que es considerado como un país subdesarrollado, el cual a nivel de Latinoamérica se halla entre uno de los últimos países que invierte menos en investigación y desarrollo tecnológico con un monto de “Un dólar por habitante”¹², donde apenas hay el equivalente a jornada completa, de mil quinientos investigadores, quienes, por lo general, son mal retribuidos y disponen apenas del 0,04% del Producto Interno Bruto.



La Ciencia, la Tecnología y la Innovación no han sido consideradas históricamente en Bolivia como variables prioritarias para la generación de desarrollo y productividad de los distintos sectores, al que le falta todavía alcanzar distintos logros en la utilización de los avances tecnológicos que se exponen en los últimos años, aunque todavía existen diferentes variantes que hacen difícil la utilización de nuevas tecnologías para el país, no deja de ser menos significativo que existen aunque pocas empresas que cuentan con avances tecnológicos importantes para su operación en cuanto a maquinaria, logística o

¹² LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA EN BOLIVIA, Artículo pdf, Pág. 29

electrónica, que le admita competir en el mercado, las cuáles consideran el uso de las tecnologías como un pilar fundamental de desarrollo y progreso para la sociedad, es por ello que estudios específicos del contexto boliviano en aras de un proceso de aprendizaje tecnológico se hacen necesarios, para seleccionar tecnologías adecuadas y que faculten asumir de buena forma los desafíos que la globalización ostenta hoy en día y es así como la tecnología es determinante para el sostenimiento y la mejora de los servicios que requiere la sociedad; tales como la salud y la educación, los que con la vivienda, el empleo y la alimentación, inciden directamente en la calidad de vida y el bienestar; son imprescindibles para lograr el desarrollo del país.

Haciendo un análisis más profundo y a nivel departamental es fundamental recalcar que Tarija se destaca en el manejo de ciertas tecnologías en los hogares de sus habitantes donde, el 77 % de los hogares tiene radio, el 75,22 % tiene Televisión, un 25 % tiene computadora y casi el 10 % está conectado a Internet.

“La tecnología es la actividad que utiliza los conocimientos generados por la ciencia aplicada para satisfacer necesidades mediante la producción de bienes y servicios”¹³ e “Innovación es la fuerza impulsora del cambio no rutinario”¹⁴. Es decir que la tecnología e innovación vienen a ser un factor predominante que conforma la base del crecimiento del presente y del futuro, el cual es en un aspecto fundamental para alcanzar el crecimiento de la actividad económica y del empleo en cualquier país del mundo.

En la actualidad, el sector de los servicios de limpieza se caracteriza por una ausencia generalizada en inversión en nuevas tecnologías y los cambios tecnológicos son una de las oportunidades que se ofrecen en el sector, ya que dan eficiencia a los servicios prestados y posibilitan la oferta de nuevas soluciones para un cliente que es cada vez más exigente.

Por otra parte en cuanto a la tecnología que se utilizará para la realización de la limpieza de los hogares de la ciudad de Tarija, es necesario contar con maquinaria adecuada como aspiradoras, secadoras y cortadoras de césped, etc., las cuáles estarán al corriente con las

¹³ FIDIAS G. ARIAS. Pág. 17

¹⁴ CEPREDE “La innovación en el siglo XXI” Pág.9

actualizaciones que se presenten; el acceso económico de acorde al tipo de maquinaria o tecnología que se llegue a manejar varía entre 2000 – 5000Bs.

1.1.1.5. Ambiental

A nivel nacional nuestro país, ha basado en buena medida su desarrollo económico en una utilización inadecuada de sus Recursos Naturales, lo que ha conducido a un creciente deterioro del mismo, ya que los elevados y alarmantes índices de erosión y degradación de suelos y de sus recursos naturales renovables están incubando una peligrosa e impredecible crisis ambiental en el país, pese a los avances en la legislación jurídica, uno de los mayores problemas ambientales es la degradación de la tierra.

La contaminación del agua igualmente es significativa y altamente preocupante, especialmente en el occidente del país, donde se asientan las tareas mineras. Se estima que entre el 30% al 50% de las aguas residuales de la actividad minera son descargadas sin tratamiento de ninguna especie. En el oriente, la contaminación hídrica es generada fundamentalmente por las descargas de agrotóxicos y el uso de pesticidas en la producción agropecuaria. En el Altiplano en la zona cercana al lago Titicaca y de otros cuerpos de agua como ríos y lagunas en donde se cuenta con población se produce un gran índice de inficionamiento deteriorando las condiciones del agua.

Otro problema es la infestación producida por la actividad minera que al dejar sedimentos de metales pesados, contagia incluso permanentemente los cuerpos de agua con el consecuente perjuicio a la salud humana, por otra parte la contaminación del aire en las ciudades bolivianas es relativamente baja, si se la compara con la existente en otras ciudades del continente, pero no deja de aumentar constantemente, la cual se genera fundamentalmente por la actividad industrial, el transporte, la actividad en los hogares, la quema de pastizales y chequeos.

De acuerdo al Informe Mundial sobre el Agua elaborado por la UNESCO (2003), Bolivia ocupa el puesto 16 entre 180 países, en cuanto a abundancia de recursos hídricos. Sin embargo ocupa el puesto 67 entre 122 países en cuanto a calidad de sus aguas.

La contaminación de las aguas es en un problema ambiental significativo porque afecta la salud pública y la calidad de vida de los pobladores, en el país gran parte de los ríos y lagos así como las aguas subterráneas cercanas a las ciudades principales y las minas se encuentran infectadas.

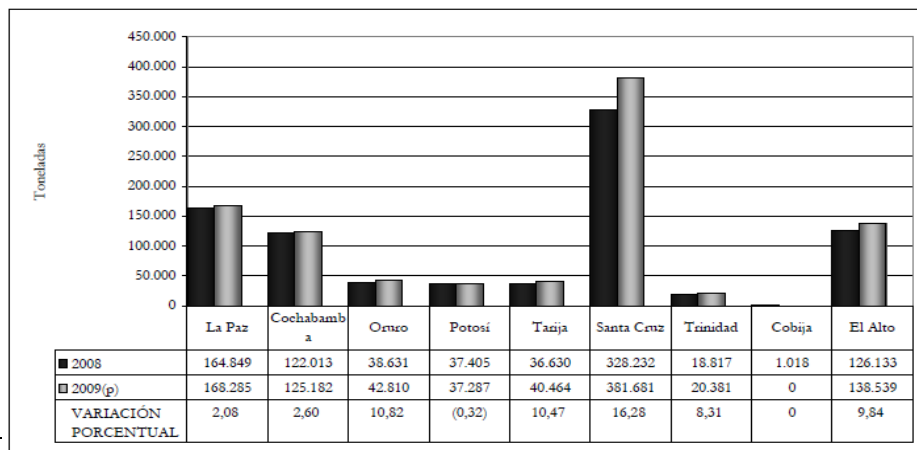
Por otra parte el impacto ambiental de las diversas labores urbanas, como las domésticas, afecta igualmente al medio ambiente y las cuáles se las puede analizar considerando la generación de residuos sólidos, los cuáles son generados por las actividades domésticas en los centros urbanos, así como también “algunos estudios particulares, dan cuenta de un 64% y 33% de basura son de origen doméstico respectivamente”¹⁵.

El impacto ambiental de los residuos sólidos incluyen impactos sobre la salud, visuales y de malos olores. Los impactos sobre la salud son los más importantes y están relacionados al tiempo de exposición y naturaleza de los residuos, por otra parte el Reglamento de Gestión de Residuos Sólidos de la Ley de Medio Ambiente establece una clasificación de residuos según su procedencia y naturaleza.

Otras catalogaciones más sencillas incluyen sólo dos grandes categorías: Orgánicos (residuos de alimentos, heces fecales) e inorgánicos (plásticos, vidrios, metales, áridos). Los problemas del sistema de recolección, transporte y ubicación de basura en muchas zonas de las ciudades del país, prolongan el tiempo de exposición a esta.

GRÁFICO 5: GENERACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE BOLIVIA.

BOLIVIA: RESIDUOS SÓLIDOS RECOLECTADOS EN CIUDADES, 2008-2009 (EN TONELADAS)



¹⁵ ESCÓBAR, J. y MUNOZ, J. 1997; MMM y SINMA 1993

Fuente: Empresas municipales de aseo Instituto nacional de estadística

A nivel departamental en la ciudad de Tarija, se presentan problemas específicos de infestación como ser:

Contaminación atmosférica, ocasionada por la planta procesadora de asfalto, el parque automotor y los 10 hornos de ladrillos. El 74% de los vehículos que funcionan a gasolina o diesel, no cumplen con los requisitos permisibles establecidos como asimismo 72% de los vehículos que funcionan a diesel. Los pocos espacios verdes no favorecen a contrarrestar la situación.

Contaminación producida por deficiencias y falta de capacidad de los sistemas de desagües pluviales, saneamiento básico y el manejo inadecuado de desechos sólidos y líquidos.

Infestación acústica, creada por aviones comerciales (más de 130 decibeles con una duración de más de 4 segundos); y el parque automotor (más de 80 decibeles), sobre todo en el área de la mancha urbana central.

Ante tal situación se hace relevante la necesidad de ofrecer un servicio adecuado, el cual este dentro de la reglamentación necesaria y en apoyo del medio ambiente, en cuanto a los servicios de limpieza, el uso de nuevas tecnologías en el sector en el que más se ve intensificando es en el campo del medio ambiente, donde se intenta adaptar la maquinaria de limpieza para reducir el consumo y para que se puedan reciclar gran parte de los consumibles utilizados, así como también hoy en día para una empresa de servicios de limpieza es posible ofertar productos que no sean nocivos ni perjudiciales tanto para el ser humano; es decir su personal de trabajo y el cliente, como igualmente para el medio ambiente.

1.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO

1.1.2.1. FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER

1.1.2.1.1. Rivalidad de Competidores

La competencia puede ofrecer la oportunidad de generar ventajas innovadoras a la hora de ofrecer un servicio de calidad, en este caso de limpieza a los hogares de la ciudad de Tarija, para lo cual se realiza un análisis preciso, admitiendo reconocer a los siguientes competidores:

- **Empresas prestadoras de servicio de limpieza a domicilio:** Se presenta como nuestra competencia directa, ya que se prestarán servicios similares pero se penetrará al mercado con el enfoque servicios diferenciales.

En tal caso, los competidores que se encuentran en el ámbito de localización de la empresa y las cuáles ofrecen el mismo tipo de servicio son los siguientes:

CUADRO 9: EMPRESAS DE LIMPIEZA A DOMICILIO

| EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIO DE LIMPIEZA DOMÉSTICO (Registradas en FUNDEMPRESA) | |
|--|--|
| RE-LIMPIA Actividad: Empresa de servicios de limpieza en hogares y edificios. Actividad específica: Limpieza general de edificios. | Av. San Cristóbal N° 1887 Zona: B. San Bernardo |
| ELVA ROXANA VEGA Actividad: Servicio de limpieza de oficinas, domicilio Actividad específica: Limpieza general de edificios. | Calle Colon N° 2364 Zona: La Florida |
| MUY LIMPIECITO Actividad: Empresa de limpieza y servicios de jardinería, fumigación, arreglos eléctricos, albañilería, servicios de mensajería. Actividad específica: Otras actividades de limpieza de edificios e instalaciones. | Calle Nazaret N° 2848 Zona: Luis Pizarro |
| NANCY ROSEMARY Actividad: Servicios de limpieza de ambientes, casas edificios y baños. Actividad específica: Limpieza general de edificios. | Carretera Al Chaco A Media Cuadra de YPFB N° S/N Zona: El Portillo |
| RE-LIMPIA Actividad: Empresa de servicios de limpieza en hogares y edificios Actividad específica: Limpieza general de edificios. | Av. San Cristóbal N° 1887 Zona: B. San Bernardo |
| SERVI FABI Actividad: Servicio de limpieza de oficinas, edificios, particulares. Actividad específica: Limpieza general de edificios. | Calle Virgen Del Rosario N° 157 Zona: B. Guadalquivir |
| LA ESCOBA Actividad: Limpieza de oficinas y domicilios alquiler de maquinaria de limpieza. Actividad específica: Limpieza general de edificios. | Gutiérrez Daza N° S/N Zona: Narciso Campero |

Fuente: FUNDEMPRESA

El contenido de la tabla refleja que existen pocas empresas legalmente constituidas que brinden el servicio de limpieza exclusivamente a los hogares de la ciudad de Tarija, como así también, cabe mencionar que estas empresas se dirigen principalmente a ofrecer sus servicios de limpieza general a edificios, ya sean estas empresas industriales o comerciales.

1.1.2.1.2. Poder de Negociación de los Clientes

Nuestros clientes potenciales, aquellos que forman parte del mercado meta de la empresa son los hogares de ingresos medios y altos de la ciudad de Tarija ya que por factores culturales requieren adquirir productos de limpieza. Potencialmente muchos de estos hogares no cuentan con la disponibilidad de miembros del hogar que puedan desarrollar estas labores.

Hábitos que determinan el proceso de compra del cliente:

Se pudo instaurar que los clientes consumen normalmente los servicios de una empresa de limpieza a domicilio es directa, ya que la venta del servicio se inicia mediante un contacto telefónico, en este sentido la persona encargada de la recepción de llamadas efectúa una atención telefónica en debida forma y con el objetivo de concertar una visita al cliente o que este se presente en la empresa para conseguir los datos imprescindibles y poder ofrecer una solución personalizada a las precisiones del cliente.

Uno de los intereses del cliente es apoyar en el precio, para que este sea lo más bajo posible y según su poder de negociación podrá influir en él o no. No obstante, no todos los clientes ejercen la misma presión sobre los vendedores, algunos pueden ejercer una gran presión para disminuir el precio exigiendo al mismo tiempo la misma calidad. Lo cual depende de que si el cliente tiene conocimiento de las diferentes empresas que ofrecen servicios de limpieza a domicilio.

Los clientes que poseen de una mayor información son aquellos que pueden ejercer una superior influencia. En el caso de nuestra empresa, esto podría suceder en aquellas personas que previamente se han informado de precios y condiciones en la competencia. Cabe mencionar que las empresas competidoras terciarizan sus servicios dejando a un lado la especialización en limpieza a hogares. Por lo tanto nuestra empresa se enfocará

exclusivamente a satisfacer las necesidades de los hogares de la ciudad de Tarija ofreciendo un servicio completo de limpieza.

1.1.2.1.3. Barreras de Entrada

De acuerdo al mercado en el que se desarrolla el emprendimiento, se pudieron instaurar las siguientes barreras:

Requerimiento de Capital

La principal barrera es la necesidad de recursos financieros para invertir en la creación de una nueva empresa, cuya recuperación es lenta, sin embargo prestar servicios no exige elevadas inversiones y por ello las barreras de entrada en las exigencias de inversión son menores en el sector de servicios.

Así mismo es imprescindible contar con el dinero suficiente para mantener de forma normal el desarrollo de las actividades de la empresa, como pago de sueldos y salarios, impuestos, las herramientas necesarias basadas en las nuevas tecnologías que facilitaran la limpieza a los hogares en el menor tiempo posible y que satisfaga las expectativas del cliente, lo cual admita sobresalir ante la competencia; como así también se necesitará invertir en publicidad para que la empresa sea conocida en la ciudad de Tarija.

Cabe mencionar, que aparte del dinero propio con el que toda persona debe contar para la inversión en la creación de una empresa, existen entidades financieras que facilitan la adquisición de capital en efectivo, dando a elegir la que mejor convenga respecto al tipo de interés de los préstamos e importe de las comisiones por los servicios prestados.

Economías de Escala

No existen barreras de entrada en cuanto a las economías de escala, porque “Los servicios son difícilmente estandarizables y las empresas de servicios a medida que crecen no suelen reducir sus precios”¹⁶. Por tal motivo las empresas existentes que ofrecen servicio de limpieza a los hogares de la ciudad de Tarija no frenan el ingreso de nuevas empresas, ya

¹⁶ IDELFONSO, Grande Esteban. Marketing de los Servicios 2da edición. Pág.69.

que solo deben aprovechar al máximo su capacidad y su conocimiento para aumentar su rentabilidad.

Al no existir economías de escala el mercado está disponible para el ingreso de nuevas empresas que quieran dedicarse a ofrecer servicios de limpieza, siempre y cuando cuenten con el personal capacitado y disponible para implantar confianza y ser aceptados por los clientes.

Diferenciación del Producto

La empresa se especializará en servicios de limpieza y mantenimiento, exclusivamente a hogares de la ciudad de Tarija, como se había mencionado, las empresas competidoras del mismo rango brindan sus servicios a domicilio industriales, comercio y a los hogares.

Por otra parte las empleadas domésticas y los trabajadores por cuenta propia en los hogares privados en relación a cerrajería, pintura, jardinería, plomería, entre otras tareas no inspiran una confianza o seguridad en cuanto a su trabajo.

Para lo cual, la empresa pretende ofrecer un amplio abanico de servicios, todos enfocados a la función principal que es la limpieza de hogares y especializarse constantemente:

En un primer momento el objetivo es brindar servicios de mayor calidad, seguridad en los hogares tarijeños con personal de trabajo confiable y con capacidades indispensable y precios de acuerdo al requerimiento del cliente que admita la supervivencia de la empresa.

De esta forma la estrategia consiste en prestar una amplia gama de servicios con la finalidad de acelerar la captación de clientes.

Es necesario mencionar que la empresa, además de entregar servicios de limpieza general de las casas (a diferencia de la competencia), ofrecerá servicios de sustentamiento de piscinas, jardines y soluciones de problemas de cerrajería, plomería y pintura. Estos servicios estarán valorados en todo momento por aspectos significativos como:

- ✚ Profesionalidad.
- ✚ Pulcritud y cuidado en la prestación del servicio.
- ✚ Flexibilidad de horarios.
- ✚ Calidad del trabajo realizado.
- ✚ Precio.

Los integrantes de los hogares no tendrán la necesidad de recurrir a diferentes empresas para adquirir estos diferentes servicios.

En un segundo momento y en función de que el negocio vaya madurando se tenderá a la especialización en cuanto a la incorporación de nuevas tecnologías que faciliten los servicios prestados.

Por otra parte, la especialización asimismo podrá ir en función del tipo de clientes. En un futuro en que la empresa se haya consolidado, se puede plantear la ampliación del negocio hacia objetivos más ambiciosos, como ofrecer servicios a empresas industriales y de comercio.

Curva de Experiencia

Constituyen una gran barrera de entrada, ya que la curva de experiencia para las empresas que brindan servicios es indispensable para mejorar la atención a los clientes, la calidad del servicio y de su prestación. En efecto la experiencia admite subir los precios, porque “La mayor calidad supone un mejor servicio y esto permite elevar los precios que se cobren por ellos”¹⁷. Nuestra empresa tendrá que adquirir conocimientos a medida que pase el tiempo para fijarse nuevos fines y crecer constantemente.

Política Gubernamental

No existen barreras gubernamentales que protejan o restrinjan la entrada de nuevas empresas de servicios de la posible aparición de competidores, sin embargo, existen políticas gubernamentales que protegen el medio ambiente.

Nuestra empresa ofrecerá servicios de limpieza a hogares, lo que implica utilizar productos tanto biodegradables como no biodegradables además de estar en constante contacto con

¹⁷ IDELFONSO Grande Esteban Marketing de los Servicios. 2da edición, Pág.70.

residuos sólidos procedentes de la actividad de limpieza de los espacios de convivencia y uso general de las familias. El Gobierno interpone una barrera a las empresas y a la población en general en relación al cuidado del medio ambiente con la presente disposición legal reglamentaria la Ley del Medio Ambiente No. 1333 del 27 de abril de 1992, respecto a “Los residuos sólidos, considerados como factor susceptible de degradar el medio ambiente y afectar la salud humana. Tiene por objeto establecer el régimen jurídico para la ordenación y vigilancia de la gestión de los residuos sólidos, fomentando el aprovechamiento de los mismos mediante la apropiada recuperación de los recursos en ellos contenidos”.¹⁸

Frente a esta situación, la empresa se registrará bajo la reglamentación de esta ley, aprovechará estrategias de reciclaje y agrupamiento de desechos para ayudar al medio ambiente, como así también dará consejos a sus clientes con respecto a este tema.

Por otra parte, no menos importante, la Alcaldía Municipal del departamento exige licencia de funcionamiento y padrón municipal del contribuyente que tenga una empresa de servicio en general.

Las barreras de entradas de políticas gubernamentales no son de gran problema ya que se pueden manejar actuando de forma correcta.

1.1.2.1.4. Poder de Negociación de los Proveedores

Para realizar un análisis sobre el poder de negociación de los proveedores cabe destacar que “El poder de negociación; se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria”¹⁹ y que “Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre

¹⁸ BOLIVIA. Ley N° 1333. Ley del Medio Ambiente. Edición actualizada. 2012.

¹⁹ WWW.MONOGRAFIAS.COM, modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter.

los que participan en un sector industrial amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o servicios”²⁰.

En este sentido los proveedores son los que inician el canal del sistema micro ambiental de la empresa, ya que el origen de los productos que llegan al consumidor está en los recursos que suministran para su producción y comercialización.

Al contrario que a los clientes, los proveedores intentan presionar para que los precios suban, en este sentido la empresa deberá, por tanto, negociar con aquellos que le interese tener una mayor relación, para poder influir sobre ellos.

La empresa siempre deberá intentar que los proveedores tengan su domicilio social lo más cercano posible a esta, para poder resolver o cubrir cuanto antes la falta de algún producto necesario y disminuir al mismo tiempo los costes de transporte, por lo cual el empresario debe ser consciente de la trascendencia de escoger bien a los mismos y instaurar con ellos acuerdos claros y bien especificados.

Respecto a los proveedores de la empresa de limpieza y mantenimiento para el hogar en la ciudad de Tarija se distinguieron dos tipos según el material suministrado:

🚧 Proveedores/as de materiales de limpieza, herramientas y material para servicio técnico (cerrajería, plomería y pintura).

Los principales proveedores de los materiales de limpieza para el hogar serán aquellos que abastecen todo tipo de materiales, tanto los referidos a los útiles usados en la limpieza: bayetas, fregonas, cubos, mojadores, crucetas, franelas y tocuyo, baldes plásticos, guantes, etc., como los productos químicos: Jabones, lejías, desinfectantes, detergentes en polvo y líquidos, desinfectantes y anti sarro, sanitizadores de manos, escobas de todo tipo, etc. Entre los principales proveedores a nivel departamental que se encuentran registrados en FUNDEMPRESA y que cuentan con la matrícula de comercio actualizada tenemos:

²⁰ ESTRATEGIA COMPETITIVA, Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y la Competencia, Michael Porter, Pág 47.

**CUADRO 10: EMPRESAS PROVEEDORAS DE MATERIALES PARA LIMPIEZA,
ACTUALIZADAS EN FUNDEMPRESA (TARIJA)**

| NOMBRE DE LA EMPRESA | DATOS ADICIONALES |
|---------------------------------------|---|
| "D.M.S. LTDA." | <p>ACTIVIDAD: Importación, Exportación, Comercialización De Productos de Consumo Masivo, Distribución de Alimentos, Bebidas, Comestibles, Productos De Limpieza. Comercialización de Productos De Higiene del Hogar y de Higiene Personal</p> <p>ACTIVIDAD ESPECIFICA: Venta al por mayor de diversos productos sin especialización</p> <p>DIRECCIÓN: Calle 15 De Abril N° 708 Zona: El Molino</p> <p>TELÉFONO CORREO 6648500 gustavomontesabc@gmail.com</p> |
| SEQO S.R.L. | <p>ACTIVIDAD: Importación, Exportación, Representación y Comercialización de Mercaderías, Comestibles, de Limpieza, Productos para el Hogar, Abarrotes, Enlatados, Bebidas, Verduras, Carnes, Frutas, Productos Eléctricos y Electrónicos</p> <p>ACTIVIDAD ESPECIFICA: Venta por mayor de alimentos, bebidas y tabaco</p> <p>DIRECCION: Calle Ingavi N° 156 Edificio: Coronado Zona: Central Tarija</p> <p>TELEFONO CORREO 71896610 teoexim@yahoo.es</p> |
| CECILIA ISABEL AVILA VERAMENDI | <p>ACTIVIDAD: Venta de materiales de construcción, venta de material de ferretería y plomería</p> <p>ACTIVIDAD ESPECIFICA: Venta por mayor-menor de artículos de ferretería, pintura y productos de vidrio en tiendas especializadas</p> <p>DIRECCION: Independencia N° 744 Zona: San Martin, Tarija</p> <p>TELEFONO: 70222390</p> |
| DISTRIBUIDO RA FER | <p>ACTIVIDAD: Venta material de plomería y material de construcción venta de tubería plástica y accesorios</p> <p>ACTIVIDAD ESPECIFICA: Venta por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, materiales de fontanería, calefacción, y productos de vidrio</p> <p>DIRECCION: Av. Circunvalación Esq. La Paz N° S/n Zona: Barrio Salamanca, Tarija</p> <p>TELEFONO: 66-35314</p> |
| CASA DE PINTURAS "FARBEN" | <p>ACTIVIDAD: Venta de pinturas y fierros</p> <p>ACTIVIDAD ESPECIFICA: Venta por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería, materiales de fontanería, calefacción, y productos de vidrio</p> <p>DIRECCION:</p> |

| | |
|--|---|
| | Av. La Paz Entre Belgrano y Madrid N° 568 Zona: Villa Fátima, Tarija. TELEFONO: 6638660 |
|--|---|

Fuente: Elaboración Propia en base a información de Fundempresa

Por otra parte y caso contrario que la empresa distribuidora no cuente con los materiales de limpieza que la empresa pudiera requerir se considerará traer los mismos de otras distribuidoras del país, que se encuentran registradas en FUNDEMPRESA y que cuentan con la matricula actualizada como ser:

**CUADRO 11: EMPRESAS PROVEEDORAS DE MATERIALES PARA LIMPIEZA,
ACTUALIZADAS EN FUNDEMPRESA (BOLIVIA)**

| NOMBRE DE LA EMPRESA | DATOS ADICIONALES |
|--|---|
| "LITBO" LIMPIEZA TOTAL BOLIVIA S.R.L. | ACTIVIDAD: Importación, Exportación de Productos de Limpieza de Hogar y Afines, de Aseo Personal, de Salud Industrial, como Ambientadores, Perfumerías, Comercialización, Importación, Exportación, Distribución de Productos de Limpieza, Industriales y Químicos. |
| | DIRECCIÓN: Av. Rodolfo Palenque N° 20 Zona: 12 De Octubre, El Alto, La Paz. TELÉFONO CORREO 79591724 abelcalp@hotmail.com |
| BIO SHIELD PRODUCTOS & SERVICIOS S.R.L. | ACTIVIDAD: Importación, Exportación, Presentación, Distribución y Comercialización al por Mayor, Distribución y Comercialización al por menor de Productos Alimenticios, Bebidas y Productos De Limpieza. |
| | DIRECCION: C/ Profesor Guido De Chazal N° 12 Zona: B/12 De Octubre, Santa Cruz TELEFONO: CORREO 3291010 ger_gerencia@cotas.com.bo |
| C.G.I. BOLIVIANA S.R.L. IMPORTADORA Y EXPORTADORA | ACTIVIDAD: Importación, Exportación y Comercialización de Aerosoles, Productos de Limpieza y Derivados, Abarrotes En General |
| | DIRECCIÓN: Av.26 De Febrero N° 19. Zona: Ramada, Santa Cruz TELEFONO CORREO 3532591 www.cgiboliviana.com |

Fuente: Elaboración propia en base a información de Fundempresa

En cuanto a la adquisición de los productos para la limpieza del hogar de los distintos distribuidores se considerará lo siguiente:

Que estos puedan ser en lo posible biodegradables, ya que los mismos no generan residuos peligrosos debido a que sus componentes son naturales, evitan el daño de mobiliarios y equipos, no dañan al personal que los usan ni a sus usuarios.

Así como también un aspecto importante para estimar la compra de los productos para la limpieza del hogar o del jardín será la revisión de la etiqueta de los mismos ya que estos pueden ser tóxicos, corrosivos, inflamables o reactivos. Todas estas características se consideran peligrosas, las palabras claves en la etiqueta son: PRECAUCIÓN (*Caution*), ADVERTENCIA (*Warning*) o PELIGRO (*Danger*). PRECAUCIÓN indica el nivel más bajo de toxicidad y PELIGRO el nivel más alto de toxicidad. “Sustancia peligrosa si es inflamable, puede causar una reacción o explotar cuando se le mezcla con otra sustancia, es corrosiva o tóxica”²¹.

Todo debido a que muchos creen que las sustancias peligrosas o tóxicas se encuentran solamente en industrias que manufacturan plásticos, pesticidas, productos farmacéuticos o automóviles. Sin embargo, una variedad de productos que usamos en nuestros hogares contienen sustancias químicas que se conceptúan peligrosas o tóxicas, estos productos peligrosos se hallan en nuestras cocinas, baños, cuartos de lavado, en las repisas y desafortunadamente la mayoría de productos de limpieza, tanto para el hogar como para los comercios y empresas tienen hidróxido de sodio o soda cáustica, fosfatos y otros ingredientes dañinos para la salud de las personas y el medioambiente.

Así como también el factor más significativo a la hora de hacer la selección de proveedores/as es la calidad del producto. La forma común de pago suele ser a 30 días, aunque si el pedido es pequeño igualmente es normal el pago al contado.

Los proveedores de productos de limpieza suelen hacer descuentos según tamaño de solicitudes. Por ejemplo, algunos de ellos ofrecen hasta descuentos del 10% para encargos del orden de 20 ó 40 cajas.

Proveedores/as de Maquinaria

²¹ Agencia para la Protección del Medio Ambiente (EPA por sus siglas en inglés), definición de sustancia peligrosa.

La principal inversión se la practicará en maquinaria la cual se centra en máquinas rotativas, fregadoras, las máquinas de agua a presión y los aspiradores de polvo, agua y agua-polvo.

Para la adquisición de los distintos proveedores se considerará un factor importante como es el servicio posventa, sobre todo de reparación de maquinaria, y las facilidades de pago.

Los principales proveedores de maquinaria que se considerarán para la empresa de servicios y mantenimiento que se encuentran registrados y con la matrícula actualizada en FUNDEMPRESA son:

CUADRO 12: PROVEEDORES DE MAQUINARIA (BOLIVIA)

| | |
|--|--|
| EQUIPO HOGAR BOLIVIA S.R.L | ACTIVIDAD: IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES ACTIVIDAD ESPECIFICA: Venta al por mayor de diversos productos |
| COMERCIALIZA DORA EMASA BOLIVIA S.R.L | DIRECCIÓN: Avenida Gualberto Villarroel N° 1160 Edificio: Presidente I Tejada Piso: Pb Zona: Queru Queru, Cochabamba. TELEFONO 4792451 |
| | ACTIVIDAD: Comercialización, importación, exportación de productos, herramientas, equipos, maquinarias, repuestos para vehículos, sistemas eléctricos, equipamientos del hogar, talleres mecánicos y servicios de mantenimientos. DIRECCION: Av. Banzer Entre 7°y 8° Anillo. Km 8 N° 8500 Edificio: Emasa Zona: Norte, Santa Cruz TELEFONO: CORREO 3418770 monica.miranda@emasa.com.bo |

Fuente: Elaboración propia en base a información de Fundempresa

Las cuáles en cuanto a maquinaria ofrecen productos de Bosch, Kärcher, Bandelin, Clarion, Beste, Sonax, Ufesa, Wapsa, Zexel, etc., y en cuanto a maquinaria para la limpieza del hogar destacan por ofrecer maquinaria de fácil manejo reducido consumo de agua, entre ellas; aspiradoras hogar, aspiradoras polvo-agua y aspiradoras seco-húmedo, limpiadoras de vapor, centros de planchado o limpiadoras de cristales, barredoras hogar, fregadoras hogar, hidrolavadoras hogar, etc., todas siempre con la garantía de cuidado hacia el medio ambiente.

1.1.2.1.5. Amenaza de Servicios Sustitutos

En cuanto a la existencia de productos sustitutos que vayan a reemplazar a los servicios que se pretenden brindar como empresa de servicios de limpieza y mantenimiento se identifico a los Trabajadores independientes:

Empleadas Domésticas: Las empleadas de servicio doméstico independientes, brindan una tarifa considerablemente más baja a la que se puede ofrecer legalmente. Nuestra empresa ofrecerá una alternativa competitiva para los consumidores que quieren acceder a servicios de limpieza.

Trabajadores por cuenta propia: Personas con o sin estudios técnicos, que ofrezcan servicios de: Plomería, cerrajería y pintura.

| EMPLEADAS DOMÉSTICAS (según últimos datos oficiales del INE) |
|---|
| La ciudad de Tarija cuenta (aproximadamente) con 5.365 mujeres que se dedican a la labor de empleadas domésticas. |
| TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA (según últimos datos del INE) |
| La ciudad de Tarija cuenta con 8.241 hombres que trabajan por cuenta propia en hogares privados. (VER ANEXO 8) |

En lo que se refiere a empleadas domésticas y trabajadores (hombres) por cuenta propia, la empresa ha pensado en subcontratar los servicios de este tipo de profesionales, ofreciendo un servicio de alta seguridad y calidad para el cliente, ya que la población tarijeña no cuentan con la confianza de dejar en manos de extraños el mantenimiento y limpieza de sus hogares.

1.1.3. SÍNTESIS DEL ANÁLISIS DEL ENTORNO

El entorno mediato de la empresa se pudo sintetizar de la siguiente manera:

 **En cuanto al entorno político legal:**

Toda empresa debe cumplir con los requisitos establecidos por la ley para poder instaurar legalmente una empresa en el mercado, de esta manera nuestra empresa operará bajo la ley general del trabajo y la ley del medio ambiente que le permita ofrecer bienestar tanto a sus trabajadores como a la población en general y así ser percibida con una buena imagen por sus posibles clientes.

Existen leyes que favorecen al sector de las PYMES para nuevos emprendimientos, impulsados por el gobierno nacional, como es el Plan Nacional de Desarrollo

Existe cierta estabilidad política en el país con el nuevo presidente pero es un aspecto que puede cambiar para lo cual la empresa debe estar preparada.

En cuanto al entorno económico:

Es necesario tener en cuenta que la tasa de inflación ha cambiado favorablemente, sin embargo los precios de los servicios permanecen altos y por lo tanto la población tarijeña busca incrementar sus ingresos para poder subsistir. Es importante considerar que en la gestión 2013 la tasa de inflación alcanza en 6,32% puesto que es un dato importante para realizar cálculos en la parte financiera de la empresa debido a que es la tasa de incremento de los precios.

El gobierno nacional busca igualar los derechos laborales en relación al ajuste constante del salario de la empleada domestica, lo cual afecta a la empresa en términos de incremento de pago salarial, ya que contratará a mujeres para que realicen los servicios de limpieza.

El crecimiento económico en lo que se refiere al PIB y el PIB PER CAPITA son otros de los factores que se considera favorable, ya que los consumidores disfrutan de un ingreso extra que puede ser utilizado para un mayor consumo de servicios.

Resulta importante aprovechar la oportunidad de que la tasa de inflación disminuye, aunque en menor proporción: Por una parte se da la existencia de más personas que puedan solventar gastos en relación a este tipo de servicios, como así también nuestra empresa generará fuentes de empleo que aportará en la situación económica del departamento.

En cuanto al entorno sociocultural:

En los últimos años surgieron varios cambios sociales tales como la incorporación de la mujer en el trabajo, lo cual sucede debido a que cada vez hay más conciencia de la necesidad y el aporte del trabajo femenino remunerado. Dando lugar a la creación de empresas que ofrezcan nuevos servicios a hogares, ya que la mujer trabaja fuera de su hogar dejando a un lado las labores domésticas.

Como así también se observa un notorio crecimiento de las viviendas lo cual demuestra que la población tarijeña tiene ingresos o ahorros que le permiten crear nuevos hogares dando lugar a una creciente demanda de servicios domesticos.

✚ En cuanto al entorno tecnológico:

Al ser la tecnología un elemento decisivo para los procesos de desarrollo económico y por consecuente la aparición de maquinarias y herramientas que facilitan el trabajo, nuestra empresa operara bajo el constante cambio tecnológico en cuanto a maquinarias y herramientas que faciliten las labores de limpieza y mantenimiento para los hogares de Tarija, admitiendo ofrecer un servicio de alta calidad en el menor tiempo posible, debido a que la maquinaria necesaria para realizar estas labores no es elevada en costos y tampoco deja de lado el trabajo del empleado.

El invertir en tecnología es un aspecto que toda empresa tiene que hacerlo, aunque en la actualidad existen sectores que no le brindan la atención necesaria

✚ En cuanto al entorno ambiental:

Debido a que la contaminación del medio ambiente es de vital importancia, la empresa ofrecerá sus servicios de limpieza y mantenimiento bajo la reglamentación necesaria de la ley del medio ambiente la maquinaria se considerará todos aquellos que lleguen a ser menos dañinos para el medio ambiente contribuyendo así a la reducción de la contaminación.

El entorno inmediato de la empresa se sintetiza de la siguiente manera:

✚ En cuanto a los competidores de nuestra empresa, son un número considerable de empresas que ofrecen servicios de limpieza entre otros, sin embargo los cuales están dirigidos a ofrecer sus servicios a tres sectores como son las empresas industriales, de comercio y de hogares.

Cabe mencionar que los competidores dirigen la especialidad de los servicios a las empresas industriales y de comercio, sin embargo nuestra empresa analizara la idea de especializarse en realizar servicios de limpieza a hogares.

- ✚ En cuanto al poder de negociación del cliente, estos influirán en la empresa para que los precios bajen, siempre y cuando tengan conocimiento de los precios ofertados por los competidores. Es decir que los clientes que adquieran servicios de la competencia podrán influir en la disminución de los precios que la empresa ofrecerá, es por esta razón que la empresa deberá tener conocimiento de los precios actuales en el mercado de los servicios de limpieza y mantenimiento a hogares.
- ✚ Las barreras entrada al sector tiene un impacto relativamente bajo, pues nuestro emprendimiento pretende ingresar al mercado con un servicio de limpieza y mantenimiento exclusivamente a los hogares de la ciudad de Tarija y al ser una empresa de servicios no requiere de elevadas inversiones, sin embargo requerirá de experiencia en este sector para realizar de mejor forma sus actividades que se desarrollará en la empresa y satisfacer de la mejor forma posible a los clientes.

Los servicios son difícilmente estandarizables y por lo tanto no afecta en precios, es por eso que mientras la empresa ofrezca servicio de alta calidad y tenga la experiencia necesaria para satisfacer las expectativas del cliente, el precio de los servicios ofrecidos puede incrementar.

- ✚ Existe una gran cantidad de proveedores que facilitan o dificultan la negociación. A diferencia de los clientes, los proveedores intentaran presionar para que los precios suban, en este sentido la empresa deberá negociar con aquellos proveedores más cercanos a la empresa y que ofrezcan precios más bajos.
- ✚ En este sector de servicios existen una variedad de servicios sustitutos, los cuales son ofrecidos por personas independientes que realizan labores de limpieza y mantenimiento a hogares. Sin embargo no brindan al hogar las garantías necesarias de su labor ni la posible queja o reclamo del mismo por labores realizadas no como las deseadas.

1.1.4. Riesgos y Oportunidades

En todo nuevo emprendimiento existen ciertos riesgos que la empresa puede atravesar

- ✚ Cambios en los escenarios políticos, que representen ciertos obstáculos para el funcionamiento de la empresa.
- ✚ Nuevas normas que vienen a dar mayores beneficios sociales a los empleados, para la cual la empresa debe tener el sustento necesario para operar en el futuro.
- ✚ El llegar a ser nuevos en el mercado, provoca cierta desconfianza en el cliente, para lo cual se deberá establecer ciertas diferenciaciones de la competencia y llegar a tener la confianza del cliente.
- ✚ Las presiones sobre los precios, existe la incertidumbre del incremento o disminución de los precios o gastos bajo la cual la empresa debe operar.

Oportunidades

- ✚ Existen leyes y apoyos internacionales, que vienen a apoyar el emprendimiento para nuevas empresas, el cual se puede llegar a aprovechar.
- ✚ La población económicamente activa en el país y departamento esta en constante crecimiento, la inserción de la mujer al trabajo viene a ser una oportunidad para el emprendimiento.
- ✚ Ofrecer un servicio garantizado para el cliente, con el personal idóneo para la realización de las labores viene a ser una oportunidad ante la oferta de servicios independientes.
- ✚ Posibilidad de elegir la provisión de materiales de una variada oferta por la cantidad que existe de los mismos en el Departamento.

- ✚ Mejorar la ejecución de la estrategia en todas las áreas del negocio, teniendo la información necesaria y el personal capacitado para hacer realidad el éxito de la idea de negocio.

CAPÍTULO II
NATURALEZA DEL NEGOCIO

2.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

La creación de esta empresa tendrá como actividad la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento, dirigida exclusivamente a los hogares de la ciudad de Tarija.

Nuestra empresa apuesta por ofertar un servicio de limpieza donde se desempeñen toda una amplia gama de servicios asociados a esta actividad, somos conscientes de que nos vamos a encontrar con un gran número de competidores que cuentan con años de experiencias en el mercado, pero consideramos que la prestación de un servicio diferenciado y de la calidad puede ser la clave del éxito.

La cartera de servicios con la que pretendemos operar es la siguiente:

- 1. Servicio de Limpieza General**
- 2. Servicio de Mantenimiento**

| SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA | CARACTERÍSTICAS: | INCLUYE: |
|--|---|--|
| SERVICIO DE LIMPIEZA GENERAL | Servicio de limpieza integral de los hogares para asegurar un ambiente sano, totalmente limpio | <ul style="list-style-type: none"> + La cocina. + Los baños. + Garajes + Dormitorios y otras áreas. |
| SERVICIO DE MANTENIMIENTO | Servicios técnicos de reparación o solución de problemas domiciliarios para lograr que el lugar que usted habita sea más confortable y seguro | <ul style="list-style-type: none"> + Mantenimiento de jardines. + Mantenimiento integral de piscinas. + Pintado de interiores y exteriores. + Plomería + Cerrajería |

Descripción de las tareas a realizar: las tareas a realizar dentro de los servicios que se ofrecerá son:

- **Servicio de limpieza general de cocinas**

La limpieza de la cocina es de suma importancia, pues es la estancia del hogar donde se accionan la preparación y el cocinado de los productos alimenticios, para lo cual se recurrirá a la limpieza y desinfección de muros, pisos, muebles por dentro y fuera, electrodomésticos y utensilios.

- **Servicio de limpieza general de los baños**

Limpiar esta zona de la casa es de vital importancia ya que es un lugar donde se acumulan bastantes gérmenes y bacterias, para lo cual se recurre a la Limpieza y desinfección de muros, pisos, sanitarios, espejos, griferías, bañeras o ducha.

- **Servicio de limpieza general de los dormitorios**

Constituye una parte importante para el hogar ya que es el lugar de descanso, para lo cual se recurre a la limpieza de ventanas cristales, espejos, paredes, techos, pisos, puertas y aspiración de alfombras, cortinas y desempolvado de objetos decorativos.

- **Servicio de limpieza general de la garajes**

El garaje es un complemento significativo para el hogar ya que es el lugar disponible y seguro para guardar las movilidades, para lo cual se recurre a limpiar y desengrasar puertas, paredes y pisos.

- **Servicio de plomería**

Detención y reparación de instalaciones sanitarias, como son las tuberías, llaves, válvulas, filtraciones por aparición de humedad en (paredes, techos y piso), botes de agua constante, fugas de agua en tuberías.

- **Servicio de cerrajería**

Reparación y sustentación de cerraduras, cerrojos y candados, realización de copias de llaves existentes y fabricación de llaves a partir de cerradura

- **Servicio de mantenimiento de jardines**

El mantenimiento de jardines implica conservar y sostener un paisaje sano, limpio, seguro y atractivo para el hogar, para lo cual la empresa presta el servicio de conservación y sustentamiento de jardinería en relación a entrecavado y abonado del césped, podado de setos, arbustos y árboles, tratamiento de plagas y enfermedades.

- **Servicio de mantenimiento de piscinas**

Las piscinas son consideradas los elementos principales a la hora de diversión y relajación, para lo cual se ofrece un servicio de limpieza y tratamiento químicos que se dará a agua para que sea saludable para los miembros del hogar.

- **Servicio de de pintado**

Pintar significa una renovación absoluta del hogar, le ofrecemos un servicio de pintura de techos, paredes y otros sectores.

Estos servicios que se pretende brindar estarán disponibles para:

- ✚ Ayudar ocasionalmente, por algún tipo de enfermedad temporal por parte de los padres de familia.

- ✚ Poner en orden, arreglar el hogar para algún tipo de compromiso formal.

- ✚ Limpieza profesional y segura para los hogares, donde la confianza será el valor más apreciado.

El desarrollo de la actividad que ofrecerá nuestra empresa se realizará fuera de ella, generalmente en el hogar del cliente, ya sea semanal, quincenal, mensual o días específicos que el cliente lo solicite. Una vez finalizado el servicio se entregará la factura detallada.

2.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Las empresas son en la actualidad el motor de desarrollo y crecimiento económico de las ciudades, es importante por lo cual que los nuevos profesionales que se incorporan al mercado laboral sean los actores de este desarrollo empresarial.

La situación económica que se vive en la actualidad lleva a que la mayoría de los miembros de una familia se incorporen en actividades productivas, viéndose obligados a contratar personal para que se encarguen de la limpieza de sus hogares, ya a que en los días libres se dedican a descansar y pasar tiempo en familia; sin embargo, las nuevas leyes de protección al trabajador exigen que todo empleado, incluso a los que se denominan domésticos o del hogar, deban ser asegurados y percibir un salario mínimo, motivo que ha llevado a varias familias a prescindir de sus servicios, naciendo así un nicho de mercado que se puede explotar con una gran probabilidad de éxito.

Las oportunidades presentes en el mercado tarijeño deben ser aprovechadas, por tal motivo se pretende crear una empresa que brinde servicios integrales de limpieza y mantenimiento del hogar, con la firme seguridad de tener éxito en el aspecto: técnico, financiero y mercado.

2.2.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre elegido para nuestro emprendimiento es:

“SERVI HOUSE” S.R.L.

El nombre identifica las características del servicio que se pretende ofrecer. (Servicios de Limpieza y Mantenimiento para el hogar).

2.2.2. TIPO DE EMPRESA

“SERVI HOUSE” S.R.L. Es una empresa de servicios, que pertenece al sector de limpieza y mantenimiento del hogar, que busca brindar servicios personalizados al hogar.

“SERVI HOUSE”, adopta la razón social de “Sociedad de Responsabilidad Limitada”¹, debido a que se puede constituir con un mínimo de dos socios, se adopta este tipo de sociedad debido a que los socios simplemente responderán hasta el monto de sus aportes, como cuotas de participación. Se considera que es el tipo de sociedad mas más adecuado para la empresa que se pretende establecer por el echo de ser pequeña, la cual requiere un acta de constitución y unos estatutos, los cuales deben presentarse ante el Registro Tributario para la protocolización, en dichos documentos se identificara la empresa, su objeto, los socios, el capital aportado, la forma de administración, la representación y ciertos aspectos más que son considerados por el código de comercio; de tal forma la empresa se llegara a constituir como persona física con actividad empresarial, con el nombre de “servicios de limpieza y mantenimiento para el hogar SERVI HOUSE”.

Así como también “SERVI HOUSE” S.R.L., se encuentra en el ramo de la pequeña empresa según su tamaño y de acuerdo al número de trabajadores con los que cuenta, que no excede a los 14 trabajadores².

2.2.3. UBICACIÓN Y TAMAÑO

Ubicación

Estará ubicado en la ciudad de Tarija, específicamente en el barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold y Avenida Julio Echazu, ya que es una zona muy concurrida y transitada en la ciudad, con una facilidad de acceso a la misma, la cual

¹ BOLIVIA, Código de Comercio-Bolivia. Decreto Ley No. 14379. Pág 57-62

consta de la disponibilidad de servicios básicos, seguridad y estacionamiento para los clientes, de igual forma, la atención a clientes se elaborará en su mayoría a domicilio.

Tamaño

La empresa iniciará como pequeña empresa ya que contará inicialmente con un personal fijo de 5 a 14 trabajadores.

2.3. GESTIÓN EMPRESARIAL

2.3.1. MISIÓN

“Somos una empresa innovadora, dedicada a brindar soluciones de limpieza y mantenimiento exclusivamente a los hogares de la ciudad de Tarija, para lo cual se cuenta con un equipo altamente capacitado, comprometidos con los valores de la organización y la utilización de tecnologías para brindarle un servicio de alta calidad en el menor tiempo posible”.

2.3.2. VISIÓN

“Ser la mejor opción en dar solución a problemas de su hogar y estar siempre a la vanguardia ofreciéndole una variedad de servicios en relación a sus nuevas necesidades y expectativas para ser líder en el mercado de servicios de limpieza y mantenimiento para el hogar”.

2.3.3. VALORES

Los valores que regirán en la empresa fueron determinados en base a la investigación de mercados, ya que se pudo constatar que el cliente busca un servicio de calidad y garantizado al momento en el que terceras personas ingresan a su hogar.

“El cliente es el pilar más importante de la empresa”. Escuchamos sus reclamaciones y aportamos soluciones, siempre intentando adaptarnos a sus necesidades.

Ética

Transparencia e integridad, cumplimiento de los compromisos y aplicación del sentido ético en todas las actuaciones de la empresa.

Calidad

Satisfacer las necesidades del cliente, ofreciéndole los mejores servicios y bienes bajo el prisma de eficacia y eficiencia.

Equidad

Satisfacer de manera equilibrada los intereses respectivos de todas las personas protagonistas (trabajadoras, empresarias, socias de la entidad, clientes, proveedores y comunidad local). Asegurando para ello la igualdad de oportunidades entre sexo.

Confianza y seguridad

Enfocar la relación con la comunidad bajo la premisa de confianza mutua, dando a los clientes una seguridad absoluta en los servicios prestados, respetando su intimidad, la protección y confidencialidad.

Innovación

Invertir en la incorporación de aquellas innovaciones tecnológicas, organizativas y de gestión que permitan ofrecer un servicio de mayor calidad, apostando por dignificar sectores en los que tradicionalmente se adhiere laboralmente la mujer.

2.3.4. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

2.3.4.1. Objetivo General

Ofrecer un servicio higiénico con los mejores estándares de calidad, permitiendo de esta manera conservar un lugar limpio donde habitar.

2.3.4.2. Objetivos Específicos

- ✚ Ofrecer a nuestros clientes un servicio de atención personalizada y especializada por medio de un personal capacitado.

- ✚ Proporcionar a nuestros clientes un ambiente adecuado, donde pueden interactuar con la familia.

- ✚ Brindar capacitación al personal de la empresa, respecto a la utilización y manipuleo de la maquinaria para que pueda efectuar exitosamente las labores que va a realizar en el domicilio del cliente.

- ✚ Coadyuvar de manera general en el cuidado de la salud de las personas, ofreciendo servicios domiciliarios enfocados en la limpieza y mantenimiento del hogar

2.3.4.3. Objetivos Estratégicos

- ✚ Posicionarse en los próximos cinco años, como la mejor empresa de servicios de limpieza y mantenimiento para hogares de la ciudad de Tarija.

- ✚ Contar con personal calificado de la ciudad, para el óptimo desarrollo de las actividades de la empresa.

- ✚ Obtener un 6% de rentabilidad anual neta durante los próximos 5 años.

2.3.5. VENTAJAS COMPETITIVAS

- ✚ La principal ventaja competitiva de la empresa se halla en las habilidades y destrezas que poseerá el personal de nuestra empresa para ofrecer servicios de calidad exclusivamente a los hogares de la ciudad de Tarija.

- ✚ Como así también ofrecerá servicios de mantenimiento con relación a plomería, cerrajería, pintura, mantenimiento de jardines y piscinas, ya que los competidores no cuentan con estos servicios.

- ✚ La empresa estará abierta a cualquier cambio tecnológico para brindar servicios de calidad en el menor tiempo posible.

CAPÍTULO III
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.1. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1.1.1. Problema Gerencial

¿Deberá implementarse una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento para hogares en la ciudad de Tarija?

3.1.1.2. Problema de Investigación de Mercados

¿Cuál es la preferencia y los factores más relevantes que inciden en la adquisición de servicios de limpieza y mantenimiento para hogares en la ciudad de Tarija?

3.1.1.3. Pregunta Científica de Investigación

¿Qué empresas de servicio de limpieza tiene mayor demanda en la ciudad de Tarija?

¿Qué criterios consideran los hogares de la ciudad de Tarija cuando dejan en manos de terceros las tareas de limpieza de su hogar?

3.1.1.4. Planteamiento de la Hipótesis

H₁= Las empresas de servicio de limpieza que tienen mayor demanda en la ciudad de Tarija son aquellas que ofrecen un servicio de calidad y seguridad para su hogar.

H₂= Los hogares de la ciudad de Tarija dejan en manos de terceros las tareas de limpieza de su hogar a personas que garantice seguridad y responsabilidad en las labores que realice.

3.1.1.5. Objetivos de la Investigación de Mercados

- ✚ Identificar los servicios de limpieza y mantenimiento de mayor demanda.
- ✚ Especificar la competencia potencial en la ciudad de Tarija.
- ✚ Determinar los medios de comunicación más adecuadas para difundir nuestros servicios a los hogares con ingresos medios y altos de la ciudad de Tarija.
- ✚ Evaluar cuales son los criterios más importantes por lo cual los hogares adquirirán los servicios de limpieza y mantenimiento.
- ✚ Determinar el grado de aceptación de una nueva empresa que ofrecerá servicios de limpieza y mantenimiento.

3.1.2. DISEÑO DE INVESTIGACION

Para la recolección de información necesaria y alcanzar los objetivos propuestos se aprovecho básicamente la Investigación Concluyente.

Dentro de la **Investigación Concluyente** se manejó la investigación descriptiva, con la cual se pretende saber las características o funciones del mercado, así como también describir las características más importantes de los grupos como son los consumidores, como se perciben las particularidades del servicio.

Para la recopilación de la información se empleará el método de encuestas para recibir información basada en las preguntas que se harán a los encuestados, las preguntas a desarrollar fueron en forma escrita y estructura según el grado de estandarización que tendrá el proceso de la recopilación de datos, para la cual se preparó un cuestionario formal y las preguntas a hacer fueron en un orden preestablecido.

Se explotó la técnica de observación directa estructurada encubierta, donde los encuestados no se percatan de que son examinados, para tener una mejor respuesta ya que cuando los entrevistados no están conscientes de que son vistas actúan en forma natural.

3.1.2.1. Técnicas de Recopilación de la Información

Para la investigación descriptiva se beneficio los siguientes instrumentos de recolección:

✚ **Observación:** Se accionó la advertencia para los posibles consumidores del servicio, el cual comprenderá el registro de los patrones conductuales de los mismos. Así como también en la percepción que se cumplió fue la estructurada oculta, en la cual los entrevistados no se dan cuenta de que están siendo analizados, lo cual permitió que los estudiados se comporten de manera natural y para el registro que se hizo el investigador obtuvo en forma detallada lo que fue a vigilarse. Los aspectos que fueron examinados mediante observación se encuentra en el (VER ANEXO 9).

✚ **Encuesta Personal:** Se realizó una encuesta directa estructurada, a través de la aplicación de un cuestionario personal a domicilio, donde las preguntas fueron preguntas alternativas de respuesta fija. Se consideró este método ya que es fácil de aplicar, los datos o resultados que se obtuvieron son confiables debido a que las respuestas se limitarán a alternativas, aunque también se debe considerar una cierta desventaja cuando los entrevistados no puedan o no estén dispuestos a proporcionar la información deseada. El modelo de la Encuesta se encuentra en el (VER ANEXO 10).

Toda la información recopilada fue relevante e incluso determinante para la puesta en marcha es decir el éxito o fracaso que puede tener la creación de una nueva empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de hogares.

3.1.2.1.1. Determinación de la Población y el Tamaño de la Muestra

Características de la Población

El servicio será ofertado a los hogares de ingresos medios y altos que están ubicados en las zonas residenciales de la ciudad de Tarija, en razón a que estos tienen una situación económica estable, convirtiéndose en los clientes potenciales para la puesta en marcha del plan de negocio.

Delimitación de la Población

La población meta al que está dirigido el plan de negocio se relaciona a un sector importante:

- Hogares, para tal efecto se tomará como base de segmentación, la delimitación por zonas residenciales que existe en la ciudad de Tarija (dato proporcionado por la Honorable Alcaldía de la ciudad de Tarija). (VER ANEXO 11)

CUADRO13: CIUDAD DE TARIJA, HOGARES DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS DE LAS ZONAS RESIDENCIALES, PROYECCIÓN 2012

| ZONAS RESIDENCIALES DE LA CIUDAD DE TARIJA | TOTAL HOGARES DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS POR ZONAS |
|--|--|
| Área Patrimonial | 11.164 |
| Zona Residencial Alta | 13.444 |
| Zona Residencial Media | 3.134 |
| Zona Residencial Baja | 1.310 |
| TOTAL | 29.052 |

Fuente: elaboración propia, según datos proporcionados de la Honorable Alcaldía Municipal de la Ciudad de Tarija.

Tipo de Muestra

Este análisis se realizará bajo la técnica de muestreo probabilístico, específicamente, la técnica del Muestreo Estratificado. Para efecto de la recolección de información, se tomará una muestra correspondiente a los hogares de la zonas urbanas residenciales que se caractericen por estar formadas por personas con mayor poder adquisitivo (ingresos medios y altos) o capacidad económica para acceder a los servicios que se pretende ofrecer.

Tamaño de la muestra.

Se ha considerado las zonas residenciales, pero especificando aquellos hogares con poder adquisitivo, lo cual permite proceder al cálculo de la prueba a través de las siguientes fórmulas:

Tamaño de muestra Provisional

$$n_o = \textit{Provisional}$$

$$n_o = \frac{1}{29.052 \cdot \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2} \sum Nh(ph \cdot qh)$$

Tamaño de muestra Definitiva

$$n = \textit{Definitiva}$$

$$n = \frac{n_o}{1 + \left(\frac{n_o}{N}\right)}$$

Asignación Proporcional de la Muestra

$$n_h = \frac{N_h}{N} * n$$

Donde:

n_o= provisional

N= Tamaño de la población=29.052

N_h= Total de unidades en cada estrato en la población

p= probabilidad de que ocurra el evento= 0,9

q= posibilidad de que no ocurra el evento=0,1

d= error permitido= 0,5

(1-d)= intervalo de confianza=95%

$$v = \left(\frac{d}{Z \cdot e/2}\right)^2 = \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2$$

$$n \circ = \frac{1}{29.052 \cdot \left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2} \{ (11.164 * 0,9 * 0,1) + (13.444 * 0,9 * 0,1) + (3.134 * 0,9 * 0,1) + (1.310 * 0,9 * 0,1) \}$$

$$n \circ = 0,0529 * \{ (1.004,76) + (1.209,96) + (282,06) + (117,9) \}$$

$$n \circ = 0,0529 * (2.614,68) = \mathbf{138,32}$$

$$n = \frac{138,32}{1 + \left(\frac{138,32}{29.052}\right)} = \frac{138,32}{1,00476} = 137,66 \approx \mathbf{138}$$

CUADRO 14: TAMAÑO DE LA PROPORCIÓN DE LA MUESTRA

| EXTRACTO | ZONAS DE LA CIUDAD DE TARIJA | (N_h) | n_h |
|-----------------------------------|-------------------------------------|------------------------|----------------------|
| 1 | Área Patrimonial | 11.164 | 53 |
| 2 | Zona Residencial Alta | 13.444 | 64 |
| 3 | Zona Residencial Media | 3.134 | 15 |
| 4 | Zona Residencial Baja | 1.310 | 6 |
| TOTAL | | 29.052 | 138 |
| Fuente: Elaboración propia | | | |

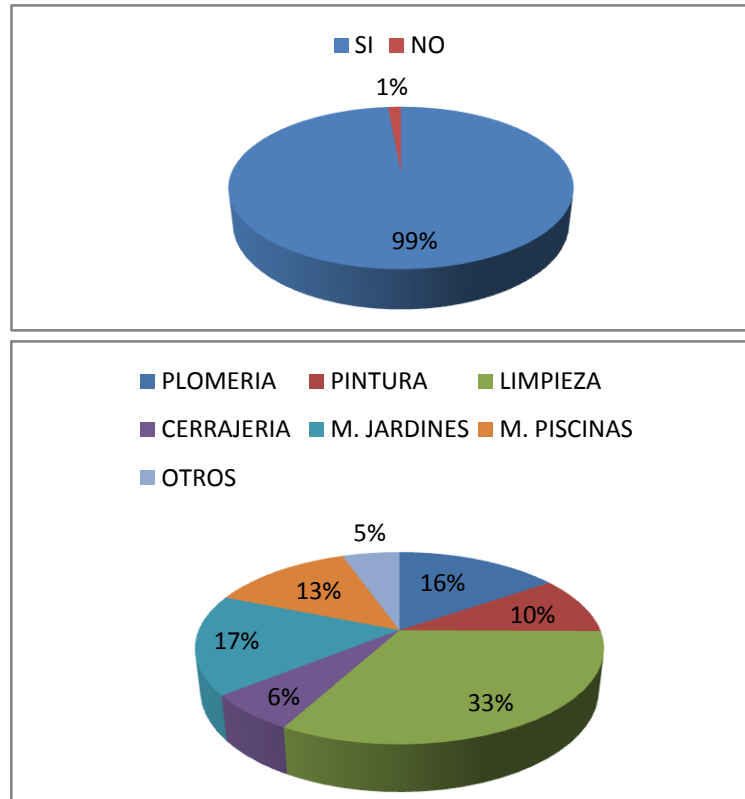
En consecuencia se encuestarán 138 hogares de ingresos medios y altos de la ciudad de Tarija, según los sectores asignados (VER ANEXO 12).

3.1.2.2. Presentación y Análisis de Resultados

PREGUNTA 1: ¿Ha necesitado en algún momento los servicios de Plomería, Pintura, Limpieza, Cerrajería, Mantenimiento de Jardines y Piscinas.

- Si la pregunta anterior contestó **SI**. ¿Cuáles son estos servicios?

GRAFICO 6: SERVICIOS DEMANDADOS POR LA POBLACIÓN



ANÁLISIS:

Como se puede observar en el gráfico anterior de las encuestas realizadas: el 99% han necesitado alguno de los servicios de: Plomería, pintura, limpieza, cerrajería, mantenimiento de jardines, mantenimiento de piscinas, entre otros; por consiguiente en las zonas residenciales existe una gran necesidad de este tipo de servicios.

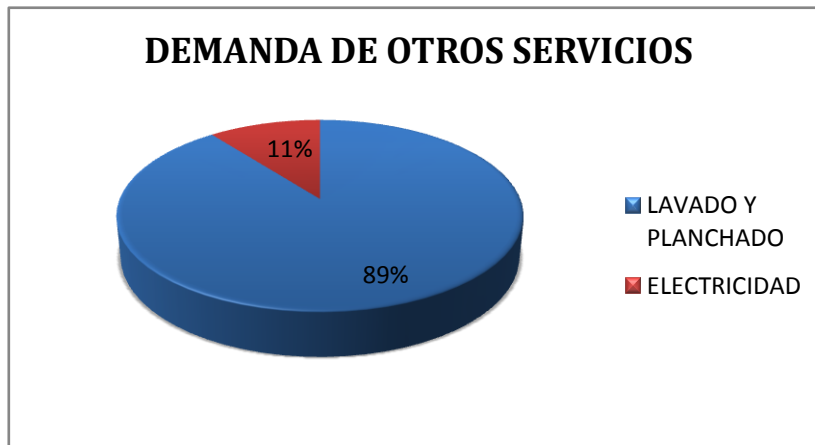
Entre la variedad de estos servicios que requieren las zonas residenciales, el servicio de mayor demanda es el de limpieza, que representa el 33% de los encuestados y el

de menor demanda es el servicio de cerrajería con el 6%, como así también, el 6% de los encuestados requieren otros servicios.

CUADRO 15: DEMANDA DE OTROS SERVICIOS

| OTROS SERVICIOS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Lavado y planchado | 17 | 89% |
| Electricidad | 2 | 11% |
| TOTAL | 19 | 100% |
| | | |

GRAFICO 7: DEMANDA DE OTROS SERVICIOS



ANÁLISIS:

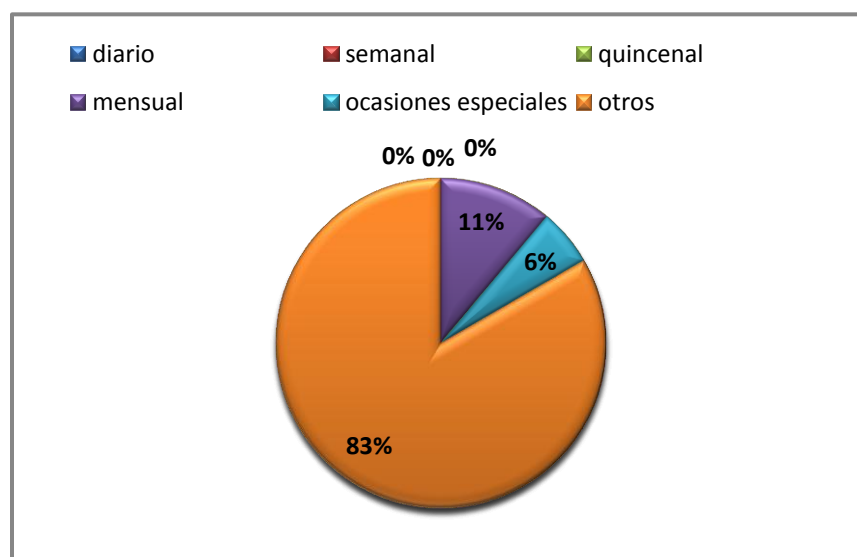
Entre los encuestados que requieren de otros servicios en el mismo sector es el servicio de lavado y planchado que representa el 89%, seguido del servicio de electricidad con el 11%.

| FRECUENCIA | DIA | SEMA | QUINCEN | MENS | OCASION | OTROS: |
|---------------------------|-----|------|---------|------|----------|----------|
| SERVICIO | RIO | NAL | AL | UAL | ES | Especifi |
| | | | | | ESPECIAL | ue por |
| | | | | | ES | favor |
| Plomería | | | | 11% | 6% | 83% |
| Pintura | | 3% | | | 15% | 82% |
| Limpieza | 52% | 30% | | 1% | | 15% |
| Cerrajería | | | | 21% | 5% | 86% |
| Mantenimiento de jardines | | 2% | 7% | 58% | 29% | 5% |
| Mantenimiento de piscinas | | | | 13% | 19% | |
| Otros | | 8% | | 36% | 64% | 2% |

PREGUNTA 2: ¿Con qué frecuencia contrata usted este servicio?

CUADRO 16: FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO

**GRÁFICO 8:
FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO (PLOMERIA)**

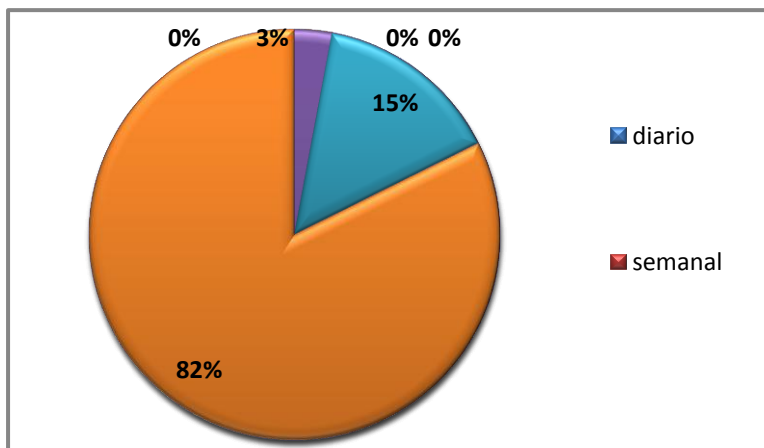


ANÁLISIS:

El gráfico muestra que del total de personas que respondieron que en algún momento necesitaron los servicios de plomería, en su mayoría lo requieren mensualmente (11%) y en menor consideración (6%) referido a ocasiones especiales.

GRÁFICO 9:

FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO (PINTURA)

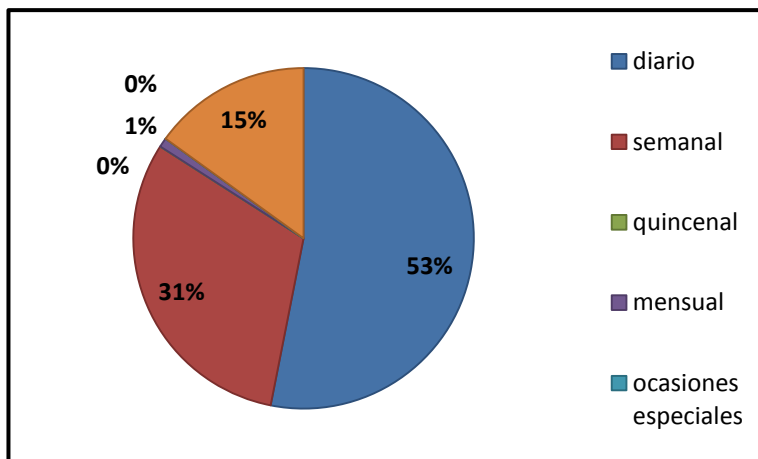


ANÁLISIS:

El gráfico muestra el porcentaje del requerimiento más significativo (15%) de la contratación de los servicios de pintura para el hogar.

GRÁFICO 10:

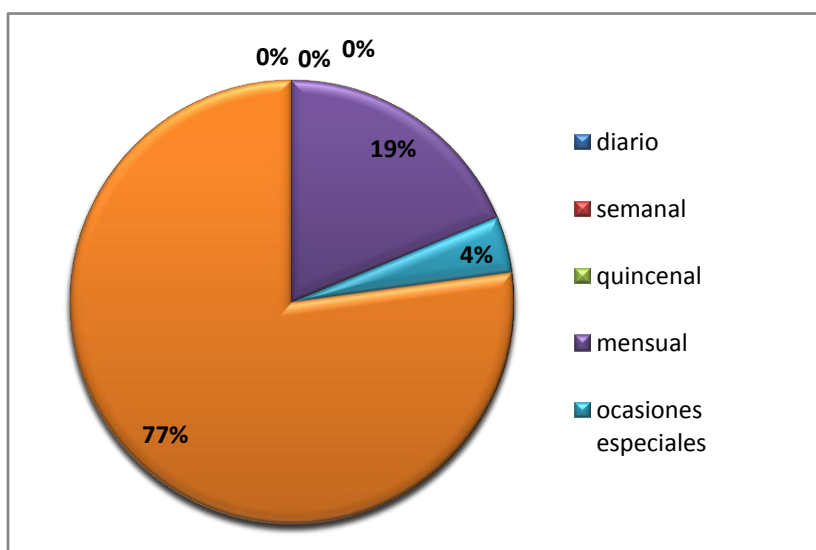
FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO (LIMPIEZA)



ANÁLISIS:

El servicio con mayor demanda es la prestación de los servicios de limpieza, con un mayor número de servicios solicitados por día (53%), seguido por una demanda diaria y en menor proporción (15%) si el servicio es adquirido.

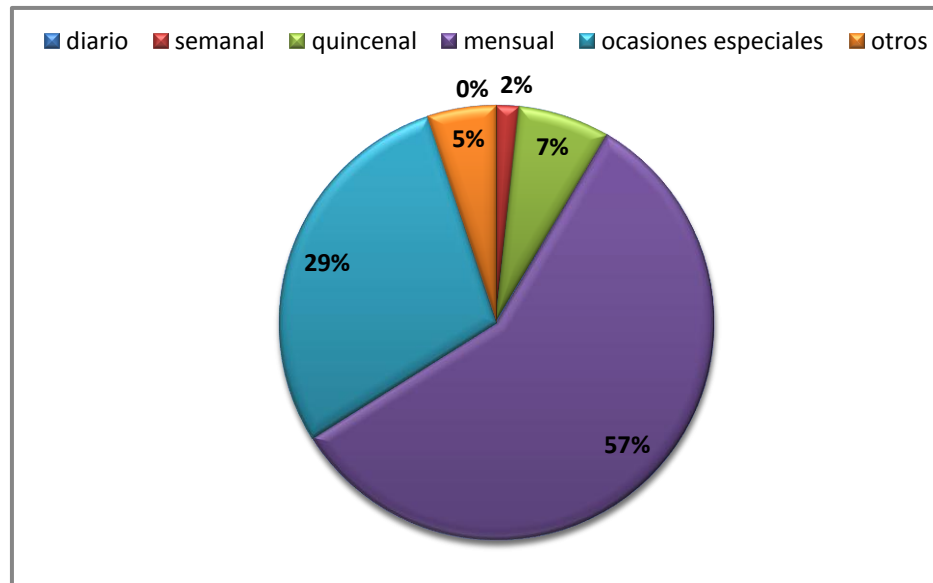
GRÁFICO 11:
FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO (CERRAJERIA)



ANÁLISIS:

El gráfico muestra que la contratación de los servicios de cerrajería normalmente no es sobre un parámetro específico, mas aun las personas lo adquieren en distintas ocasiones, aunque un dato muy importante y al cual se asemeja más es que el servicio es adquirido mensualmente en un 19% del total de la población que llega a adquirir estos servicios.

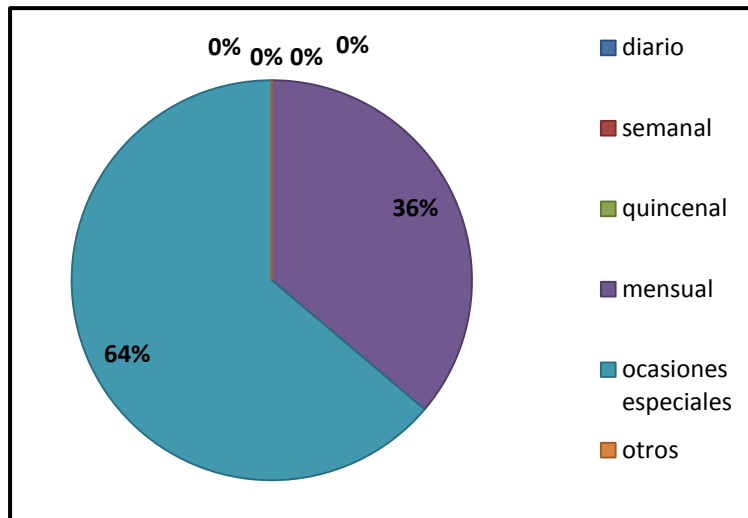
GRÁFICO 12:
FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO (MANTENIMIENTO DE JARDINES)



ANÁLISIS:

De acuerdo a las respuestas obtenidas de las encuestas a los hogares de las zonas residenciales de Tarija se pudo determinar que en gran proporción (57%) las personas requieren este servicio de manera mensual y que en muy pocas ocasiones (2%) lo realizan semanalmente.

GRÁFICO 13:
FRECUENCIA DE LA ADQUISICIÓN DEL SERVICIO (MANTENIMIENTO DE PISCINAS)

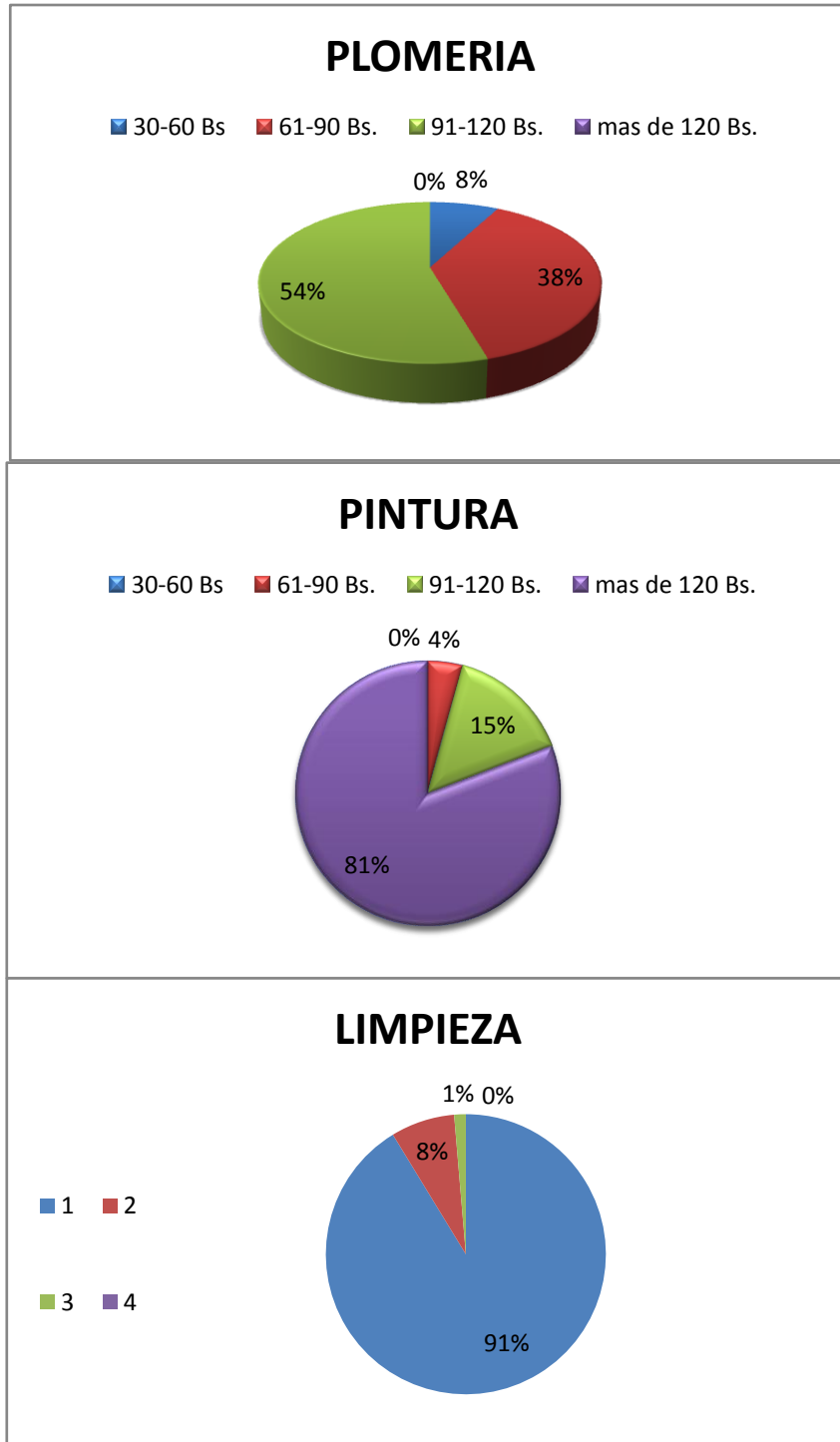


ANÁLISIS:

En cuanto al mantenimiento de piscinas los hogares de la ciudad de Tarija requieren estos servicios en ocasiones especiales (64%), aunque el servicio es también demandado de forma mensual (36%).

PREGUNTA 3. ¿Cuánto pago por el servicio? (Adquirir una sola vez)

GRAFICO 14: PAGO DE SERVICIOS



ANÁLISIS:

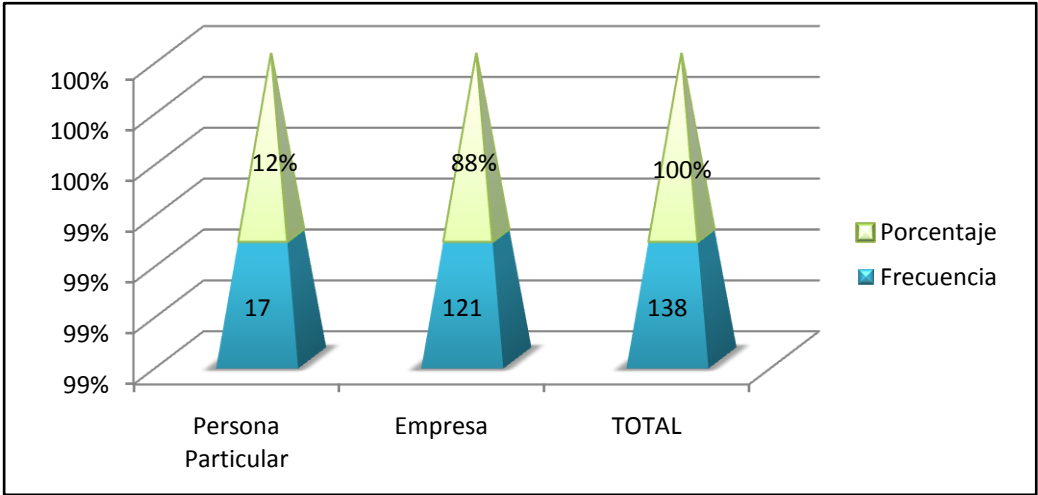
Esta pregunta fue realizada a las personas que en algún momento requirieron los servicios, en cuanto al precio que pagaron por adquirir una sola vez el servicio se puede observar que es de 30-60 bs en el sector de limpieza es el más significativo, continuando con el servicio de pintura con un precio mayor a 120 Bs, con un promedio de 12.64 Bs. el m2 y el servicio de plomería con precios de 91-120Bs son los más significativos.

PRGUNTA 4. ¿Cree usted que para realizar estos trabajos en el hogar es indispensable que alguien le garantice seguridad y responsabilidad del personal?

CUADRO 17: GARANTIA ACERCA DEL PERSONAL QUE REALIZA DISTINTAS LABORES EN EL HOGAR

| SI | 100% | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------------|------|------------|-------------|
| Persona Particular | | 17 | 12% |
| Empresa | | 121 | 88% |
| TOTAL | | 138 | 100% |

**GRAFICO 15:
GARANTIA ACERCA DEL PERSONAL QUE REALIZA DISTINTAS LABORES EN EL HOGAR**



ANÁLISIS

De acuerdo a la respuesta obtenida se pudo evidenciar que todas las personas encuestadas 138 suponen que es necesario que alguien le garantice seguridad y responsabilidad del personal que va a cumplir las diferentes labores a su domicilio, debido a los problemas que

nos enfrentamos cada día en nuestra actual sociedad. En cuanto a garantías sobre el personal que va a realizar distintas labores en el hogar como ser; limpieza, pintado, plomería, mantenimiento de jardines, etc., los encuestados creen en su mayoría que una empresa dedicada a este tipo de servicios le puede ofrecer mejores resguardos 88%, en razón a que no tendrían que atravesar ya por dificultades de sueldo, vacaciones, seguro social, etc., aunque existen personas que conceptúan que las mejores fianzas acerca del personal que vaya a accionar diferentes labores al hogar es una persona particular 12% que vendrían a ser aconsejadas por otra persona como ser un familiar, amigo de la familia, etc.

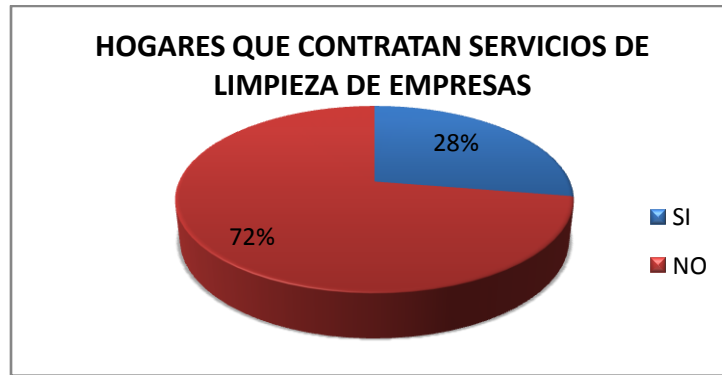
PREGUNTA 6: ¿Contrato alguna vez a una empresa que se dedique a este tipo de servicio?

- Si su respuesta es **SI**. ¿Cuál de las siguientes empresas?
- Si su respuesta es **NO**. ¿Porque no contrato los servicios de esta empresa?

CUADRO 18: HOGARES QUE CONTRATAN EMPRESAS DE SERVICIO

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------------------------|------------|-------------|
| SI | 38 | 28% |
| RE LIMPIA | 9 | 22% |
| ELVA ROXANA VEGA | 8 | 20% |
| MUY LIMPIECITO | 7 | 17% |
| NANCY ROSEMARY | 1 | 2% |
| SERVI FABI | 0 | 0% |
| LA ESCOBA | 16 | 39% |
| NO | 100 | 72% |
| Falta de dinero | 0 | 0% |
| Muy costoso | 7 | 7% |
| No conozco de este servicio | 36 | 36% |
| No he tenido la oportunidad | 57 | 57% |
| TOTAL | 138 | 100% |

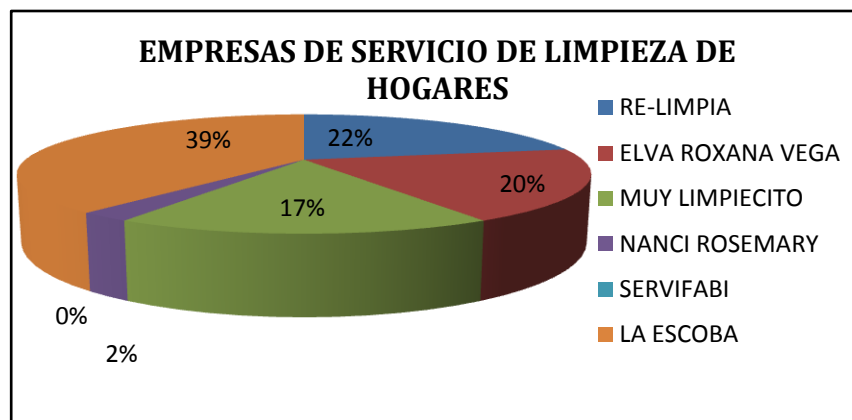
GRÁFICO 16:



ANÁLISIS:

Se puede ver en el anterior cuadro que solo el 28% del total de los encuestados contrataron los servicios de limpieza de una empresa y el restante 72% respondieron que no contrataron.

GRÁFICO 17: EMPRESAS DE SERVICIO DE LIMPIEZA DE HOGARES

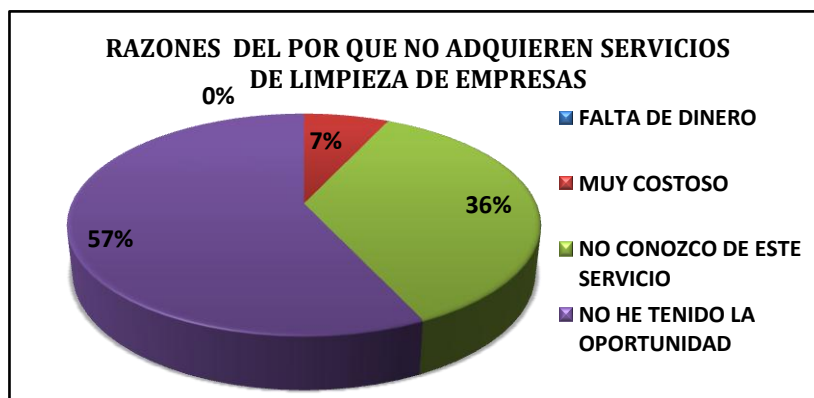


ANÁLISIS:

Del total de encuestados que contrataron los servicios de limpieza de empresas en la ciudad de Tarija, el 39% adquirió estos servicios de la empresa LA ESCOBA, seguido por RE-LIMPIA con el 22%, ELVA ROXANA VEGA con el 20%, MUY LIMPIECITO con el 17% Y SERVIFABI con solo el 2%. Deduciendo que no existe un gran número de

empresas que ofrezcan este tipo de servicios, y que la empresa de gran demanda es “LA ESCOBA”.

GRÁFICO 18: RAZONES DEL POR QUE NO ADQUIEREN SERVICIOS DE LIMPIEZA



ANÁLISIS:

En el cuadro se puede ver que del total de encuestados que no adquirieron los servicios de limpieza de empresas, el 57% respondieron que no han tenido la oportunidad de contratar a estas empresas, el 36% no conoce los servicios que ofrecen estas empresas y sólo el 7% coinciden de que es muy costoso contratar los servicios de las empresas mencionadas anteriormente.

PREGUNTA 7: ¿Está conforme con el servicio que recibió?

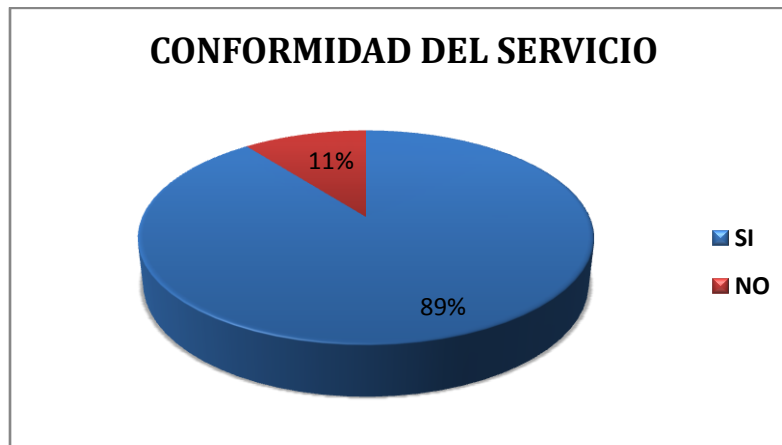
- Si su respuesta es **SI**. ¿Por qué?

- Si su respuesta es **NO**. ¿Por qué?

CUADRO 19: CONFORMIDAD POR EL SERVICIO

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| SI | 34 | 89% |
| Precios adecuados | 6 | 18% |
| Servicio de calidad | 10 | 29% |
| Seguridad | 18 | 53% |
| NO | 4 | 11% |
| Falta de profesionalismo | 3 | 75% |
| No lleno mis expectativas | 1 | 25% |
| No dejaron limpio | 0 | 0% |
| TOTAL | 38 | 100% |

GRÁFICO 19: CONFORMIDAD DEL SERVICIO



ANALISIS:

En el cuadro se puede observar que del total de encuestados que contrataron a empresas, el 89% está conforme con los servicios que les brindaron y el 11% no están conforme con esos servicios.

GRÁFICO 20: RAZÓN POR LA CUAL ESTA O NO CONFORME EL CLIENTE



ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos del total de encuestados que contrataron empresas de este tipo de servicios, el 53 % están conforme debido a que estas empresas les ofrecen seguridad y en menor proporción, el 18% están conforme ya que brindan precios adecuados de sus servicios.

Por otra parte, del total de encuestados que no contrataron a las empresas que prosperen este tipo de servicio, el 75% respondió que no contrato debió a la falta de profesionalismo y el 25% no llenó sus expectativas.

PREGUNTA 8: Si existiera una nueva empresa que le ofrezca este tipo de servicios.

¿Contrataría sus servicios?

- Si su respuesta es **SI**. ¿Por qué?
- Si su respuesta es **NO**. ¿Porque?

CUADRO 20: ACEPTACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|------------|-------------|
| SI | 118 | 86% |
| Ahorro de tiempo | 8 | 7% |
| Facilita las labores | 25 | 21% |
| Trabajo profesional | 60 | 51% |
| Por comodidad | 24 | 20% |
| Por estatus | 1 | 1% |
| NO | 20 | 14% |
| Estoy conforme con mi personal particular | 9 | 45% |
| No necesito | 11 | 55% |
| TOTAL | 138 | 100% |

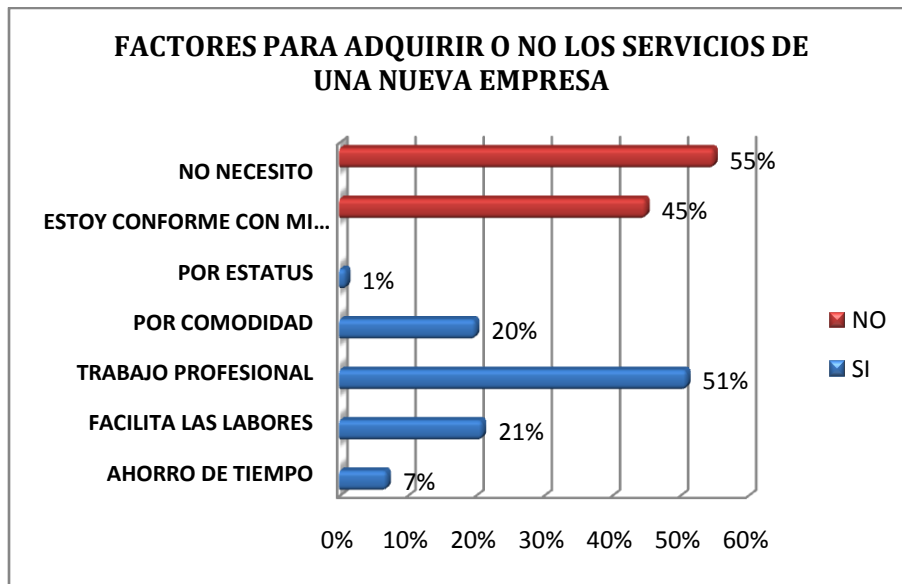
GRÁFICO 21: ACEPTACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA



ANÁLISIS:

Del resultado obtenido, claramente se puede ver que del total de los encuestados, el 86% están dispuestos a contratar los servicios de limpieza y mantenimiento que ofrezca una nueva empresa, por el contrario y en menor proporción el 14% no está dispuesto a contratar a esta nueva empresa.

GRÁFICO 22: FACTORES PARA ADQUIRIR O NO LOS SERVICIOS DE UNA NUEVA EMPRESA



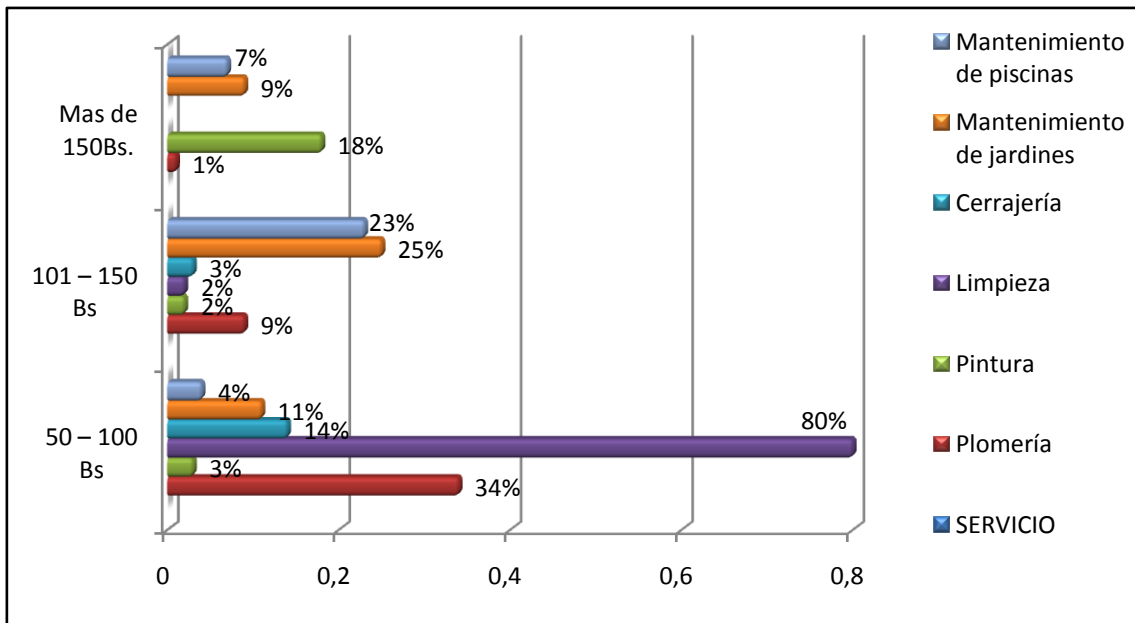
ANÁLISIS:

En relación a los encuestados que contratarán los servicios de limpieza y mantenimiento de una nueva empresa, el 51 % contrataría estos servicios siempre y cuando la empresa realice un trabajo profesional y una cantidad reducida de los encuestados 14% contrarían a esta empresa debido a que esta le permitirá ahorrar su tiempo que pueden ser dedicados a otras acciones.

Por otra parte, del total de los encuestados que no contratarán a una nueva empresa que ofrezca este tipo de servicios, 55% no lo hará debido a que no necesita los servicios de esta empresa y el 45% respondió que está conforme con su personal particular que cumple las mismas labores.

PREGUNTA 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

GRÁFICO 23: DISPONIBILIDAD DE PAGO POR ADQUIRIR UN SERVICIO



ANÁLISIS:

De todos los encuestados se puede observar que de todos los que afirmaron que recurren al servicio de limpieza un 80% de ellos estaría dispuesto a pagar de 50-100 Bs, en cuanto a la disponibilidad de pagar entre 101-150 Bs sería por el servicio de mantenimiento de jardines y finalmente se tendría una predisposición de pagar por más de 150 Bs por el servicio de pintura, claro que dependiendo de la cantidad de m², considerando que el precio promedio por m² oscila entre 12.64 Bs

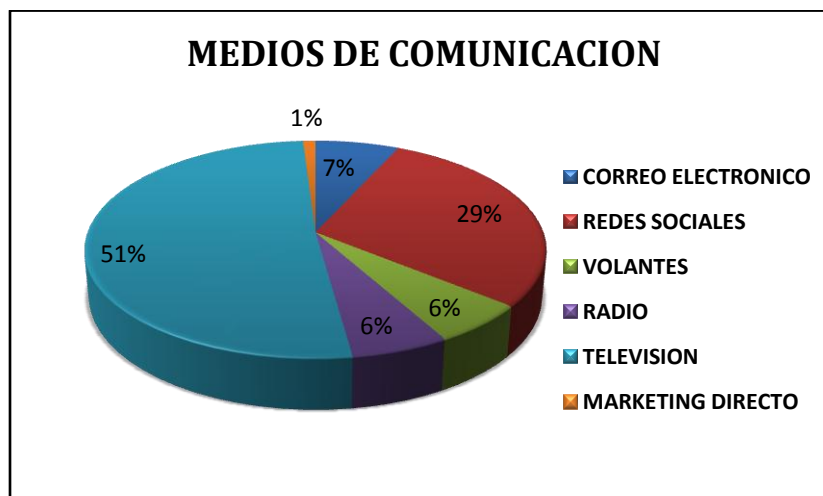
PREGUNTA 10: ¿Mediante que medio le gustaría enterarse de los servicios de una empresa que provee servicios domésticos para su hogar?

CUADRO 21: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
|--------------|------------|------------|

| | | |
|--------------------|------------|-------------|
| Correo electrónico | 8 | 7% |
| Redes sociales | 34 | 29% |
| Volantes | 7 | 6% |
| Radio | 7 | 6% |
| Televisión | 60 | 51% |
| Otros | 2 | 1% |
| TOTAL | 118 | 100% |

GRÁFICO 24: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE PREFERENCIA



ANÁLISIS:

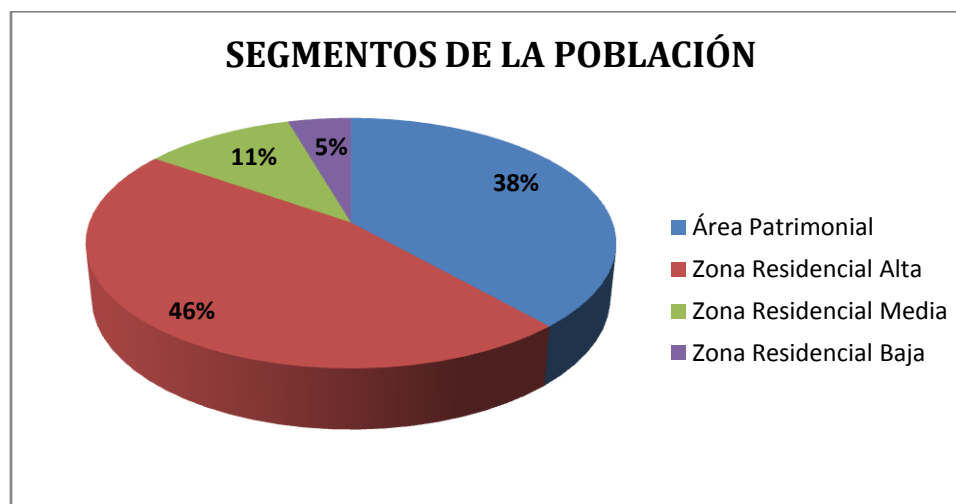
Se puede observar en el anterior que los medios de comunicación de mayor preferencia de los encuestados que adquirirán los servicios de una nueva empresa son: La televisión que representa el 51% de los encuestados, seguido por las redes sociales en una proporción del 29% y el 1% de los encuestados prefieren otros medios de comunicación haciendo referencia al marketing directo.

ANÁLISIS POR SEGMENTO

CUADRO 22:

| Nº | SEGMENTO | MUESTRA | PORCENTAJE |
|----|------------------------|------------|-------------|
| 1 | Área patrimonial | 53 | 38% |
| 2 | Zona residencial alta | 64 | 46% |
| 3 | Zona residencial media | 15 | 11% |
| 4 | Zona residencial baja | 6 | 4% |
| | TOTAL | 138 | 100% |

GRÁFICO 25: SEGMENTOS DE LA POBLACIÓN



ANÁLISIS:

En el anterior gráfico se puede observar que el 38% de la población representa el segmento 1 que es el área patrimonial de la ciudad de Tarija, con el 46% el segmento 2 que reemplaza la zona residencial alta, con el 11% el segmento 3 que sustituye la zona residencial media y el 5% suplanta la zona residencial baja. Por consiguiente la zona más poblada es la zona residencial alta que incorpora una cantidad significativa de barrios con ingresos medios y altos.

Para el estudio de los estratos identificados en la población se procedió al análisis de las siguientes preguntas:

PREGUNTA 6. ¿Contrato alguna vez a una empresa que se dedique a este servicio?

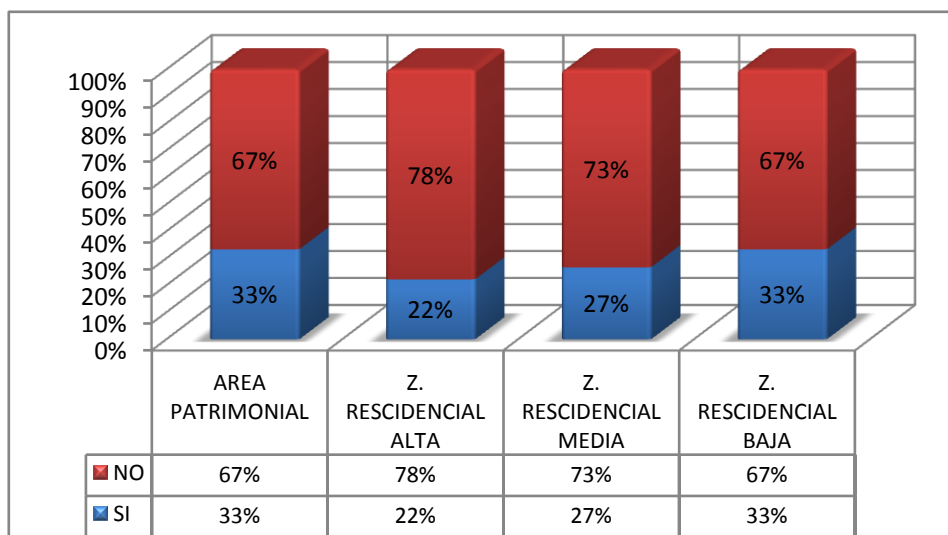
- Si su respuesta es **SI**. ¿Cuál de las siguientes empresas?

CUADRO 23: CONTRATACIÓN DE EMPRESAS DE ACUERDO A LA ZONA RESIDENCIAL

| SEGMENTO | SI | NO | TOTAL |
|---------------------|----|----|-------|
| AREA PATRIMONIAL | 18 | 36 | 54 |
| Z. RESIDENCIAL ALTA | 14 | 49 | 63 |

| | | | |
|----------------------|---|----|------------|
| Z. RESIDENCIAL MEDIA | 4 | 11 | 15 |
| Z. RESIDENCIAL BAJA | 2 | 4 | 6 |
| TOTAL | | | 138 |

**GRAFICO 26:
CONTRATACIÓN DE EMPRESAS**

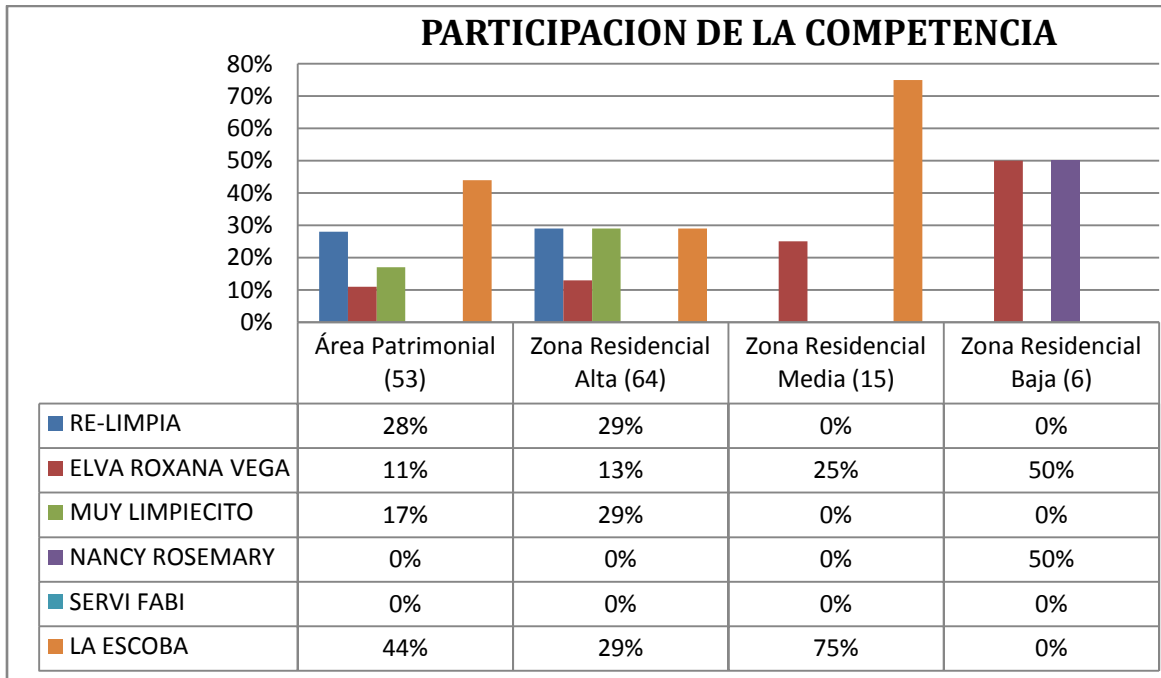


ANÁLISIS:

La pregunta fue aplicada a todos aquellos hogares de ingresos medios y altos de las distintas zonas residenciales, de las cuáles se puede evidenciar que las zonas residenciales donde hubo mayor contratación de empresas de este tipo de servicios fue en el área patrimonial más conocida como el casco viejo de la ciudad con el 33% y en la zona residencial baja con el 33%. Por otra parte las zonas que no contrataron a empresas dedicadas a este tipo de servicios representan el 78% y 73% de los encuestados en las zonas residenciales alta y media, respectivamente.

Por consiguiente se puede delimitar que en todos los estratos, en gran proporción, no contratan los servicios de empresas.

GRÁFICO 27: PARTICIPACIÓN DE LA COMPETENCIA

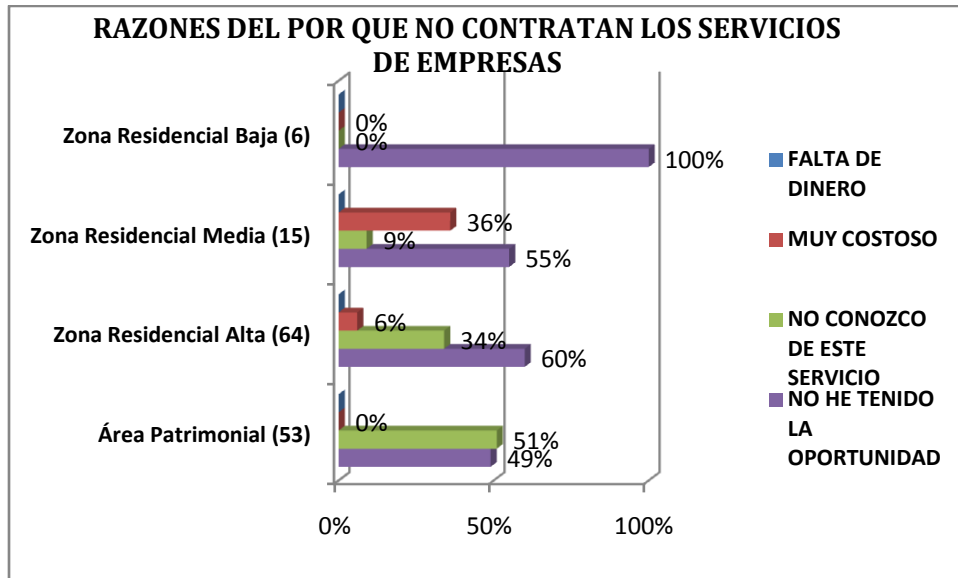


ANÁLISIS:

En el gráfico se puede observar que la empresa “LA ESCOBA” es la que tiene mayor demanda de sus servicios en las zonas residenciales alta (29%), media (75%) y en el área patrimonial (44%), figurando como el competidor potencial de la nueva empresa.

Las zonas donde hay gran competencia y donde el mercado es considerablemente extenso son la zona residencial y área patrimonial, en las cuáles se encuentran compitiendo las siguientes empresas: RE-LIMPIA, ELVA ROXANA VEGA, MUY LIMPIECITO Y LA ESCOBA.

GRÁFICO 28:



ANÁLISIS:

Los encuestados que no contrataron los servicios de empresas, se puede observar en mayor escala que no contrató debido a que no han tenido la oportunidad, lo que representa el 100% de la zona residencial baja, 60% de la zona residencial alta, 49% del área patrimonial y el 55% de la zona residencial media.

Por otra parte, otra proporción de los encuestados no contratan los servicios de empresas debido a que no conocen los servicios que brindan esas empresas, lo que reemplaza el 51% del área patrimonial, 34% de la zona residencial alta y 9% de la zona residencial media.

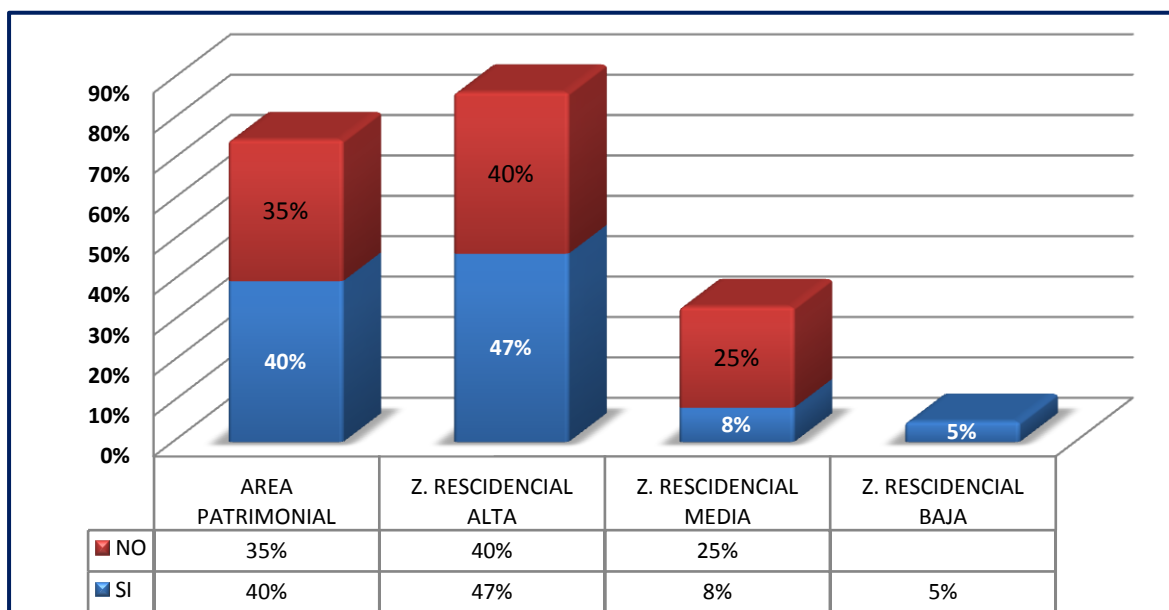
PREGUNTA 8. Si existiera una empresa que le ofrezca este tipo de servicios. ¿Contrataría sus servicios?

CUADRO 24: ACEPTACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA AL SECTOR DE LIMPIEZA

| SEGMENTO | SI | NO |
|----------|----|----|
|----------|----|----|

| | | |
|----------------------|------------------|-----------------|
| AREA PATRIMONIAL | 47 | 7 |
| Z. RESIDENCIAL ALTA | 55 | 8 |
| Z. RESIDENCIAL MEDIA | 10 | 5 |
| Z. RESIDENCIAL BAJA | 6 | |
| TOTAL | 118 (86%) | 20 (14%) |

GRÁFICO 29: ACEPTACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA



ANÁLISIS:

En cuanto a la aceptación de una nueva empresa que se dedica exclusivamente al servicio de limpieza y mantenimiento de hogares se puede observar en los anteriores gráficos que las zonas que aceptarían en gran proporción los servicios de una nueva empresa son el área patrimonial con el 40% y la zona residencial alta con el 47%.

Por otra parte la zona que no aceptaría en mayor relación los servicios de una nueva empresa es la zona residencial media con el 25%.

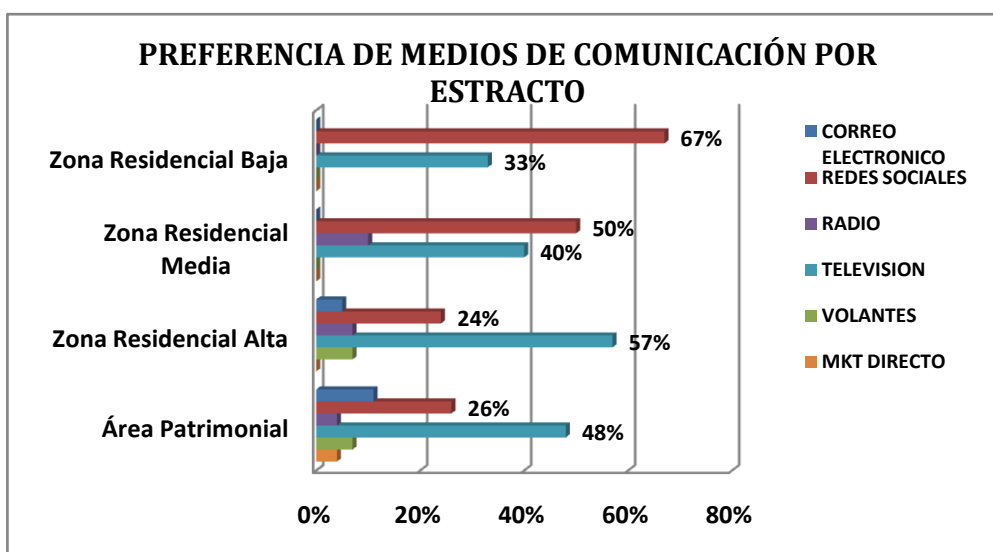
PREGUNTA 10: ¿Mediante que medio le gustaría enterarse de los servicios de una empresa que provee servicios domésticos para su hogar?

CUADRO 25: PREFERENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

| MEDIOS DE COMUNICACIÓN | SEGMENTO | | | |
|------------------------|----------|------|------------------|------|
| | Área | Zona | Zona Residencial | Zona |

| | Patrimonial | Residencial Alta | Media | Residencial Baja |
|---------------------|-------------|------------------|-------------|------------------|
| Áreas residenciales | 11% | 5% | 0% | 0% |
| Correo electrónico | 26% | 24% | 50% | 67% |
| Redes sociales | 7% | 7% | 0% | 0% |
| Volantes | 4% | 7% | 10% | 0% |
| Radio | 48% | 57% | 40% | 33% |
| Televisión | 4% | 0% | 0% | 0% |
| Mkt directo | 0% | 0% | 0% | 0% |
| TOTAL | 100% | 100% | 100% | 100% |

GRÁFICO 30: PREFERENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN



ANÁLISIS:

Debido a los resultados obtenidos de las encuestas, se pudo identificar que los medios de comunicación de gran preferencia por las diferentes zonas residenciales son la televisión y las redes sociales, figurando la televisión de mayor preferencia en las zonas residenciales alta y patrimonial, el 57% y 48% respectivamente. Por otra parte, en las zonas residenciales media y baja, representando el 50% y 67% del total de los encuestados, respondieron que los medios de comunicación de su mayor preferencia son las redes sociales.

3.1.3. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para la cuantificación de la demanda, se ha tomado en cuenta la pregunta N°8 donde se consultaba a los hogares de la ciudad de Tarija, si estaría dispuesto a contratar los servicios

de una nueva empresa de limpieza y mantenimiento de hogares, consiguiendo el 86% de aceptación. Los logros alcanzados:

CUADRO 26: DATOS DE LA DEMANDA POTENCIAL

| AÑO | TOTAL VIVIENDAS | DEMANDA | DEMANDA POTENCIAL |
|---|------------------------|----------------|--------------------------|
| 2012 | 29.052 | 86% | 24.985 |
| Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de Campo | | | |

Nuestra potencial demanda será de 24.985 hogares de con ingresos medios y altos de las zonas residenciales de la ciudad de Tarija.

3.1.3.1. Proyección de la Demanda

Por ser un proyecto nuevo no existen datos históricos sobre la utilización de los servicios personalizados en la ciudad de Tarija.

Sin embargo para la proyección de la demanda se tomo en cuenta la tasa de crecimiento del 3,77 % de la población y en promedio el 3,5 del tamaño de las personas por hogares según datos del diagnóstico urbano del municipio de Tarija proporcionado por la Honorable Alcaldía Municipal de la Ciudad de Tarija y Provincia Cercado, los resultados adquiridos para proyectar la demanda son:

CUADRO 27: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA HASTA EL AÑO 2018

| AÑO | TOTAL VIVIENDAS (N) | DEMANDA | DEMANDA POTENCIAL |
|-------------|----------------------------|----------------|--------------------------|
| 2012 | 29.052 | 86% | 24.985 |
| 2013 | 30.147 | 86% | 25.927 |
| 2014 | 31.284 | 86% | 26.904 |
| 2015 | 32.463 | 86% | 27.918 |
| 2016 | 33.687 | 86% | 28.971 |
| 2017 | 34.957 | 86% | 30.063 |
| 2018 | 36.275 | 86% | 31.196 |

Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de Campo

Para el la proyección de la demanda se utilizo el método de Estimación Compuesto, para lo cual se accionó en base a la siguiente fórmula:

$$D_f = D_a * (1 + r)^n$$

Donde:

D_f = Demanda Futura

D_a = Demanda Actual

r= Tasa de crecimiento periódico (%)

n= tiempo

Se pudo proyectar que en el año 2018 nuestra demanda potencial será de 31.196 hogares de ingresos medios y altos de las zonas residenciales de la ciudad de Tarija. (VER ANEXO 13)

3.1.4. CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

Para determinar la oferta se utilizó la pregunta N°6: ¿Contrato a alguna vez a una empresa que se dedique a este tipo de servicio?, ¿Cuál de las siguientes empresas? Con la infamación obtenida se logró determinar la competencia existente en este sector.

CUADRO 28: DATOS DE LA OFERTA

| EMPRESA | TOTAL VIVIENDAS (N) | HOGARES QUE CONTRATA RÓN (28%) | PORCENTAJE | CLIENTES |
|-----------------|---------------------|--------------------------------|------------|----------|
| RE LIMPIA | 29.052 | 8.135 | 24% | 1.952 |
| ELVAROXANA VEGA | 29.052 | 8.135 | 21% | 1.708 |
| MUY LIMPIECITO | 29.052 | 8.135 | 18% | 1.464 |
| NANCY ROSEMARY | 29.052 | 8.135 | 3% | 244 |
| SERVI FABI | 29.052 | 8.135 | 0% | 0 |
| LA ESCOBA | 29.052 | 8.135 | 42% | 3.417 |

Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de Campo

Este cuadro representa el total de clientes que se atienden durante el periodo de un año, la información se basa en la pregunta N° 2 Si ¿Cuál de las siguientes empresas?.

Para el cálculo se tomo en cuenta las los hogares que contrataron este tipo de servicios que representa el 28% de los encuestados y cuáles eran estas empresas.

Por consiguiente, la participación de la competencia en el mercado tarijeño en relación a limpieza y mantenimiento de hogares ocupa el 28% que cubre las necesidades de 8.135 hogares de ingresos medios y altos.

3.1.5. DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se tomo en cuenta la demanda potencial que se calculo a través del método de estimación compuesto en relación a una tasa de crecimiento del 3,77% y en base a la cuantificación de la oferta, con lo que se aplica la siguiente fórmula:

$$Demanda\ potencial - Oferta = Demanda\ Insatisfecha$$

CUADRO 29: IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

| AÑO | DEMANDA POTENCIAL | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA |
|-------------|--------------------------|---------------|-----------------------------|
| 2012 | 24.985 | 8.135 | 16.850 |
| 2013 | 25.927 | 8.135 | 17.792 |
| 2014 | 26.904 | 8.135 | 18.769 |
| 2015 | 27.918 | 8.135 | 19.783 |
| 2016 | 28.971 | 8.135 | 20.836 |
| 2017 | 30.063 | 8.135 | 21.928 |
| 2018 | 31.196 | 8.135 | 23.061 |

Fuente: Elaboración propia en base a la Investigación de Campo

La demanda insatisfecha en el año 2013 es de 17.792 hogares de ingresos medios y altos, lo que remplazará para nuestra empresa la existencia de un mercado considerable, para proseguir a ofertar la variedad de sus servicios.

3.1.6. VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS

H_1 = La “ESCOBA” es considerada la empresa de mayor demanda de acuerdo a los resultados de la pregunta N° 6 y que los hogares contratan este los servicios de esta empresa debido a que le garantiza seguridad en las labores que realiza y ofrezca un servicio de calidad.

H_2 = El 88% del total de los hogares de la ciudad de Tarija dejan en manos de terceros las tareas de limpieza de su hogar por que les garantiza seguridad y responsabilidad en las labores que realice. (Pregunta N°4)

3.1.7. RIESGO Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

De acuerdo a la investigación de mercados realizada a los hogares de las zonas residenciales de la ciudad de Tarija, se pudo recabar lo siguiente:

- ✚ Para incursionar como una empresa nueva del sector de limpieza y mantenimiento, existe una predisposición por las personas para adquirir los servicios que se ofrecerán en distintas zonas residenciales, los cuáles vienen asociados a grandes oportunidades como es la de aceptación de la nueva empresa, que le brinde un servicio de seguridad y confiable.
- ✚ Los servicios de limpieza y mantenimiento técnico que se pretenden ofrecer al mercado son los de mayor requerimiento por la población tarijeña, los cuáles en su totalidad no son ofertados por otra empresa que se encuentre en el sector.
- ✚ En cuanto a la competencia, aunque existen varias empresas dedicadas al rubro, las existentes no abarcan todo el mercado, es más existen hogares que no tienen conocimiento sobre empresas que prestan este tipo de servicio.

- ✚ Aunque existe una predisposición por las personas que podrían llegar a requerir los servicios de una empresa de limpieza y mantenimiento, existe a su vez cierto riesgo, porque no se sabe con exactitud si una vez que la empresa este en marcha tendrá toda la respuesta favorable que se pudo percatar.
- ✚ Otro riesgo es referente al lugar donde la nueva empresa se encontrara operando en la misma zona donde está la mayor cantidad de empresas de limpieza, como lo es el casco viejo de la ciudad y las distintas zonas residenciales. Aunque se considera que es la zona donde se halla la gran mayoría de la población.

3.1.8. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

En base a la investigación de mercados se pudo llegar a las siguientes deducciones:

- ✚ Los servicios que mayor demanda tienen en las distintas zonas residenciales de la población tarijeña es el servicio de limpieza y el de plomería. Como así también cabe mencionar que la población requiere de otro tipo de servicios como lo es el lavado y planchado de ropa.
- ✚ Se llegó a precisar que la competencia potencial de la nueva empresa en cuestión es la empresa de servicios de limpieza LA ESCOBA, está ocupando un porcentaje considerable de participación en el mercado sobre la población que alcanzó a contratar en algún momento los servicios de una empresa.

- ✚ Los medios de comunicación más apropiados para llegar a hacer conocer los servicios que pretende ofrecer la nueva empresa, se conceptua que los mejores medios para dar a conocer el servicio es a través de la televisión, seguido por la difusión mediante redes sociales.

- ✚ Se identificó la existencia de un mercado relativamente amplio ya que se pudo definir la proporción de la demanda insatisfecha, lo que reemplaza un mercado accesible para la nueva empresa.

Los servicios de una nueva empresa que ofrezca soluciones de limpieza y mantenimiento para los hogares de la ciudad de Tarija, tendría mayor aceptación en lo que es la zona residencial alta y el área patrimonial, más conocida como el casco viejo de la ciudad, donde los hogares están predispuestos a adquirir los servicios de una nueva empresa que le certifique seguridad y responsabilidad en el trabajo y el personal que llegue a ir al domicilio, ya que en su gran mayoría los hogares opinan que las mejores garantías de señales y responsabilidad las da una empresa dedicada al rubro.

CAPÍTULO IV

PLAN DE MARKETING

4.1. OBJETIVOS DE MARKETING

- ✚ Determinar que algunos segmentos del mercado brindan mejores oportunidades que otros.
- ✚ Diseñar la estrategia marketing que se deberá seguir para la introducción en mercado seleccionado.
- ✚ Establecer los cálculos del plan de ventas para el primer mes para la introducción al mercado y realizar la proyección para 5 años.
- ✚ Determinar el presupuesto que se incurrirá en el plan de marketing para la introducción al mercado.

4.2. ESTRATEGIA DE MARKETING

Las tácticas de marketing que se aplicará son: La segmentación y el marketing mix, las cuáles permitirán cubrir los objetivos que la empresa se ha fijado para ingresar y mantenerse en el mercado.

4.2.1. MERCADO META Y SEGMENTACIÓN

4.2.1.1. Mercado Meta

Para que los servicios que se pretender ofertar, se consoliden, como primera instancia se tomará en cuenta el mercado meta que son las zonas residenciales que se halla en la ciudad de Tarija:

CUADRO 30: ZONAS RESIDENCIALES

| N° | ZONAS RESIDENCIALES | HOGARES DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS | PORCENTAJE QUE OCUPA EN EL MERCADO |
|--------------|------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 1 | Área patrimonial | 11.164 | 38% |
| 2 | Zona residencial alta | 13.444 | 46% |
| 3 | Zona residencial media | 3.134 | 11% |
| 4 | Zona residencial baja | 1.310 | 4% |
| TOTAL | | 29.052 | 100% |

4.2.1.2. Segmento de Mercado

Las zonas residenciales que crean mayores oportunidades son: el área patrimonial y la zona residencial alta, ya que son zonas que presentan una cantidad apropiada de hogares con ingresos medios y altos y tienen la predisposición de aceptar los servicios de limpieza y mantenimiento ofertada por una nueva empresa que le garantice responsabilidad en las actividades que realice para su hogar.

Por consecuente, el mercado se dividirá en los siguientes segmentos a nivel urbano, como se muestra en el cuadro siguiente:

CUADRO 31: DIVISIÓN DEL MERCADO

| PRIMERA SEGMENTACIÓN | SEGUNDA SEGMENTACIÓN |
|--|--|
| ÁREA PATRIMONIAL | ZONA RESIDENCIAL ALTA |
| 11.164 (38% del mercado) Hogares con ingresos medios y altos | 13.444 (46% del mercado) Hogares Con Ingresos Medios Y Altos |
| Fuente: Elaboración propia en base a la investigación de campo | |

4.2.2. MARKETING MIX

Para cubrir los objetivos se utilizará las “7 Ps” del Marketing mix de Servicios:

4.2.2.1. Producto

Nombre de la Empresa

“SERVI HOUSE” S.R.L. Empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de hogares.

El servicio que se brindará consiste en mantener la limpieza del hogar en perfecto estado, que permita a las familias tener una vida sana sin ningún tipo de bacterias, un lugar seguro en perfectas condiciones para que la familia prosiga con sus actividades.

Slogan:

“SERVI HOUSE” S.R.L.

Especialista en la Integridad, Pulcritud y Seguridad para tu hogar.

Logotipo:



Cartera de Servicios

La cartera de servicios con la que pretendemos operar es la siguiente:

Servicio de Limpieza General

Consiste en brindar un servicio de limpieza integral de los hogares para asegurar un ambiente sano, totalmente limpio que comprende:

- La cocina.
- Los baños.
- Garajes
- Dormitorios y otras áreas.

Servicio de Mantenimiento

Consiste en ofrecer servicios técnicos de reparación o solución de problemas domiciliarios para lograr que el lugar que usted habita sea más confortable y seguro. Estos servicios implica:

- Mantenimiento de jardines.
- Mantenimiento integral de piscinas.
- Pintado de interiores y exteriores.
- Plomería (Mantenimiento en tuberías)
- Cerrajería (Mantenimiento y reparación de cerraduras, candados, cerrojos)

Descripción de las tareas a realizar:

- **Servicio de limpieza general de cocinas**

La limpieza de la cocina es de suma importancia, pues es la estancia del hogar donde se realizan la preparación y el cocinado de los productos alimenticios, para lo cual se recurrirá a la limpieza y desinfección de muros, pisos, muebles por dentro y fuera, electrodomésticos y utensilios.

- **Servicio de limpieza general de los baños**

Limpiar esta zona de la casa es de vital trascendencia ya que es un lugar donde se acumulan bastantes gérmenes y bacterias, para lo cual se recurre a la Limpieza y desinfección de muros, pisos, sanitarios, espejos, griferías, bañeras o ducha.

- **Servicio de limpieza general de los dormitorios**

Constituye una parte importante para el hogar ya que es el lugar de descanso, para lo cual se recurre a la limpieza de ventanas cristales, espejos, paredes, techos, pisos, puertas y aspiración de alfombras, cortinas y desempolvado de objetos decorativos.

- **Servicio de limpieza general de la garajes**

El garaje es un complemento significativo para el hogar ya que es el lugar disponible y seguro para guardar las movibilidades, para lo cual se requiere a limpiar y desengrasar puertas, paredes y pisos.

- **Servicio de plomería**

Detención y restauración de instalaciones sanitarias, como son las tuberías, llaves, válvulas, filtraciones por aparición de humedad en (paredes, techos y piso), botes de agua constante, fugas de agua en tuberías.

- **Servicio de cerrajería**

Reconstrucción y mantenimiento de cerraduras, cerrojos y candados, realización de copias de llaves existentes y fabricación de llaves a partir de cerradura

- **Servicio de mantenimiento de jardines**

El mantenimiento de jardines implica conservar y sostener un paisaje sano, limpio, seguro y atractivo para el hogar, para lo cual la empresa presta el servicio de

conservación y mantenimiento de jardinería en relación ha entrecavado y abonado del césped, podado de setos, arbustos y árboles, tratamiento de plagas y enfermedades.

- **Servicio de mantenimiento de piscinas**

Las piscinas son conceptuadas los elementos principales a la hora de diversión y relajación, para lo cual se ofrece un servicio de limpieza y tratamiento químicos que se dará a agua para que sea saludable para los miembros del hogar.

- **Servicio de de pintado**

Pintar significa una renovación absoluta del hogar, le ofrecemos un servicio de pintura de techos, paredes y otros sectores.

Todos estos servicios se brindarán con la más alta calidad y con la mejor tecnología en cuanto a maquinaria se refiere, esto permitirá proponer un servicio completo en el menor tiempo posible.

Los artículos de limpieza a explotarse serán de alta durabilidad de manera que nos admitan optimizar recursos; los productos que se aprovecharán no son tóxicos para el ser humano, su contenido nos ofrendará una fragancia muy suave pero a su vez muy duradera.

La empresa tiene como estrategia principal atraer a sus clientes a través de un servicio de calidad bajo garantía de seguridad y responsabilidad en las labores que realice para su hogar.

Horario de Atención

“SERVI HOUSE” SRL. Servicios de limpieza y mantenimiento de hogar pone a su disposición nuestros horarios de atención.

Preocupándonos por el tiempo de nuestros clientes hemos decidido acoplarnos a los horarios requeridos ofreciendo en primer plano el esquema de los siguientes horarios (flexibles):

Horarios disponibles de limpieza en su hogar:

| LUNES a VIERNES | | | SÁBADO |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| MAÑANA 06:00-9:00 | TARDE 13:00-15:00 | NOCHE 18:00-21:00 | MAÑANA 08:00-16:00 |

Horarios de oficina para reservas y atención de servicios de mantenimiento:

| LUNES a VIERNES | | SÁBADO |
|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| MAÑANA 08:00-12:00 | TARDE 15:00-18:00 | MAÑANA 08:00-16:00 |

Si el cliente opta por otro horario tiene que dar a conocer con anticipación y teniendo en cuenta que los precios se incrementan en una proporción adecuada y justa bajo las leyes laborales.

Sistema de entrega del servicio:

El servicio será suministrado en el hogar del cliente, ya sea diario, semanal, mensual o en días específicos de acuerdo a al requerimiento del cliente.

El cliente deberá presentarse a la oficina de la empresa, o llamar por vía telefónica para dar a conocer su requerimiento de limpieza o problemas de cerrajería, plomería o pintura que se presenta en su hogar.

La empresa le designará un asesor de limpieza para que se presente en su hogar con el personal necesario para realizar la limpieza o solucionar los problemas identificados.

Una vez finalizado el servicio se entregará la factura detallada, dependiendo si el servicio es a diario o días específicos, como así también el asesor de limpieza realizará una pequeña encuesta acerca de la satisfacción del servicio prestado.

En el caso de que el servicio sea a diario se ofrecerá opciones de pago a cuotas.

La diferencia ante la Competencia:

- ✚ Seremos la primera empresa, en la ciudad de Tarija que brinde un servicio completo de servicio y mantenimiento para los hogares.
- ✚ Ofreceremos una variedad de precios.
- ✚ Tendremos un personal altamente capacitado en diferentes aéreas, y una facilidad para adaptarnos al cambio e innovar constantemente.
- ✚ Contaremos con un asesor de limpieza que verifique la calidad de limpieza.

4.2.2.2.Precio

Para determinar el precio de cada uno de los servicios personalizados que se pretende implementar, se ha considerado la fijación de precios basados en el comprador:

| Precio mínimo actual en el mercado (según datos de la encuesta): | Precio que el cliente estaría dispuesto a pagar (según datos de la encuesta): |
|---|--|
| ✚ Limpieza 30 Bs.- | ✚ Limpieza 100 Bs.- |
| ✚ Plomería 60Bs.- | ✚ Plomería 100 Bs.- |
| ✚ Pintura por m ² 12 Bs.- | ✚ Pintura por m ² 12 Bs.- |
| ✚ Cerrajería 60 Bs.- | ✚ Cerrajería 60 Bs.- |
| ✚ Mantenimiento de jardines 90 Bs.- | ✚ Mantenimiento de jardines 150 Bs.- |
| ✚ Mantenimiento de piscinas 90 Bs.- | ✚ Mantenimiento de piscinas 150 Bs.- |

Estos precios son un parámetro que permite a la empresa penetrar al mercado de servicios, ofreciendo el mejor servicio a un precio accesible, de alta calidad y garantizando seguridad y responsabilidad en el trabajo que realizara su personal.

En conclusión la empresa fijara sus precios teniendo en cuenta esos dos parámetros:

- ✚ Limpieza 70 Bs.-
- ✚ Plomería 80Bs.-
- ✚ Pintura por m² 12 Bs=240 Bs.
- ✚ Cerrajería 60 Bs.-
- ✚ Mantenimiento de jardines 100 Bs.-
- ✚ Mantenimiento de piscinas 100 Bs.-

Formas de Financiamiento:

“SERVI HOUSE” SRL. Servicios de limpieza y mantenimiento de hogares concederá distintas forma de pagos como: Semanal, quincenal y mensual, de acuerdo a la disponibilidad del cliente bajo un contrato por prestación del servicio. En caso de que el cliente adquiera los servicios sólo en días específicos o una sola vez el pago será al contado.

Se emitirá factura en el momento en que el cliente cancele.

4.2.2.3. Plaza

Los canales de distribución serán de manera directa; es decir que no habrá intermediarios para la prestación de los servicios; las personas que requieran de algunos de los servicios ofertados acudirán a las instalaciones de la Empresa y con la firma previa del contrato enseguida se enviará al personal respectivo a cumplir con el trabajo requerido. El servicio se realizara en el hogar del cliente. En este sentido, en el caso de un servicio de carácter periódico, es decir, aquel que se presta con una relativa frecuencia temporal, se recomienda que el cliente habilite un pequeño espacio

donde almacenar la maquinaria, utensilios y productos necesarios para la correcta prestación del servicio.

En el caso de un servicio puntual o en ocasiones específicas y dependiendo de la tipología de este, la empresa deberá desplazarse a las instalaciones del cliente transportando todo el material necesario para la correcta prestación del servicio.

En el caso de que la empresa cuente con los datos del cliente y este sea fiel a la empresa, es decir sea reconocido por la empresa y contrate el servicio ocasional, diario, semanal o mensualmente, el cliente podrá acceder a la llamada telefónica para realizar la contratación previa del servicio y la empresa proceda a su trabajo. El tiempo dedicado a estas labores domésticas y de mantenimiento (asistencia básica técnica) será ejecutada en un lapso máximo de 1 hora, es el parámetro que tiene el personal para demostrar la eficiencia y eficacia de su servicio.

En el caso de problemas complicados el personal tomara el tiempo necesario lo que representa una suba de precios y una capacitación necesaria para el cliente con respecto a esa complicación.

Ubicación

La empresa “SERVI HOUSE” SRL. Estará ubicado en la ciudad de Tarija, específicamente en el barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold y Avenida Julio Echazu. Nuestra oficina contara con un amplio espacio, lo cual nos permitirá trabajar con comodidad y ofrecer una buena atención al cliente.

4.2.2.4. Promoción

Dado que entraremos en un mercado donde ya existen otras empresas, debemos introducir nuestra imagen al mercado meta, y así llegar a posicionarnos en la mente del consumidor. Para lo cual se recurrirá a las siguientes estrategias de promoción:

Promoción en ventas:

Se realizara la promoción en ventas que permita incitar las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del personal de la empresa.

Las promociones que la empresa ofrecerá a sus clientes son las siguientes:

- Descuentos especiales por apertura y fidelidad hacia “SERVI HOUSE”SRL. Empresa de servicio de limpieza y mantenimiento de hogares.
- Descuento por recomendación: Cuando una persona/hogar recomienda el servicio a otra persona/hogar, recibirá un descuento especial en la tarifa por un periodo de tiempo definido.
- Incluir un valor agregado por el consumo diario del servicio, estos beneficios pueden ser limpieza gratuita del patio.

Estrategias de Publicidad:

La comunicación persigue difundir un mensaje de nuestra empresa y servicio para lo cual desarrollaremos una campaña completa para los medios de comunicación seleccionados que son televisión, páginas web y volantes donde resaltaremos las cualidades más importantes de nuestro servicio.

Televisión: En una primera instancia (primeros 3 meses) se recurrirá a la prestación de un espacio publicitario para atraer en mayor proporción la atención del segmento de mercado identificado. Con el transcurso del tiempo accionará la publicidad a través de los medios mencionados a continuación. En caso de que sea necesario

seguir o volver a contratar los servicios de publicidad a través de la televisión se procederá a la utilización de este medio de comunicación.

Volantes: comunicaremos mediante volantes a nuestros clientes el concepto y beneficios de nuestra empresa.



Página web: En el mercado actual, se hace imprescindible la creación de una página web que incluya, entre otros, una presentación de la empresa, el catálogo de servicios, y un formulario de contacto para solicitar información y presupuesto.

La empresa creó una página web que estará disponible para los clientes:
<http://servihousesrl.blogspot.com/>

Tarjetas: se elaborarán tarjetas de visitas para que el personal de la empresa reparta con el objetivo de provocar la inquietud en el cliente con relación al conocimiento de la empresa.

Modelo de la tarjeta:



CUADRO 32: PRESUPUESTO

| ACCIONES DE PROMOCIÓN DE LANZAMIENTO | EMPRESA PROVEEDORA | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL MENSUAL |
|--------------------------------------|----------------------|-----------------|----------------|---------------------|
| VOLANTES | IMPRESA CORPOGRAFICA | 1.500 | 1Bs.- | 500 Bs.- |
| PÁGINA WEB | MODEM TIGO | 2.500 megas | | 109 Bs.- |
| TARJETAS | IMPRESA CORPOGRAFICA | 1.000 | 0,50Bs.- | 500 Bs.- |
| TELEVISIÓN | UNITEL | 7 pases diarios | 18,50 Bs.- | 3.900 Bs.- |
| TOTAL | | | | 5.009 Bs.- |

Las acciones publicitarias previstas el resto del año son las siguientes:

Visitas comerciales: Se realizará un calendario de visitas mensualmente que el personal administrativo se encargará de llevar a cabo.

Boca a Boca: Se es consciente de que la mejor publicidad para este tipo de negocios es el “boca a boca” porque es el tipo de publicidad más creíble. Por este motivo, se proporcionará un servicio de calidad ya que es la mejor estrategia publicitaria que puede tener el centro.

4.2.2.5. Personal

El personal de servicio se constituye un importante elemento de marketing debido a la forma en cómo se presta un servicio puede influir en la naturaleza de las relaciones que existen entre el personal de una organización de servicios y sus clientes, lo que finalmente influirá en la imagen de una empresa.

La fuerza de relación entre el cliente y el empleado de contacto es determinante para la lealtad de los clientes e incrementar los ingresos y rentabilidad de la empresa. Por tal motivo se acudirá a la selección de personal que preferiblemente demuestre experiencia en el sector. Posteriormente se llevará a cabo un proceso de inducción que tendrá como duración máxima de 2 días. En esta inducción se tratarán los siguientes temas:

- Misión y Visión de la empresa
- Valores de la empresa
- Procesos de limpieza
- Seguridad Profesional
- Servicio al cliente

Estas capacitaciones serán actualizadas periódicamente (no mayor a un año) y el personal será capacitado nuevamente, de esta forma se podrá garantizar la mejora continua en la empresa.

La empresa mantendrá un alto nivel de participación tanto de la parte administrativa como operativa, para que los empleados desarrollen habilidades para trabajar en equipo. Se mantendrá informados a los empleados de las nuevas tecnologías y se brindará capacitaciones en esta área para mantener un conocimiento suficiente y se evite accidentes. Se motivará al personal para que demuestre un mejor desempeño en la empresa y coadyuve a lograr los objetivos.

La empresa contará con 14 trabajadores los cual se detalla a continuación:

CUADRO 33: NÚMERO DE TRABAJADORES

| NRO. | CARGO |
|-------------|--------------------------|
| 1 | Gerente |
| 1 | Supervisor Técnico |
| 1 | Asistente Administrativo |
| 4 | Trabajadores de Limpieza |
| 1 | Plomero |
| 1 | Cerrajero |
| 1 | Pintor |
| 1 | Jardinero |
| 1 | Chofer |
| 14 | TOTAL |

Normas para el Personal

La empresa exigirá al personal trabajar bajo las siguientes normas:

- ✚ Queda prohibido sustraer herramientas, maquinarias o materiales, sin el permiso de la persona autorizada.
- ✚ Todo el personal de la empresa debe tratar a los clientes con el debido respeto.
- ✚ Todos los trabajadores se presentaran a desempeñar sus funciones con absoluta puntualidad. En razón de la actividad de la empresa, la puntualidad es indispensable, por lo que existirá un margen de tolerancia de diez minutos.
- ✚ No utilizar internet para fines distintos a los de la actividad establecida.
- ✚ Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización del jefe inmediato superior.
- ✚ La empresa prohíbe cualquier tipo de acoso en el lugar de trabajo.

4.2.2.6. Calidad

Un servicio de alta calidad da credibilidad a la fuerza vendedora y a la publicidad, estimula las comunicaciones de boca en boca, realza la percepción de valores de los clientes y levanta la moral y afianza de lealtad de los empleados y los clientes por igual.

Lo esencial de la calidad del servicio es la confiabilidad y que se cumpla lo prometido para lo cual utilizara estrategias como:

✚ **Marketing interno:** Se pretende dar a conocer las filosofías y las prácticas del marketing al personal que presta el servicio a los clientes externos de modo que el personal haga su trabajo en la mejor forma posible para satisfacer mejor las necesidades de los clientes.

La empresa realizara sus actividades bajo ciertas filosofías de marketing enfocados en los clientes:

- **El buen servicio es el elemento clave que construye una buena reputación;** el personal debe brindar a los clientes el mejor servicio posible, ya que muchos clientes adquieren los servicios de una empresa sobre la base de las recomendaciones de los consumidores que han quedado plenamente satisfechos.
- **El cliente es elemento más importante de la empresa;** ya que significa el éxito y la permanencia en el mercado a nivel competitivo.
- **Destinar mucho tiempo a dejar a los clientes contentos;** los detalles de cortesía y estilo permite crear un ambiente de confianza y credibilidad.

"El personal de SERVI HOUSE S.R.L. tendrá una plena orientación hacia el cliente asumiendo el compromiso de entregarles valor y satisfacción a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa".

✚ **Asegurar apariencia uniforme:** Se pretende crear una imagen a través de la apariencia del personal de servicio mediante el uso de "Uniformes" y estilos de vestuario que exprese credibilidad, responsabilidad y seguridad.

PERSONAL DE LIMPIEZA



PERSONAL DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO



“SERVI HOUSE” SRL. brindará a su personal de limpieza y mantenimiento la vestimenta necesaria que le permita crear una imagen apropiada ante sus clientes:

- ✚ El personal de limpieza contara con una blusa, una gorra, guantes y botas con los colores y el respectivo logo que identifique a la empresa.
- ✚ El personal de mantenimiento contará con una camisa de tela, una gorra, guantes y botas adecuado para realizar sus actividades.

Esta vestimenta será proporcionada por la empresa, sin embargo el personal de limpieza y mantenimiento debe poseer en todo momento un pantalón negro al apersonarse a la empresa para proceder a cumplir su trabajo.

El presupuesto y los colores con los que se reconoce la empresa, se detalla a continuación:

CUADRO 34: PRESUPUESTO Y VESTIMENTA DEL PERSONAL

| ROPA DE TRABAJO | CARACTERÍSTICAS | COSTO UNITARIO | CANTIDAD | COSTO TOTAL |
|------------------------------------|---|-----------------------|-----------------|--------------------|
| BLUSA | Blusa de tela, color fucsia y verde con el respectivo logo en la parte de la espalda y el nombre de la empresa en la parte delantera. | 90 Bs.- | 4 | 360 Bs.- |
| GORRA | Gorra de color blanca con el respectivo logo. | 30 Bs.- | 4 | 120 Bs.- |
| GUANTE | Guantes de goma de color blanco. | 7.5 Bs.- | 4 | 30 Bs.- |
| BOTAS | Botas de goma de color negro. | 75 Bs.- | 4 | 300 Bs.- |
| CAMISA | Camisa de tela con el respectivo logo de la empresa de color verde. | 80 Bs.- | 4 | 320 Bs.- |
| GORRA | Gorra verde con el respectivo logo de la empresa en la parte delantera. | 20 Bs.- | 4 | 80 Bs.- |
| GUANTE | Guante de tela de color negro. | 20 Bs.- | 4 | 80 Bs.- |
| BOTAS | Botas de color verde. | 200 Bs.- | 4 | 800 Bs.- |
| PRESUPUESTO ROPA DE TRABAJO | | | | 2.090 |
| SIGNIFICADO DE LOS COLORES | | | | |
| FUCSIA | El fucsia Es femenino pero con una mayor elegancia El fucsia es un color lleno de energía, expresividad y personalidad. | | | |
| VERDE | El verde es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento y frescura, transmite confianza | | | |
| BLANCO | El blanco significa seguridad, pureza y limpieza | | | |

| | |
|--------------|--|
| NEGRO | El negro representa autoridad, fortaleza, asocia al prestigio y la seriedad. |
|--------------|--|

✚ **Control cuidadoso mediante supervisión del personal de servicio:** Se exigirá al personal actitudes y comportamientos adecuados hacia el cliente.

Perfil del personal de la empresa: El perfil de una persona está dado por su personalidad, sin lugar a duda el perfil del personal de la empresa debe ser de tal manera que los clientes se sientan a gusto al tratar con el personal de SERVI HOUSE SRL. por tal motivo estos deben ser:

Cordiales

Que sientan gusto al tratar con el cliente y lo demuestren con una expresión agradable.

Muestren interés

Se sientan interesados en su trabajo y contentos en realizarlo bien, más aún, se interesen por el cliente a quién sirven procurando complacerlo en sus necesidades y problemas.

Respetuosos

Guarden respeto a sus clientes dándoles un trato humano, respetando su religión, raza, políticas, gustos, aversiones y su personalidad.

Pulcro, arreglados y bien vestidos

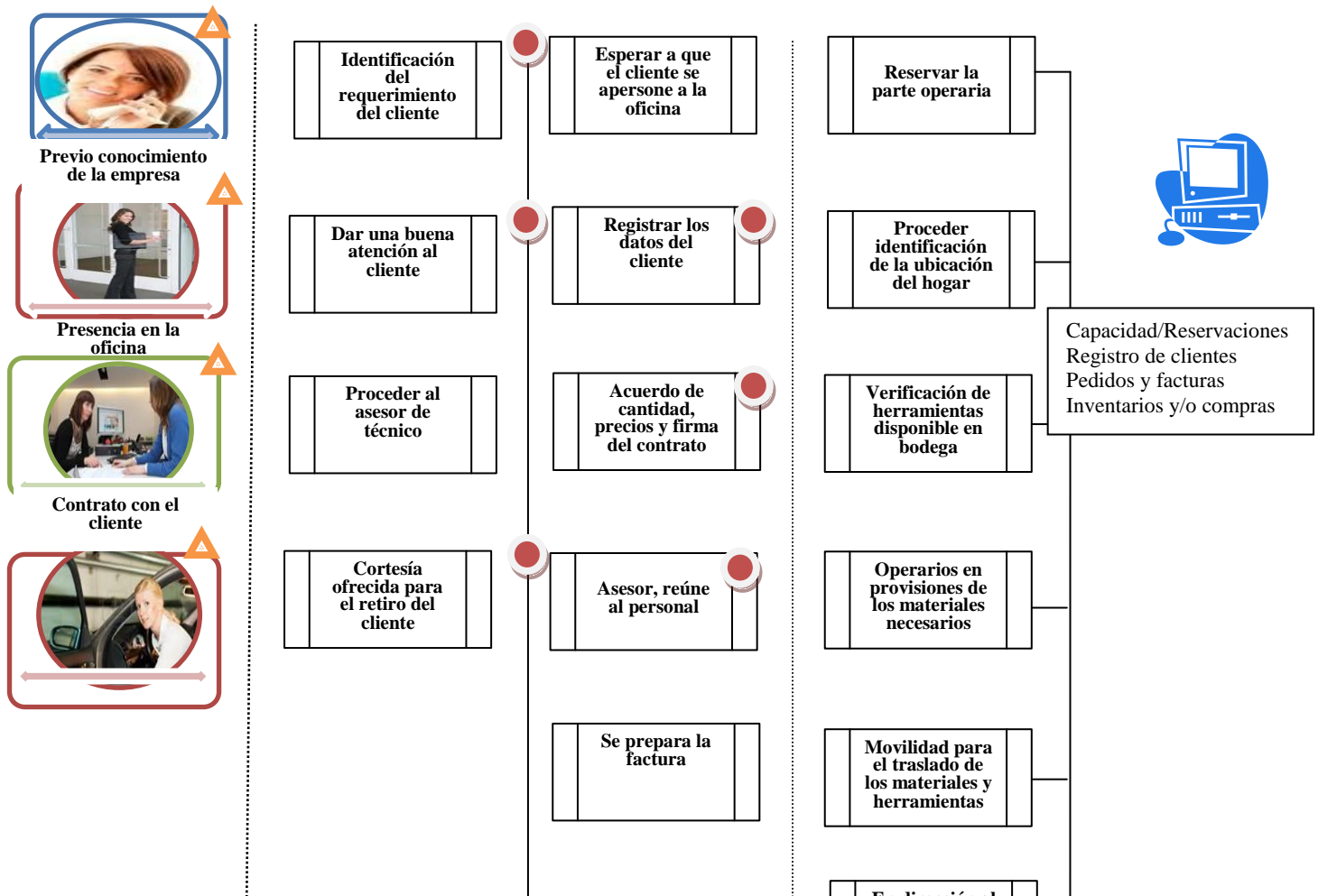
Se preocupen de su apariencia personal, deben comprender que la buena presentación es una ventaja significativa que ayuda a crear la imagen de la empresa.

Métodos para supervisar el rendimiento:

- El asesor técnico realizara encuestas sobre la satisfacción de los clientes al finalizar las tareas de la parte operativa de la empresa.
- Se abrirá en la empresa un buzón de quejas y sugerencias tanto para el personal como para el cliente.

4.2.2.7. Proceso

Para entender cómo debe materializarse las interacciones entre los clientes y los empleados y la manera en que los sistemas y las actividades que se cumplan en el interior de la empresa apoyan estas interacciones se utilizará el diagrama de servicios que permitirá reconocer puntos fallidos en el proceso:



Procede a su hogar



Línea de interacción

Línea de visibilidad (persona de contacto)

Línea interna



Cliente recibe el personal de trabajo



Procede a la ejecución del trabajo

4.2.2.7.1. Proceso del diagrama de servicio

El cliente se acercará o hará una llamada por vía telefónica a la oficina de la empresa, la secretaria toma los datos del cliente interesándose por tener conocimiento de sus inquietudes, necesidades y problemas.

En caso de que el cliente sea nuevo y requiera de mayor información el cliente deberá apersonarse a la empresa, caso contrario el cliente podrá acceder directamente al servicio lo cual se dará con el transcurso del tiempo en que la empresa se ejecute.

1° paso: Escenas de apertura o introducción; cuando el cliente se apersona a la empresa el personal debe mostrar cordialidad, interés y actuar respetuosamente.

El cliente deberá dar a conocer sus datos y de inmediato pasará a ser atendido por el asesor de limpieza o mantenimiento.

El cliente estudia y revisa el presupuesto y decide si acepta o no, o si prefiere hacer alguna modificación en relación al servicio en cuanto a cantidad precio y horario.

Cuando el cliente acepta la oferta, se recurrirá a la redacción y firma del contrato.

Mientras en la línea interna se deberá proceder a la ubicación del hogar del cliente, al personal y las herramientas o maquinarias necesarias.

2° paso: Entrega del servicio; El cliente al salir de la empresa complacido con la buena atención que empresa ofrece, inmediatamente, el asesor de limpieza o mantenimiento prepara el talonario de la factura, al personal necesario y la movilidad para proseguir al hogar del cliente de acuerdo al horario establecido.

El cliente recibe al personal de la empresa, los cuáles proceden a la prestación del servicio.

La prestación del servicio es muy importante en el negocio, ya que su resultado será directamente por el cliente y de el dependerá el éxito del negocio.

3° paso: Conclusión; en todo momento las actividades deben realizarse de forma rápida, agradable y sin sorpresas. Tanto el cliente como el asesor verifican lo acordado se procede al llenado y a la cancelación de la factura, como así también a la realización de una encuesta para la confirmación de la satisfacción del cliente.

Identificación de puntos fallidos; lograr que una empresa que ofrece servicio de limpieza y mantenimiento a hogares funcione bien es un asunto complejo, y muchas cosas pueden salir mal.

Los puntos fallidos ayudan a identificar en que parte del proceso pueden haber equivocaciones o fallas que perjudiquen la entrega o realización del servicio. A continuación se describe los puntos fallidos que se identificaron en este diagrama de proceso:

- A través de la llamada telefónica la secretaria no identificó adecuadamente el requerimiento del cliente.
 - La secretaria tiene que tener la predisposición para una retroalimentación y asegurar el ingreso y la hora del cliente a la empresa.

- El cliente al llegar a la empresa se queda con una mala impresión debido a la mala atención.
 - Los trabajadores deben tener en claro cuáles son los aspectos necesarios que la empresa espera del perfil del personal, caso contrario se procederá a los reclamos y próximo al despido.

- El asesor técnico no registra bien los datos del cliente.
 - Asesor deberá comprobar los datos del cliente, asegurarse de que se apersonará a su hogar a realizar el servicio.

- El cliente no firma el contrato.
 - El asesor deberá negociar con el cliente y tener el poder de convencimiento para asegurar la realización del servicio.

- El cliente al abandonar la empresa se halla con un personal descortés llevándose una mala impresión de la empresa, lo cual hace q la persona ya no adquiera el servicio.
 - La cordialidad y el respeto deben estar en todo momento, ya que el cliente es un factor importante para la empresa.

- El asesor no verificó si están disponible personal de la parte operativa.
 - El asesor antes de que el cliente firme el contrato deberá cerciorarse de que la parte operativa esté disponible, caso contrario negociar con el cliente en relación a hora para la ejecución del servicio.

- Movilidad de la empresa no está disponible.
 - El asesor debe prevenir y tener los datos de entradas y salidas de la movilidad de traslado de los materiales, maquinarias, herramientas y del personal de la empresa.

4.3. MARKETING SOCIAL

“SERVI HOUSE” SRL. Empresa de servicio de limpieza y mantenimiento de hogares llevará a cabo tareas de limpieza y mantenimiento garantizando continuamente condiciones de habitabilidad, higiene y orden con criterios de calidad, seguridad cumpliendo en todo momento con las normativas ambientales.

La empresa procurará ayudar y transmitir a los clientes, personal de la empresa, sociedad en general, a transformar hábitos de pensamiento, actitudes y comportamientos erróneos que afecten negativamente al medio ambiente en principios y valores bajo las costumbres y la herencia cultural de nuestro departamento.

Ofrecerá formación continua a su personal con relación a la importancia de utilizar estrategias de reciclaje y agrupamiento de desechos para aportar a la reducción de la contaminación del medio ambiente. En este contexto el personal operativo informara a sus clientes la trascendencia de esta situación.

Establecerá medidas preventivas para la manipulación y utilización los materiales de limpieza y mantenimiento para evitar enfermedad y/o accidentes al personal operativo y por consecuente del personal operario a los clientes.

Los hogares que sean los primeros en adquirir los servicios de “SERVI HOUSE” y se conviertan en clientes fieles, es decir adquieran un servicio diario, la empresa entregara un contenedor de basura sin costo alguno cuando el cliente tenga una antigüedad de tres meses con la empresa.

4.4. PRESUPUESTO DE MARKETING

El presupuesto para el primer mes será de 7.099 Bs.-, como se muestra a continuación:

CUADRO 35: PRESUPUESTO DE MARKETING

| | |
|-----------------|-------------------|
| Volantes | 500 Bs.- |
| Pagina web | 109 Bs.- |
| Tarjetas | 500 Bs.- |
| Televisión | 3.900 Bs.- |
| Ropa de trabajo | 2.090 Bs.- |
| TOTAL | 7.099 Bs.- |

4.5. PLAN DE VENTAS PARA LA INTRODUCCIÓN AL MERCADO

La empresa “SERVI HOUSE” SRL. En el primer mes de funcionamiento realizara 338 servicios, como se muestra en el siguiente cuadro: (VER ANEXO 14)

CUADRO 36: PLAN DE VENTAS 1° MES

| PLAN DE VENTAS 1° MES | | | |
|------------------------------|-----------------|----------|--------------------------|
| SERVICIO | PRECIO U | Q | EXPRESADO EN Bs.- |
| Limpieza | 70 | 208 | 14.560 |
| Plomería | 80 | 26 | 2.080 |
| Pintura (Promedio 20m2) | 240 | 26 | 6.240 |
| Cerrajería | 60 | 26 | 1.560 |
| Mantenimiento De Jardines | 100 | 26 | 2.600 |
| Mantenimiento De Piscina | 100 | 26 | 2.600 |

| | | |
|----------------------------|------------|---------------|
| TOTAL VENTAS AL MES | 338 | 29.080 |
|----------------------------|------------|---------------|

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Investigación de Campo
El precio promedio del precio unitario de los seis servicios es de 108 Bs.- .

4.5.1. PROYECCIÓN DEL PLAN DE VENTAS

Teniendo en cuenta el plan de ventas para el primer mes y considerando: la tasa de crecimiento de la población que es el 3,77 % (permitirá determinar el crecimiento de la oferta de servicios) y la tasa de inflación del año 2013 que es de 6,3% (permitirá determinar el precio de los servicios) se determino la proyección de las ventas para cinco años como se muestra a continuación:

CUADRO 37: PROYECCIÓN DEL PLAN DE VENTAS (CANTIDAD)

| CANTIDAD | | | | | |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Limpieza | 2.496 | 2590 | 2688 | 2789 | 2894 |
| Plomería | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Pintura (Promedio 20m2) | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Cerrajería | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Mantenimiento De Jardines | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Mantenimiento De Piscina | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| TOTAL SERVICIOS | 4.056 | 4.209 | 4.368 | 4.532 | 4.703 |

CUADRO 38: PROYECCIÓN DEL PLAN DE VENTAS (PRECIO)

| PRECIO | | | | | |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| SERVICIO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Limpieza | 70 | 74 | 79 | 84 | 89 |
| Plomería | 80 | 85 | 90 | 96 | 102 |

| | | | | | |
|----------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Pintura (Promedio 20m2) | 240 | 255 | 271 | 288 | 306 |
| Cerrajería | 60 | 64 | 68 | 72 | 77 |
| Mantenimiento De Jardines | 100 | 106 | 113 | 120 | 128 |
| Mantenimiento De Piscina | 100 | 106 | 113 | 120 | 128 |
| TOTAL | 650 | 691 | 734 | 781 | 830 |

CUADRO 39: PROYECCIÓN DE VENTAS

| PROYECCION DE VENTAS | | | | | |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| TOTAL SERVICIOS | 4.056 | 4.209 | 4.368 | 4.532 | 4.703 |
| EXPRESADO EN BOLIVIANOS | 355680 | 392342 | 432782 | 477392 | 526599 |

CAPITULO V

PLAN DE OPERACIONES

5.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE OPERACIONES

- ✚ Elevar al máximo la productividad de la empresa.
- ✚ Hacer eficiente los procesos de operación, para así brindar un servicio de calidad.
- ✚ Incrementar la producción de los servicios que ofrece la empresa a lo largo de los 5 años.
- ✚ Identificar el material, maquinarias y herramientas adecuadas para el desarrollo del servicio

5.2. ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

La cartera de servicios con la que se va a operar es la siguiente:

| LINEA DE SERVICIOS | |
|--|--|
| SERVICIO DE LIMPIEZA | <ul style="list-style-type: none">✚ TARIFA BÁSICA✚ TARIFA INTERMEDIA✚ TARIFA COMPLETA |
| SERVICIO DE MANTENIMIENTO (TECNICO) | <ul style="list-style-type: none">✚ GASFITERIA✚ PINTURA✚ CERRAJERIA✚ MANTENIMIENTO DE JARDINES Y PISCINAS |

✚ Servicio de Limpieza General

El cual consiste en brindar un servicio de limpieza de los hogares para asegurar un ambiente sano, totalmente limpio que comprende áreas específicas como: Limpieza general de cocinas, dormitorios y garajes. Dentro del servicio de Limpieza General se considera ciertos tipos de parámetros para la elaboración de la misma, dependiendo de las instalaciones y dimensiones del hogar para lo cual se necesitará material similar en todos con la diferencia de la cantidad empleada en cada uno

Los materiales requeridos para la limpieza del hogar, se hallan en la tabla siguiente de la cotización:

CUADRO 40: COTIZACIÓN PRECIO DE MATERIALES

| COTIZACION DE LOS PRECIOS DE MATERIALES | | | |
|--|-----------------|---------------|---------------|
| SERVICIO LIMPIEZA | | | |
| MATERIAL | CANTIDAD | MEDIDA | PRECIO |
| Antisarro | 1 | Litro | 13,4 |
| Aromatizante | 1 | Litro | 5 |
| Cera Liquida | 1 | Litro | 17 |
| Desinfectante | 1 | Litro | 18 |
| Limpia Vidrios | 1 | Litro | 15,8 |
| Cloro | 1 | Litro | 25 |
| Productos Lavavajillas | 1 | Litro | 15 |
| Aceite Embellecedor y lustra muebles | 1 | Litro | 14,9 |
| Franela | 1 | c/u | 8 |
| Esponja | 4 | u | 6 |
| Bolsa Plástica | 100 | paquete | 20 |
| Pastilla ambiental | 1 | 40 g | 3,9 |
| TOTAL | | | 162 |

5.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

Los procesos de funcionamiento para el presente plan deben empezar por las ideas y requerimientos que tengan los clientes, continuando con los procesos de cada uno de los servicios que se brindarán, hasta lograr la satisfacción total de los clientes.

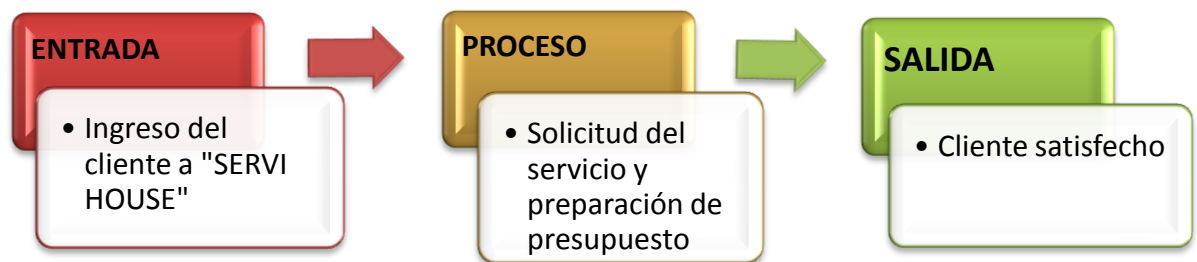
5.3.1. TIPO DE DISEÑO DE PROCESO EN LOS SERVICIOS

Para el tipo de diseño de procesos en los servicios se consideró “El grado de estandarización, el grado de contacto con el cliente y la mezcla de bienes físicos y de servicios intangibles”¹

¹ GAITHER Norman Greg Frazier. Administración de producción y operaciones. Cuarta Edición, Pag-129

- ✚ **El grado de estandarización de un servicio;** la naturaleza del servicio es acorde al tipo de cliente que se tendrá y que podrá adquirir el servicio, ya que se conceptuo todos aquellos hogares que cuenten con ingresos medios y altos.
- ✚ **El grado de contacto con el cliente al entregar el servicio;** los servicios que ofrecerá “SERVI HOUSE” S.R.L., exponen un elevado nivel de contacto con el cliente, debido a que se tomar en cuenta las especificaciones que este requiera del servicio, se práctica una inspección técnica para respetar la conformidad del cliente por el servicio.

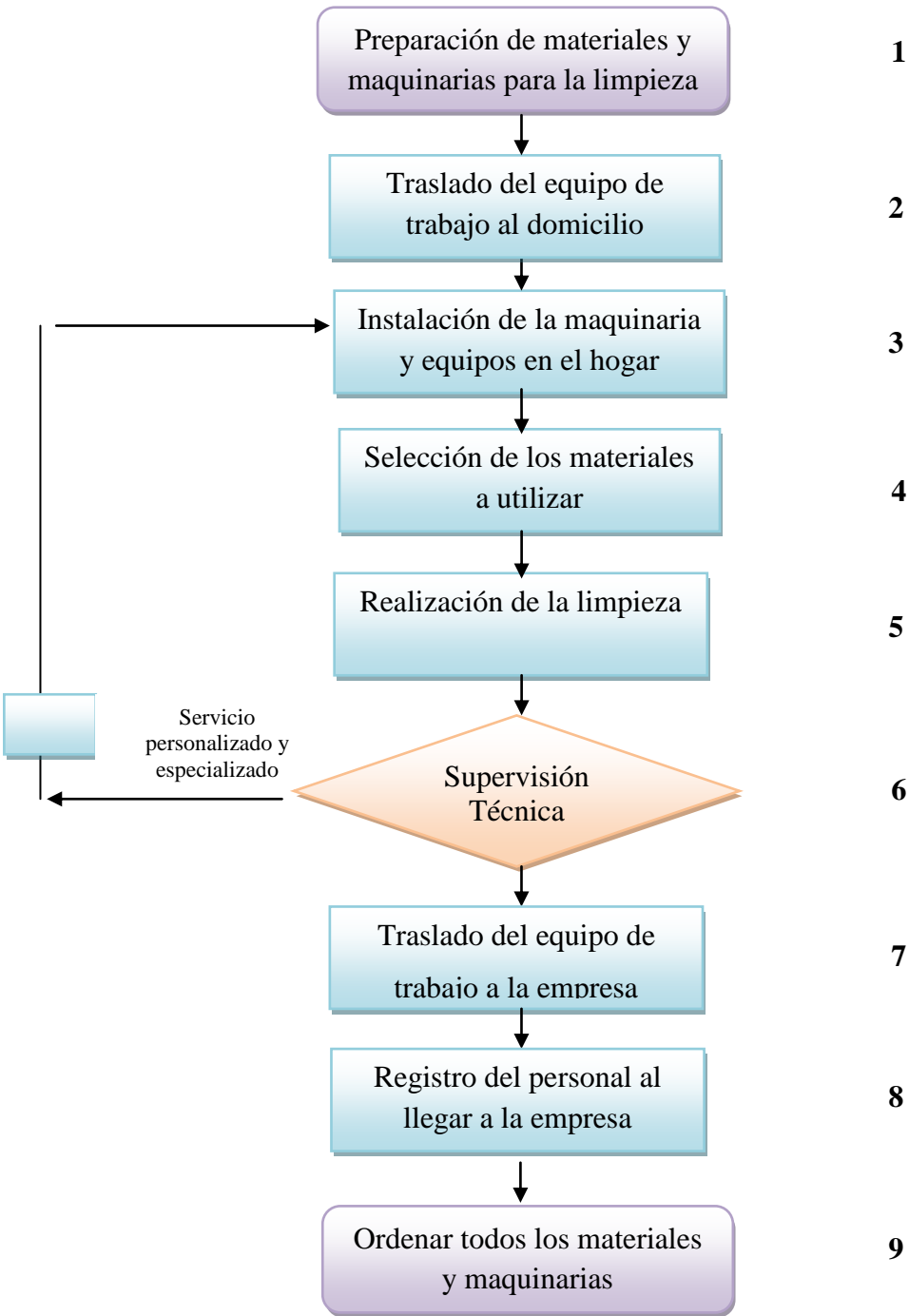
La mezcla de bienes físicos y servicio intangibles; en la prestación de los servicios se distingue una mezcla de bienes físicos como intangibles al ofrecer un servicio de limpieza.



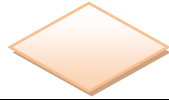


Así como también para la prestación del servicio se sigue un esquema de:

- ✚ **Cliente como producto;** Para la cual la empresa ofrece un servicio personalizado y con un elevado grado de contacto con el cliente y la característica principal de este es que el servicio se lo da a través de una atención personal al cliente, lo cual puede proporcionar en el cliente una percepción de una elevada calidad.

Proceso de prestación del servicio de “Limpieza”

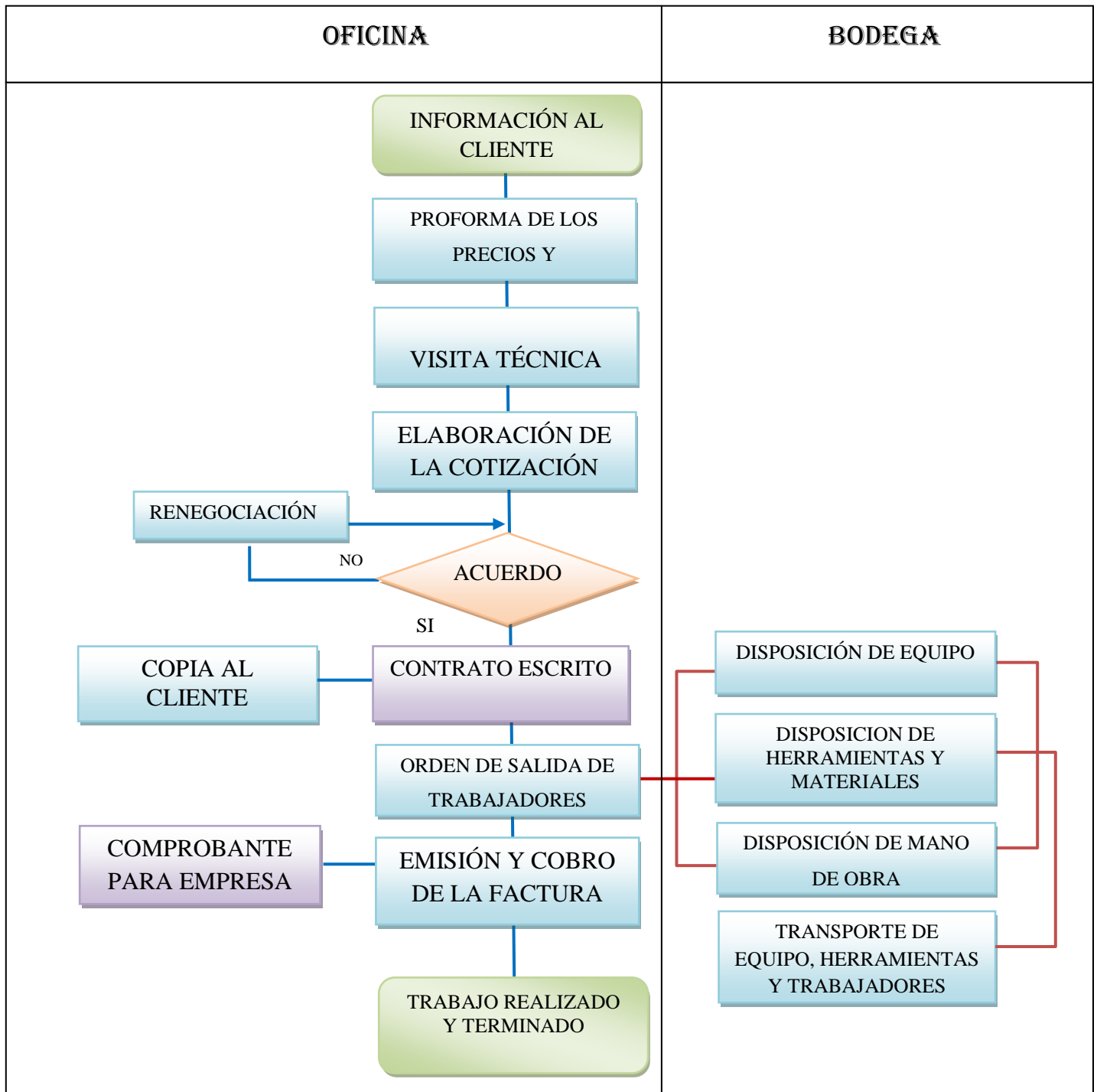








| | | |
|---|---|---|
|  |  |  |
| Comienzo y final del proceso | Pasos y actividades | Punto de decisión por parte del supervisor respecto a la ejecución de la limpieza |

1. Aquí se inician las acciones del proceso para la limpieza del hogar, con la preparación de los materiales y maquinarias a utilizar, actividad que se realiza en 10 min.
2. Se lleva a cabo el traslado de toda la maquinaria y el equipo de trabajo necesario para llevar a cabo la labor, actividad que se realiza entre 10 – 15 min.
3. El personal de trabajo instala toda la maquinaria requerida para la limpieza como ser: Barredora, aspiradora, etc. Actividad que se realiza en 5 min.
4. El personal de trabajo selecciona todos aquellos materiales que va a requerir para la limpieza, la cantidad que se va a requerir por ejemplo: Antisarro, cera, ambientador, lavavajillas, etc. Así como también las herramientas como ser; escobas, trapeador, franelas, etc. Actividad que se realizará 5 min.
5. El personal lleva a cabo la limpieza del hogar. 30 min
6. El supervisor técnico inspecciona el lugar que se limpio y considera si se hizo un buen trabajo o no. 10 min
7. Traslado de todo el equipo de trabajo y la maquinaria a la empresa 10 – 15 min.
8. El personal llega a la empresa al momento de haber cumplido las labores y se registra.
9. Ordena todo el material y la maquinaria que se haya llevado al lugar de limpieza para volver a salir a otro lugar, actividad que se realiza en 10 min.

5.3.2. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

En el siguiente grafico se muestra el flujo grama del de la empresa, para más detalle específico de servuccion del servicio se determino en la página 106 en las “7Ps” de las estrategias de marketing (proceso).



| | | | | | |
|---|---|---|--|---|---|
|  |  |  |  |  |  |
| Comienzo y final del proceso | Pasos y actividades | Punto de decisión y dirección del flujo según respuesta NO y SI | Documento para archivo | Linea proceso de bodega | Linea principal proceso de oficina |

5.4. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA

La tecnología empleada para llevar a cabo los distintos servicios, tiene las particularidades de durabilidad, fácil de manipular, la cual generará una diferencia en la producción con respecto a la competencia; para así llegar a brindar un servicio adecuado.

5.4.1. EQUIPO E INSTALACIONES

A continuación se detalla la indumentaria necesaria para llevar a cabo el servicio de “SERVI HOUSE” S.R.L.

CUADRO 41: PRECIO MAQUINARIA

| MAQUINARIA | | | | |
|------------------------------------|----------|---------|-----------------|--------------|
| DETALLE | CANTIDAD | MARCA | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| Barredora Mecánica | 2 | Karcher | 3800 | 7600 |
| Equipo de limpieza de alta Presión | 2 | Karcher | 3000 | 6000 |
| Aspirador profesional | 2 | Karcher | 1450 | 2900 |
| Cortadora de Césped | 1 | - | 5000 | 5000 |
| TOTAL | 7 | | | 21500 |

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 42: PRECIO HERRAMIENTAS

| HERRAMIENTAS | | | | |
|-------------------------------------|----------|----------|-----------------|--------------|
| DETALLE | CANTIDAD | MARCA | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| Escoba Plástica | 4 | - | 25 | 100 |
| Trapeador | 4 | Spin Mop | 100 | 400 |
| Rodillo de lana sintética o natural | 3 | - | 12 | 36 |
| Rodillo con textura | 3 | - | 16 | 48 |
| Cubetas y bandejas | 2 | - | 25 | 50 |
| Brochas y pinceles | 4 | - | 13 | 52 |
| Escalera TELES 4×4 | 1 | - | 500 | 500 |
| Escalera mini-andamio KALOS | 1 | - | 800 | 800 |
| Corta Tubos | 1 | - | 1200 | 1200 |
| Llave Inglesa | 2 | - | 160 | 320 |
| Arco de Sierra | 2 | - | 80 | 160 |
| Manguera de Piscina | 2 | - | 190 | 380 |
| Limpiafondos | 2 | - | 200 | 400 |
| Recoje hojas | 2 | - | 48 | 96 |
| Cortasetos | 1 | - | 630 | 630 |
| Tijeras | 1 | Bosch | 763 | 763 |
| Sierra Poda | 1 | Keo | 951 | 951 |
| Set Tijeras Bosch | 1 | Bosch | 810 | 810 |
| Juego de Ganzúas 9 piezas | 1 | - | 318 | 318 |
| Juego de Abridores de Cerraduras | 1 | - | 800 | 800 |
| TOTAL | | | | 8814 |

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 43: PRECIO MUEBLES Y ENCERES

| MUEBLES Y ENCERES | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-----------------|--------------|------------------------|---------------------|
| DETALLE | | CANTIDAD | MARCA | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| MUEBLES | Escritorio | 1 | | 920 | 920 |
| | Mostrador | 1 | | 1200 | 1200 |
| | Silla Ejecutiva | 1 | | 291 | 291 |
| | Silla Ejecutiva | 2 | | 161 | 322 |
| | silla de madera | 6 | | 200 | 1200 |
| | Mesa de madera | 1 | | 450 | 450 |
| | Estantes | 4 | | 420 | 1680 |
| | Taburetes | 3 | | 90 | 270 |
| TOTAL | | | | | 6333 |

Elaboración propia

CUADRO 44: PRECIO EQUIPO COMPUTACIÓN

| EQUIPO DE COMPUTACIÓN | | | | |
|------------------------------|-----------------|--------------|------------------------|---------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | MARCA | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| Computadora | 1 | Delux | 4650 | 4650 |
| TOTAL | | | | 4650 |

Fuente: Elaboración propia



5.5. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES

5.5.1. NECESIDAD DE MATERIALES

Para ofrecer los distintos servicios de limpieza y mantenimiento de hogares necesitamos de volúmenes considerables de los mismos, suministrado por proveedores identificados en el siguiente concepto.

Materiales

Para llevar a cabo la limpieza de los hogares se toma como base a 12 tipos de materiales que son:

-  Aromatizante
-  Cera liquida

- ✚ Desinfectante
- ✚ Limpia vidrios
- ✚ Cloro
- ✚ Productos lavavajillas
- ✚ Aceite Embellecedor y lustra muebles
- ✚ Franela
- ✚ Esponja
- ✚ Bolsa Plástica
- ✚ Pastilla Ambiental

Para llevar a cabo los distintos servicios de mantenimiento para el hogar se considero los siguientes materiales:

Servicio de Pintura

- ✚ Lijas

Servicio de Plomería

- ✚ Cintas PVC
- ✚ Pegamento

Servicio de Mantenimiento de Piscinas

- ✚ Cloro

Existen varios proveedores de estos productos en la ciudad de Tarija, pocos ofertan productos de calidad y por tal motivo la empresa se proveerá de los siguientes proveedores:

- ✚ "D.M.S. LTDA."
- ✚ SEQO S.R.L.
- ✚ CECILIA ISABEL AVILA VERAMENDI
- ✚ DISTRIBUIDORA FER
- ✚ CASA DE PINTURAS "FARBEN"

Cotizaciones

En las siguientes tablas se presentan cotizaciones por servicio (VER ANEXO 15)

CUADRO 45: CANTIDAD DE MATERIALES PARA LA LIMPIEZA DE HOGARES SEGÚN TARIFAS

| DESCRIPCIÓN | UNIDAD DE MEDICION | COSTO (Bs.) | CANTIDAD POR UNA LIMPIEZA | COSTO POR UNA LIMPIEZA | TOTAL BS/AÑO |
|------------------------|--------------------|--------------|---------------------------|------------------------|-----------------|
| Antisarro | litro | 3,35 | 0,29 | 0,98 | 2438,8 |
| Aromatizante | litro | 2,5 | 0,58 | 1,46 | 3640 |
| Cera Liquida | litro | 4,25 | 0,29 | 1,24 | 3094 |
| Desinfectante | litro | 9 | 0,42 | 3,75 | 9360 |
| Limpia Vidrios | litro | 3,95 | 0,29 | 1,15 | 2875,6 |
| Cloro | litro | 6,25 | 0,29 | 1,82 | 4550 |
| Productos Lavavajillas | litro | 1,88 | 0,13 | 0,24 | 586,56 |
| Aceite Embellecedor | litro | 3,73 | 0,29 | 1,09 | 2715,44 |
| Franela | u | 16 | 1,67 | 26,67 | 66560 |
| Esponja | u | 3 | 1,67 | 5,00 | 12480 |
| Bolsa Plástica | u | 0,4 | 2,33 | 0,93 | 2329,6 |
| Pastilla ambiental | u | 7,8 | 2 | 15,60 | 38937,6 |
| TOTAL | | 62,11 | 10,25 | 59,92 | 149567,6 |

CUADRO 46: CANTIDAD DE MATERIAL REQUERIDO PARA LOS SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE HOGARES

| SERVICIO DE PINTURA | | | |
|-----------------------|----------|--------------|-----------|
| DETALLE | CANTIDAD | MEDIDA | PRECIO |
| Lijas 40 a 50 grano | 1 | metro lineal | 7 |
| lijas 60 a 80 grano | 1 | metro lineal | 10 |
| Lijas 100 a 120 grano | 1 | metro lineal | 13 |
| Lijas 150 a 180 grano | 1 | metro lineal | 15 |
| TOTAL | | | 45 |

| SERVICIO DE PLOMERIA | | | |
|----------------------|----------|--------|-----------|
| DETALLE | CANTIDAD | MEDIDA | PRECIO |
| Cintas PVC | 1 | rollo | 6 |
| Pegamento | 2 | 237 ml | 60 |
| TOTAL | | | 66 |

| SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE PISCINA | | | |
|--------------------------------------|----------|--------|-----------|
| DETALLE | CANTIDAD | MEDIDA | PRECIO |
| Cloro Granualado | 1/4 | 5 kg | 54 |
| Cloro en Pastillas | 1/8 | 5 kg | 27 |
| TOTAL | | | 81 |

5.5.2. PROVEEDORES NEGOCIABLES

En cuanto a los proveedores, que abastecen de la maquinaria con la cual se llegará a contar para la apertura de la empresa, será en forma directa debido a que la maquinaria a adquirir en su mayoría será traída de los distintos departamentos del país, con referencia a su precio se estima poder llegar a un acuerdo de posibles rebajas al momento de la compra.

Respecto a los materiales que se van a necesitar para la limpieza, pintura, plomería, cerrajería, mantenimiento de jardines y piscinas, los mismos se los comprarán de la ciudad para evitar cargos por transporte y fletes. Así como también no se considera necesario ni aconsejable contar con un stock excesivo de productos y materiales de limpieza, ya que éstos se los comprarán en función del tipo de trabajo que se vaya a realizar. Tan sólo se contará con un stock requerido para iniciar la actividad, siendo únicamente necesario provisionarse de:

- ✚ Productos de limpieza necesarios para el desarrollo de la actividad (tales como jabones, desinfectantes etc.).
- ✚ Herramientas y utensilios de limpieza (tales como cubos, fregonas, bayetas, etc.).
- ✚ Material de trabajo, como botas de seguridad, monos y guantes, etc.

Sistema de Compras

Se considera que si la empresa llegaría a requerir cantidad considerables de material en un futuro, se llegará a establecer ciertas alianzas con las empresas distribuidoras de este material, entre estas empresas pueden estar:

- ✚ C.G.I. BOLIVIANA S.R.L. IMPORTADORA Y EXPORTADORA
- ✚ "LITBO" LIMPIEZA TOTAL
- ✚ BIO SHIELD PRODUCTOS & SERVICIOS S.R.L.

5.6. ADMINISTRACION DE INVENTARIOS

El sistema de inventarios que la empresa maneja es el sistema de cantidad fija de pedido, el cual coloca pedidos por una misma cantidad de los materiales cada vez que se llegue a hacer el pedido.

La provisión de materiales requeridos por la empresa es mensual.

Se manejará un inventario de materiales, para mantener la existencia de los productos a los niveles deseados. (VER ANEXO 16.)

5.7. CAPACIDAD INSTALADA

Servicio de Limpieza

La empresa iniciará sus actividades con una capacidad de producción de 8 servicios diarios de lunes-sábado, como se muestra a continuación:

CUADRO 47: CAPACIDAD INSTALADA (LIMPIEZA)

| SERVICIO | Mensual | Anual |
|-----------------|----------------|--------------|
|-----------------|----------------|--------------|

| | | |
|------------------------|---------------------|---------------------|
| | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado |
| DÍAS DE TRABAJO | 26 | 312 |

| LIMPIEZA | | | |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| PERSONAL | SERVICIO/DIA | SERVICIO/MES | SERVICIO/AÑO |
| | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado |
| 1 grupo (2 integrantes) | 4 | 104 | 1248 |
| 1 grupo (2 integrantes) | 4 | 104 | 1248 |
| TOTAL | 8 | 208 | 2496 |

La empresa contará con 6 maquinas para la limpieza de los distintos hogares, las cuales estarán distribuidos para cada grupo:

| GRUPO 1 | GRUPO 2 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 Barredora Mecánica ✓ 1equipo de limpieza de alta presión ✓ 1Aspiradora profesional | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 Barredora Mecánica ✓ 1equipo de limpieza de alta presión ✓ 1Aspiradora profesional |

| MAQUINARIA | | | | |
|---|-----------------|--------------|------------------------|---------------------|
| DETALLE | CANTIDAD | MARCA | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
| Barredora Mecánica | 2 | Karcher | 3800 | 7600 |
| Equipo de limpieza de alta Presión | 2 | Karcher | 3000 | 6000 |
| Aspirador profesional | 2 | Karcher | 1450 | 2900 |

Servicio de Mantenimiento

La empresa iniciará sus actividades con una capacidad de:

CUADRO 48: CAPACIDAD INSTALADA (SERVICIOS TÉCNICOS)

| PLOMERÍA | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| PERSONAL | SERVICIO/DIA | SERVICIO/MES | SERVICIO/AÑO |
| | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado |
| 1 TRABAJADOR | 1 | 104 | 312 |
| TOTAL | 1 | 104 | 312 |

| CERRAJERÍA |
|-------------------|
|-------------------|

| PERSONAL | SERVICIO/DIA | SERVICIO/MES | SERVICIO/AÑO |
|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado |
| 1 TRABAJADOR | 1 | 104 | 312 |
| TOTAL | 1 | 104 | 312 |

| PINTURA | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| PERSONAL | SERVICIO/DIA | SERVICIO/MES | SERVICIO/AÑO |
| | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado |
| 1 TRABAJADOR | 1 | 104 | 312 |
| TOTAL | 1 | 104 | 312 |

| JARDINES Y PISCINAS | | | |
|----------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| PERSONAL | SERVICIO/DIA | SERVICIO/MES | SERVICIO/AÑO |
| | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado | Lunes-Sábado |
| 1 TRABAJADOR | 2 | 104 | 624 |
| TOTAL | 2 | 104 | 624 |

Los servicios de mantenimiento, anteriormente mencionados no requieren de maquinarias. A excepción del servicio de mantenimiento de jardines que requiere de la utilización de una cortadora de césped.

5.7.1. PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

Para la estimación de la demanda se tomo en cuenta la tasa de crecimiento de la población que es el 3,77%, obteniendo los siguientes resultados:

CUADRO 49: PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

| CANTIDAD | | | | | |
|---------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Limpieza | 2.496 | 2590 | 2688 | 2789 | 2894 |
| Trabajadores permanentes | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Maquinarias | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Plomería | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Trabajadores permanentes | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Pintura (Promedio 20m2) | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Trabajadores | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

| | | | | | |
|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| permanentes | | | | | |
| Cerrajería | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Trabajadores permanentes | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Mantenimiento De Jardines | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Trabajadores permanentes | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Maquinaria | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Mantenimiento De Piscina | 312 | 324 | 336 | 349 | 362 |
| Trabajadores permanentes | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| TOTAL SERVICIOS | 4.056 | 4.209 | 4.368 | 4.532 | 4.703 |

“SERVI HOUSE” SRL. Contara con 8 operarios permanentes, sin embargo contratar a trabajadores eventuales en tiempo que haya mayor demanda.

5.8. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

5.8.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La empresa se encontrará ubicada en Tarija, Provincia Cercado, debido a que la ciudad es un sitio atractivo para implementar la empresa

5.8.2. MICROLOCALIZACION



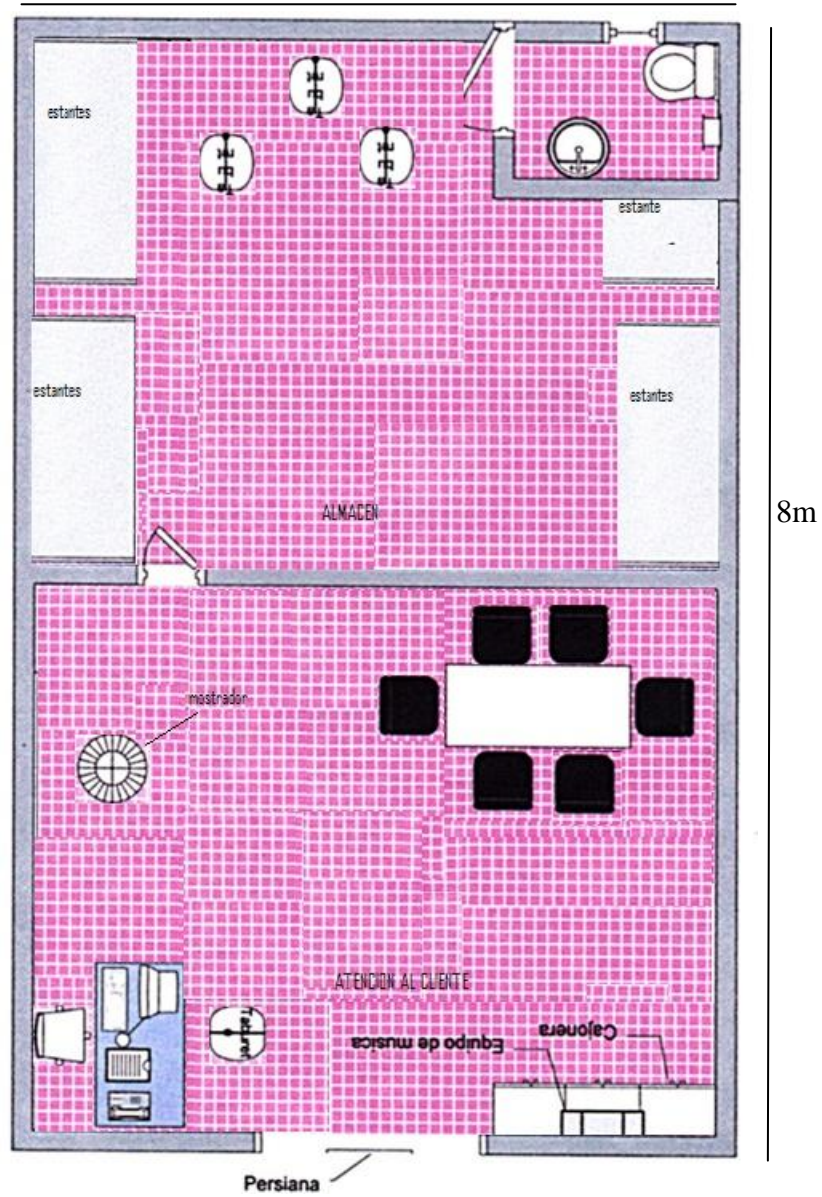
La empresa se emplazará en el Barrio Juan XXI, Av. Jaime Paz Zamora, entre calle Godofredo Arnold y Av. Julio Echazu pasando el primer puente, ya que es una zona muy concurrida y transitada en la ciudad, con una facilidad de acceso a la misma, la cual consta de la disponibilidad de servicios básicos, seguridad y estacionamiento para los clientes, de igual forma, la atención a clientes se accionará en su mayoría a domicilio.

Los factores para nos llevaron a determinar la micro localización fueron:

- ✚ **Facilidad de acceso;** la facilidad de acceso es esencial, puesto que ayudará a los posibles clientes a llegar con facilidad para contratar el servicio ofrecido o conocer las instalaciones y al personal que trabaja.
- ✚ **Costos de arriendo de Oficina;** los costos de arriendo de las oficinas de igual manera son fundamentales debido a que se debe contar con un local que no sea demasiado costoso y el cual se adapte a las necesidades de la empresa.
- ✚ **Disponibilidad de servicios básicos;** la disponibilidad de los servicios básicos es necesaria para el buen desempeño de los trabajadores y para brindar el servicio a los clientes.
- ✚ **Seguridad;** el establecimiento debe contar con la seguridad imprescindible tanto para las personas que laboran en la empresa como para los clientes.
- ✚ **Estacionamiento;** para comodidad de los clientes es indispensable contar con un lugar de estacionamiento.

5.9. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTAS Y OFICINAS

5.9.1. DISEÑO



5.9.2. DISTRIBUCIÓN PARA SERVICIOS

Al considerar la distribución para servicios es maximizar la utilidad neta por metro cuadrado de espacio de piso, donde “SERVI HOUSE”, presenta la distribución de sus oficinas, en la cual los clientes entran y salen de la empresa por un área de “Cotización y pago”. Los productos con los que trabaja “SERVI HOUSE”, se encuentran a la derecha en mostradores y en exhibidores en el muro.

Al tratarse de una empresa de servicios se debe considerar en la distribución, el término servicescape para referirse al contexto físico que rodea la prestación de los mismos y la manera en que el entorno afecta a los clientes y empleados. Para lo cual se considera tres elementos: Las condiciones del ambiente, la distribución y la funcionalidad del espacio y los letreros, símbolos y otros objetos².

✚ **Condición del Ambiente:** Las características del entorno al que llegarán los clientes presenta las siguientes características:

- ✓ existe un equipo musical, para tener un ambiente ameno, donde el cliente se sienta en confianza, cabe resaltar que el equipo musical responderá a música de acorde al ambiente y con un volumen bajo para que no incomode al cliente.
- ✓ La iluminación, la empresa presenta iluminación óptima para la realización de las labores, cuando el cliente vaya a recabar información acerca de la empresa y los servicios que ofrece en el lugar donde va a desempeñar sus labores.
- ✓ Cantidad de tiempo, que esperará el cliente para ser atendido será adecuada ya que se pretende contar con un personal capaz de brindar la mejor atención al cliente, considerando la espera máxima en fila para recabar información de los servicios requeridos de 15min. Así como también para que el cliente vaya teniendo más conocimiento de los servicios al momento de entrar pueden recabar folletos sobre todos los servicios que se ofrece.

✚ **Funcionalidad y distribución del espacio;** en este sentido se conceptua la planeación de la circulación del cliente a la empresa, la cual es brindar a los clientes un camino corto que le pueda dar a conocer a primera vista los productos con los que cuenta la

² ADMINISTRACION DE OPERACIONES, PRODUCCION Y CADENA DE SUMINISTROS, Richard B. Chase-Robert Jacobs-Nicholas J. Aquilano, Duodécima Edición, Mc Graw Hill, Pag-238

empresa para su operación y recabar información del servicio. Así como igualmente se estima un aspecto considerable la característica y dimensión de los pasillos para que el cliente llegue a recabar información, considerando la anchura del mismo para un tránsito esperado o deseado por parte de los clientes para que no exista aglomeración ni incomodidad del mismo.

✚ **Letreros, símbolos y otros objetos;** referido a aquellas partes del servicio que tienen un significado social. Por ejemplo:

- ✓ Para que la empresa llegue a ser vista por los clientes en las afueras de sus oficinas cuenta con un letrero claro y visible para dar a conocer sus servicios.
- ✓ Existe una persona que se halla sentada en el escritorio ubicado más cerca de la entrada, que es la encargada de brindar un trato ameno y cordial al cliente.
- ✓ El gerente de la empresa se identificará con facilidad ya que en su escrito tendrá una membrecía que lo distingue del resto del personal
- ✓ Existe un letrero que da a saber hacia donde es la bodega, la cual es un área restringida para el cliente.

5.10. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

5.10.1. HIGIENE LABORAL

La salud de las personas y la seguridad de las mismas en las fuentes de trabajo presentan una de las principales bases para conservar una fuerza de trabajo laboral adecuada. Para lo cual es necesario desarrollar: Un plan de higiene laboral que generalmente incluye varios puntos pero que por el tamaño de la empresa se consideró los puntos siguientes:³

1. **Servicios médicos adecuados:** Para lo cual en la empresa se contará con:

- ✓ Un botiquín de primeros auxilios, para brindar una atención de lesiones leves personales provocadas por males profesionales

³ CHIAVENATO. Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Octava Edición. Pag 333

- ✓ Supervisión de la higiene y la salud, será estricto en la empresa puesto que el personal contará con indumentaria necesaria y apropiada para desarrollar sus actividades en el lugar de trabajo.
- ✓ Utilización de hospitales de buena categoría, que será el servicio que se esta establecido dar por parte de la empresa al asegurar a su personal a la CNS.

2. Prevención de riesgos para la salud

- ✓ Riesgos químicos, con tendencia a ser producidos por el tipo de material que maneja el personal en ciertas labores, pero que para lo cual se consideró comprar todos aquellos materiales con la más baja toxicidad.
- ✓ Riesgos físicos, para evitar ciertos riesgos y daños en la integridad física del personal se le instruye sobre el manejo de materiales y herramientas por parte del supervisor técnico, además de que cuentan con la indumentaria imprescindible para eludir estos peligros.

La higiene laboral es de carácter preventivo, a los daños de la salud y la comodidad del trabajador, para evitar que se enferme y llegue a ausentarse de su fuente de trabajo. Para lo cual el objetivo de la empresa en base a la higiene laboral es:

- ✚ **Prevenir que se agraven las lesiones**, de los trabajadores para lo cual se deberá trasladar al personal de inmediato al momento de requerir atención médica, por un daño causado en horarios de trabajo.
- ✚ **Conservar la salud de los trabajadores y aumentar su productividad por medio del control del ambiente laboral**, tomando en cuenta diariamente el lugar donde vayan a desempeñar las labores, así como también se considerará la supervisión diaria por parte del supervisor técnico de las instalaciones en la empresa donde el personal tiene su descanso después de un trabajo materializado.

Condiciones de Trabajo

En las condiciones de trabajo se considera tres grupos de condiciones que influyen considerablemente en la tarea de las personas a saber⁴:

✚ **Condiciones ambientales de trabajo:** iluminación y temperatura.

- ✓ Iluminación, en cuanto a la iluminación con la que el personal va a contar al momento de ir a practicar las labores al hogar (lugar de desarrollo del trabajo), cabe resaltar que por el simple hecho de ser hogares el personal contará con la cantidad de luz necesaria en el punto focal, así como también se debe considerar que los trabajos se verificarán en las jornadas del día y no habrá problema de iluminación para que el personal realice su trabajo, aunque el supervisor técnico al momento de ir a realizar la inspección para brindar la cotización al cliente se percatará de estos requerimientos.
- ✓ Temperatura, el personal de trabajo se caracteriza por ir a desarrollar trabajos en temperaturas agradables ya que la limpieza del hogar es dentro del mismo y los servicios técnicos asimismo serán materializados en condiciones de temperatura adecuada y óptima para un mejor desempeño del personal.

✚ **Condiciones de tiempo:** Duración de la jornada laboral, horas extra, periodos de descanso

- ✓ Duración de la jornada laboral, el personal trabajará las horas establecidas por ley que son las 8 hrs laborales
- ✓ Horas extras, en caso de requerimiento el personal que este dispuesto a cumplir con horas extras de trabajo podrá componerlo y se conceptuará la compensación del mismo
- ✓ Periodos de descanso, el personal cuenta con intervalos de tiempo para descansar, ya que al momento que van a cumplir la limpieza de un hogar antes de ir al siguiente tiene un periodo de descanso para relajarse y reponer fuerzas.

⁴ ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS, Idalberto Chiavenato, Octava Edición, Pag 334

Condiciones sociales: Relaciones.

- ✓ Relaciones, del personal de trabajo serán lo más amenas posibles, ya que se respeta al trabajador basados en la ley que los ampara.

5.10.2. SEGURIDAD LABORAL

La seguridad laboral es el conjunto de medidas técnicas, educativas, médicas y psicológicas utilizadas para prevenir accidentes, sea con la eliminación de las condiciones inseguras del ambiente, con la instrucción o convencimiento de las personas para que apliquen prácticas preventivas, lo cual es indispensable para un desempeño satisfactorio del trabajo⁵. Para lo cual se consideraron ciertas medidas preventivas de los riesgos que se puedan dar en el desempeño del trabajo. Así como también se da a conocer un ejemplo de Inspección Técnica que considera el Ministerio de Trabajo. (VER ANEXO 17)

Medidas preventivas

Orden y limpieza

Antes de empezar a trabajar se deben retirar los obstáculos que se encuentren en las zonas a limpiar o en las zonas de paso.

Cuando se utilicen equipos de limpieza conectados a la red eléctrica se procurará tender los cables de manera que no atraviesen las zonas de trabajo o de paso.

Prevención de caídas

Al efectuar las tareas de limpieza se deben respetar unas técnicas básicas que permiten reducir los riesgos de caídas:

- ✓ La limpieza debe efectuarse progresando desde el fondo del local hacia la puerta.
- ✓ Las tareas se deben organizar de manera que no sea imprescindible atravesar los lugares donde se acaba de limpiar.

⁵ CHIAVENATO. Idalberto. Administración de Recursos Humanos. Octava Edición, Pag 336

- ✓ No efectuar trabajos que necesiten la utilización de escaleras de mano o de banquetas en aquellas zonas que acaban de ser mojadas, pulidas o enceradas o en las que se están efectuando dichos trabajos.
- ✓ Para evitar el riesgo de caídas de compañeros u otras personas que puedan atravesar las zonas que acaban de ser fregadas, enceradas o pulidas, deben colocarse señales de advertencia. Asimismo, si se derrama agua o cualquier líquido de limpieza debe recogerse inmediatamente.
- ✓ Se debe prestar especial atención a los posibles desniveles, irregularidades o desperfectos del suelo para eludir tropezones y caídas.

Otros puntos críticos son aquéllos en los que haya alfombras o moquetas, ya sea en escaleras, pasillos o salas. Si los extremos de las mismas no están bien sujetos al suelo, es muy fácil tropezar o resbalar al pisar dichos extremos.

Prevención de golpes

Cuando se deba trabajar en lugares angostos, previamente se procurará despejar la zona lo máximo posible, y se desarrollarán las tareas con atención y cuidado.

- ✓ Se debe eludir la manipulación y transporte manual de cargas pesadas, o de objetos voluminosos o difíciles de asir, para evitar los golpes por caída de objetos.

Para estos casos se debe disponer de medios de transporte adecuados (carros o carretillas).

- ✓ Si el peso del objeto es considerable o bien presenta dificultad de manipulación por sus características (tamaño, superficies lisas y resbaladizas), se debe solicitar la ayuda de un compañero. En ningún caso se retirarán, este tipo de objetos, sin ayuda de un compañero o bien de equipos destinados a tal fin.
- ✓ Se debe evitar el almacenamiento de objetos, especialmente los que sean pesados, en zonas elevadas, donde sea difícil alcanzarlos o donde se puedan caer.

Prevención de cortes

- ✓ Antes de retirar cualquier objeto, es necesario inspeccionar su estado para detectar la posibilidad de que puedan caer o producir cortes o pinchazos: bordes cortantes, presencia de clavos o astillas y mal estado del embalaje, etc.
- ✓ Al retirar residuos, al limpiar superficies con bordes afilados o en la proximidad de partes punzantes, se deben manejar guantes de protección apropiados que eludan cortes y pinchazos.

Medidas preventivas riesgos derivados de la utilización de máquinas y equipos específicos

Requisitos de los equipos

- ✓ Antes de poner en funcionamiento cualquier máquina, se debe inspeccionar visualmente que todas las partes y elementos de la maquinaria se encuentran en buenas condiciones y comprobar que se hallan correctamente montados todos los elementos imorescindibles para el trabajo (cepillos, lanas de acero, etc.).
- ✓ Rehuir el trabajo con prisas y no forzar el régimen de funcionamiento de las máquinas.
- ✓ Antes de comenzar el trabajo en una zona, inspeccionarla de manera rápida para poder detectar los posibles obstáculos o cambios de nivel. Una vez se están efectuando las tareas, prestar atención a los citados obstáculos o cambios de nivel en el recorrido.
- ✓ Las operaciones de mantenimiento, instalación y sustitución de discos o cepillos deben materializarse con la máquina desconectada.

5.11. CONTROL DE CALIDAD

Para llevar a cabo un control de la calidad del servicio que ofrecerá “SEVI HOUSE” S.R.L., y dado que los trabajadores tienen contacto directo con los clientes, el desempeño de los empleados de servicio precisa de manera importante de su calidad. Para la mayoría

de los servicios, el arma competitiva de elección es la calidad percibida del servicio, dado que el precio, la flexibilidad y la velocidad de entrega pudieran no ser muy distintos a las de la competencia⁶.

Los elementos que se conceptuarán de gran trascendencia en la calidad en los servicio y con los que contará la empresa son:

- ✚ **Encuestas a clientes;** la cual va a admitir que los clientes llenen cuestionarios dirigidas a definir la percepción de los clientes respecto a la calidad del servicio que se prestó.
- ✚ **Compradores fantasmas;** en ciertas ocasiones se considerará este elemento, en el cual personas particulares o trabajadores fingirán ser clientes, pero estarán vigilando la calidad de los servicios.

La encuesta dirigida a los clientes se la materializará una vez terminado el servicio prestado por hogar, para delimitar lo satisfactorio o no que se halla el cliente de “SERVI HOUSE” S.R.L., con la repuesta de los mismo se reconocen áreas de deficiencia y se tomarán ciertas acciones correctivas para modificar las operaciones y transformar la naturaleza de los servicio entregados.

5.12. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Se considera para el programa de producción el plan de ventas que se proyecto en marketing para el primer mes de operación de la empresa.

CUADRO 50: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

| ACTIVIDAD | PERSONAL ENCARGADO | INICIO | TERMINACION |
|---|------------------------------------|-------------|-------------|
| | | DIA/MES/AÑO | DIA/MES/AÑO |
| Acondicionar el área de trabajo | Gerente General-Supervisor Técnico | 06/01/2014 | 13/01/2014 |
| Seleccionar y contratar personal | Gerente General | 14/01/2014 | 21/01/2014 |
| Contactar proveedores | Supervisor | 22/01/2014 | 24/01/2014 |

⁶ GAITHER Norman Greg Frazier. Administración de Producción y Operaciones. Cuarta Edición, Pag 651

| | | | |
|--|--------------------------------------|------------|------------|
| | Técnico | | |
| Compra y adquisición de materiales y maquinaria | Gerente General - Supervisor Técnico | 22/01/2014 | 24/01/2014 |
| Instrucción del personal | Gerente General | 27/01/2014 | 31/01/2014 |

5.13. COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL PRIMER MES

El plan de costos para el primer mes se lo realizo en base a cotizaciones del precio sobre los materiales aplicados y la cantidad requerida para llevar a cabo cada tarea.

CUADRO 51: COSTO DE PRODUCCIÓN

| COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL 1er MES | | | |
|---|----------|---------------|--------------|
| SERVICIO | Q | PRECIO | TOTAL |
| Limpieza | 208 | 61,5 | 12792 |
| Plomeria | 26 | 66 | 1716 |
| Pintura (Promedio 20 m2) | 26 | 45 | 1170 |
| Mantenimiento de Piscinas | 26 | 56,25 | 1462,5 |

CAPÍTULO VI

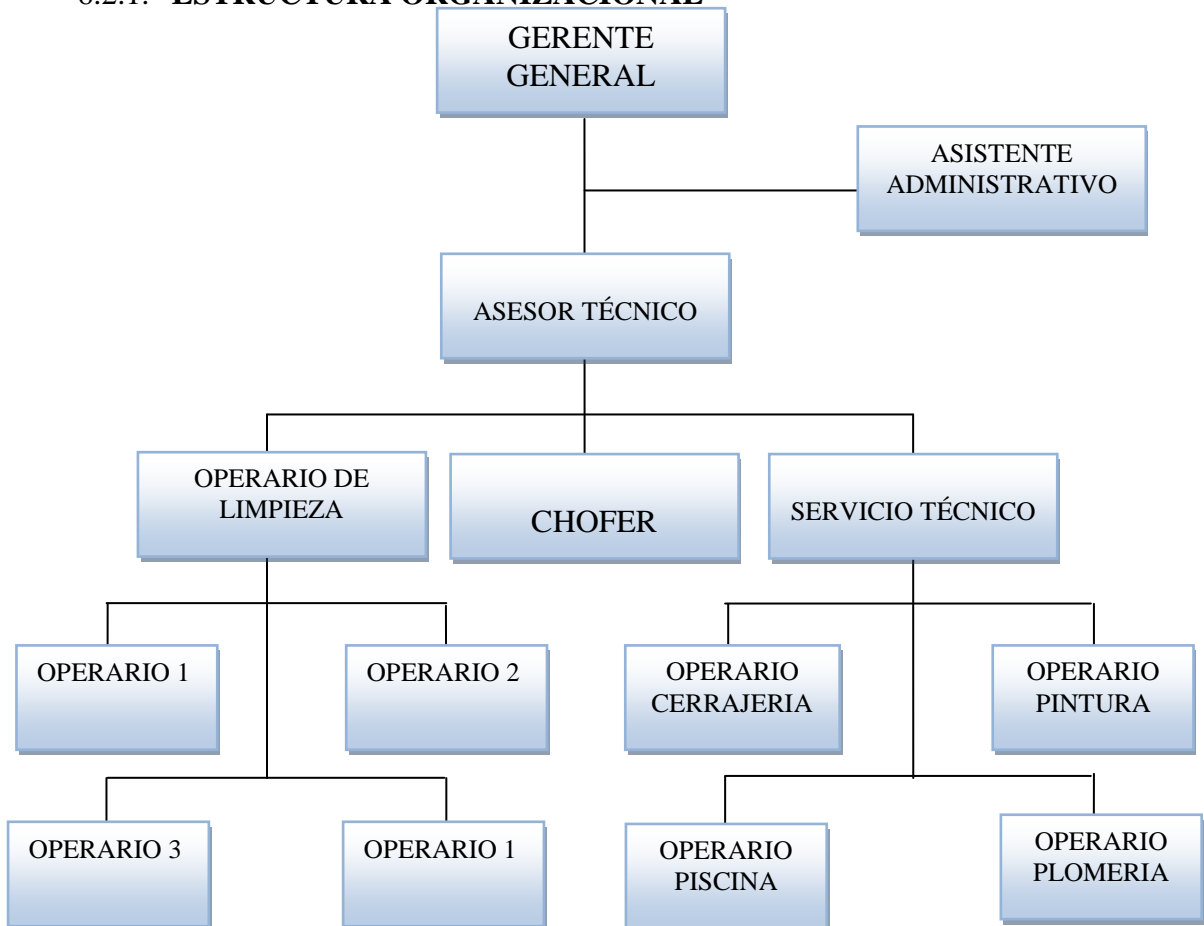
PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

6.1. OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

- ✚ Atraer, retener y desarrollar al personal idéo para la organización.
- ✚ Diseñar y definir cada puesto dentro de la organización que contribuya a su desarrollo.
- ✚ Dotar y mantener un número adecuado de personal, de manera que las necesidades de la organización estén cubiertas sin caer en la duplicidad de puestos.

6.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL

6.2.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



6.2.2. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS GERENTE GENERAL

El gerente general será el encargado de la gestión administrativa, financiera, técnica y el responsable de informar resultados obtenidos en el año en curso.

Funciones

- ✚ Planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar todas las actividades de la empresa.
- ✚ Conocer el movimiento económico, autorizar ingresos y egresos.
- ✚ Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa en negociaciones y firma de documentos de carácter legal.
- ✚ Ejecutar procesos de evaluación del desempeño al personal
- ✚ Elaborar, desarrollar y evaluar proyectos de investigación de mercado, estrategias del negocio y participar en la generación de nuevos servicios que satisfagan las exigencias de los socios.
- ✚ Verificar procesos de selección de personal y/o promociones internas para solventar las necesidades corporativas.

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Persona idónea que deberá cumplir funciones en ayuda al gerente en ciertos aspectos contables, asimismo desempeñará funciones de secretaria: Como contestar el teléfono, dar información de los servicios que ofrece la empresa, envío y recepción de correspondencia, etc. Para lo cual será de vital importancia tener conocimientos de cómo tratar al cliente, en razón a que es la primera persona que el cliente escuchará y observará al momento de contactarse con la empresa.

Funciones

- ✚ Hacer las actividades de Secretariado de Gerencia, Contabilidad y actividades de Recepción de la empresa.

- ✚ Comunicar promociones
- ✚ Manejar diariamente la agenda del gerente general y coordinar la secuencia de citas y reuniones, así como preparar el material necesario para las mismas.
- ✚ Elaborar comprobantes de ingreso, egreso, facturas y pedidos de mercadería. Manejar correspondencia, recibir y tramitar la correspondencia de y hacia la gerencia, elaborar cartas, oficios y archivar la misma.

SUPERVISOR TÉCNICO

El supervisor técnico deberá desempeñar funciones a favor al proceso de producción, ya que tiene que ser muy minucioso en la revisión de las tareas que el personal vaya a practicar.

Funciones

- ✚ Visitar clientes
- ✚ Establecer planes de venta
- ✚ Cumplimiento de resultados
- ✚ Desarrollo del "Plan de Servicio"
- ✚ Define y ajusta el personal para el desarrollo del contrato
- ✚ Recorre las instalaciones identificando sitios relevantes
- ✚ Dispone el cronograma de actividades
- ✚ Prepara y distribuye los insumos de aseo
- ✚ Reorganiza turno de operarias con base en ausencias temporales o definitivas
- ✚ Envía personal de reemplazo coherente con las necesidades
- ✚ Recolecta información de satisfacción del cliente

OPERARIO DE LIMPIEZA

Encargado de componer las actividades de limpieza y mantenimiento en los lugares asignados por la empresa.

Funciones

- ✚ Recibir y captar instrucciones del Supervisor Técnico.
- ✚ Efectuar de manera eficiente y eficaz las acciones de limpieza.
- ✚ Acudir con puntualidad a los lugares asignados.
- ✚ Utilizar de manera responsable los equipos y materiales asignados por la empresa.
- ✚ Respetar y seguir las normas y procedimientos establecidos

OPERARIO DE PINTURA

Encargado de pintar las superficies internas y externas tanto de la empresa como los lugares que le asigne la empresa.

Funciones

- ✚ Efectuar reparaciones menores de frisos en paredes, muros, mobiliarios y demás superficies, con el objeto de lograr condiciones óptimas para la aplicación de la pintura.
- ✚ Pintar y/o aplicar materiales de revestimiento a toda clase de superficies, usando brochas, pistola y cualquier equipo que faciliten las labores.
- ✚ Solicitar y llevar el control de materiales tales como: Pinturas, brochas, rodillos, entre otros; para la ejecución de las labores.
- ✚ Organizar el depósito de materiales y equipos de pintura.
- ✚ Ayudar en la realización de inventario del área de pintura. .
- ✚ Consumar la limpieza y mantenimiento de equipos de pintura.
- ✚ Mantener limpio y en orden equipo y sitio de trabajo.
- ✚ Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

OPERARIO DE JARDINERIA Y PISCINA

Encargado de confeccionar las actividades de mantenimiento de jardinería y piscinas utilizando las técnicas, equipos y materiales necesarios.

Funciones

- ✚ Obrar la mezcla y aplicación de abonos.
- ✚ Componer la mezcla de cloros líquidos y polvo para piscinas.
- ✚ Llevar a cabo técnicas de planteo, corte y decoración de árboles
- ✚ Manejo de herramientas de jardinería y piscina.
- ✚ Podada de céspedes y regado de plantas.
- ✚ Recojo de hojas en piscinas.
- ✚ Mantener limpio y en orden equipos y sitio de trabajo.
- ✚ Elaborar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

OPERARIO DE PLOMERIA

Debe tener experiencia en el ramo de la Plomería, tener ética profesional con valores morales inquebrantables.

Funciones

- ✚ Desarrollar los trabajos con responsabilidad calidad.
- ✚ Cumplir con los tiempos establecidos por la empresa según lo programado.
- ✚ Sostener en buen estado tanto los equipos como las herramientas que utilicen.
- ✚ Cambiar y ajustar empacaduras, llaves, tubos, fluviómetros y mangueras de aire.

- ✚ Colaborar en la construcción de piezas de plomería.
- ✚ Conservar limpio y en orden equipos y sitio de trabajo.
- ✚ Realizar cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

OPERARIO DE CERRAJERIA

Persona con aptitudes de Instalación de cerraduras mecánicas y eléctricas de puertas y mobiliarios en general, empleando las técnicas, equipos y herramientas necesarios para garantizar la seguridad de los bienes de la Organización.

Funciones

- ✚ Dispone, repara y cambia cerraduras mecánicas y eléctricas a puertas, escritorios, archivadores, etc.
- ✚ Desarma, revisa, arregla y sustituye tambores, resortes, brazos hidráulicos y otras piezas de seguridad.
- ✚ Coloca y abre mecanismos de seguridad e innova las combinaciones de los mismos cuando sea imprescindible.
- ✚ Instala, adapta y cambia cerraduras para un sólo mecanismos (llave maestra). Realiza inventario de materiales y mantiene stock en el depósito.
- ✚ Cumple cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

CHOFER

Encargado del traslado del personal, materiales, maquinarias y herramientas de la empresa, conduciendo las unidades de transporte automotor, para facilitar el desarrollo apropiado de las acciones para la prestación de un buen servicio.

FUNCIONES

- ✚ Trasladar el personal al lugar de trabajo que se le asigne.
- ✚ Tener cuidado por la movilidad que se le dé a su cargo.
- ✚ Reportarse al finalizar la jornada laboral.
- ✚ Ejecutar sus labores en forma eficiente y segura.
- ✚ Verificar las condiciones mecánicas del vehículo antes de salir.
- ✚ Transportar materiales, equipos y herramientas.
- ✚ Velar por la seguridad y resguardo de los materiales, maquinarias y herramientas.
- ✚ Vigilar por la seguridad y resguardo de la integridad física de las personas que transporta.
- ✚ Compose reparaciones menores de vehículos.
- ✚ Llevar el control de los repuestos que se utilizan en el vehículo.
- ✚ Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

6.2.3. PROCESO DE INTEGRACIÓN DE PERSONAL

6.2.3.1. Reclutamiento

“SERVI HOUSE” S.R.L., necesitará personal con habilidades y capacidades que requiera el cargo. Para lo cual se recurrirá al reclutamiento para cumplir una búsqueda de aquella persona adecuada para cada puesto que se llegue a ocupar en el lugar de trabajo, mediante reclutamiento externo durante el primer mes de publicidad de la empresa, lo cual se lo materializará a través del medio televisivo el cual fue de mayor aceptación según la encuesta aplicada.

Como así también se recurrirá a la agencia de empleo como lo es el Ministerio de Trabajo y al internet, ya que en la actualidad representa un importante canal de contacto entre la organización y los candidatos.

En dicho anuncio se considerará:

- ✚ Formación (no necesariamente profesional en cargos operarios)
- ✚ Experiencia
- ✚ Habilidades
- ✚ Pretensión Salarial

ASISTENTE ADMINISTRATIVO

SE PRECISA ASISTENTE ADMINISTRATIVO REQUISITOS

FORMACIÓN:

Técnico medio en asistente ejecutivo de gerencia, técnico en Asistente de Oficina

EXPERIENCIA:

- 2 años de experiencia en cargos similares
- 1 año de experiencia en empresas similares

HABILIDADES:

- Relaciones humanas.
- Organización de trabajo.
- Redacción de forma clara y concisa de cartas, reportes e informes.
- Ortografía.
- Manejar eficientemente los programas de computación.

SE PAGA BUEN SUELDO

Presentar Curriculum Vitae en la oficina de “SERVI HOUSE”
S.R.L.
Barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo
Arnold y Avenida Julio Echazu.

OPERARIO DE LIMPIEZA

SE PRECISA 6 OPERARIOS DE LIMPIEZA **REQUISITOS**

FORMACIÓN:

Título Bachiller (no es indispensable), conocimiento especiales en la realización de las labores domésticas. Preferencia mujeres

EXPERIENCIA:

- 1 año de experiencia cargos similares.

HABILIDADES:

- Destreza en la realización de labores domésticas.
- Capacidad de trabajo en equipo.

SE PAGA BUEN SUELDO

Presentar Currículum Vitae en la oficina de “SERVI HOUSE” S.R.L.
Barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold y
Avenida Julio Echazú.

OPERARIO DE PLOMERIA

SE PRECISA UN PLOMERO
REQUISITOS

FORMACIÓN:

Bachiller, más curso en el área de plomería, de por lo menos seis meses de duración.

EXPERIENCIA:

- Un año de experiencia progresiva, de cerrajero operativo.

HABILIDADES:

- Estimar tiempo y materiales a ser utilizados en la ejecución del trabajo.
- Interpretar planos de los sistemas de tuberías.
- Estimar tiempo y material de trabajo.

SE PAGA BUEN SUELDO

Presentar Currículum Vitae en la oficina de “SERVI HOUSE” S.R.L.
Barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold y
Avenida Julio Echazu.

OPERARIO DE PINTURA

SE PRECISA OPERARIO DE PINTURA
REQUISITOS

FORMACIÓN:

Bachiller más curso de Técnicas de Acabado y Texturización de Interiores y Exteriores y/o Técnicas de Preparación y Mezclado de Pintura, menor o igual a tres (3) meses de duración.

EXPERIENCIA:

- 1 año a nivel operativo en cargos similares

HABILIDADES:

- Establecer buenas relaciones interpersonales.
- Captar instrucciones orales y/o escritas.
- Efectuar combinaciones de colores adecuadamente.

SE PAGA BUEN SUELDO

Presentar Currículum Vitae en la oficina de “SERVI HOUSE” S.R.L.
Barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold y Avenida
Julio Echazu.

OPERARIO DE CERRAJERIA

SE PRECISA UN OPERARIO DE CERRAJERIA
REQUISITOS

FORMACIÓN:

Bachiller más curso de Cerrajería, menor o igual a tres meses de duración.

EXPERIENCIA:

- 1 año a nivel operativo en cargos similares

HABILIDADES:

- Detectar y corregir faltas en cerraduras y equipos de seguridad Establecer relaciones interpersonales. Visual y manual.
- Trabajo en equipo

SE PAGA BUEN SUELDO

Presentar Currículum Vitae en la oficina de “SERVI HOUSE” S.R.L.
Barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold
y Avenida Julio Echazu.

CHOFER

SE PRECISA UN CHOFER
REQUISITOS

FORMACIÓN:

Bachiller, más curso de Manejo Vía Defensivo.

EXPERIENCIA:

- 3 año a nivel operativo en cargos similares

HABILIDADES:

- Seguir instrucciones orales y escritas.
- Establecer relaciones interpersonales efectivas.
- Tomar decisiones en situaciones difíciles.
- Detectar fallas en los vehículos.

SE PAGA BUEN SUELDO

Presentar Currículum Vitae en la oficina de “SERVI HOUSE” S.R.L.
Barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold y Avenida Julio
Echazu.

OPERARIO DE JARDINERIA Y PISCINA

SE PRECISA OPERARIO DE JARDINERÍA Y PISCINA
REQUISITOS

FORMACIÓN:

Bachiller más curso de Jardinería y piscina menor o igual a tres meses de duración.

EXPERIENCIA:

- 1 años de experiencia en cargos similares

HABILIDADES:

- Manejar equipos y herramientas de jardinería y piscina.
- Captar y seguir instrucciones orales y escritas.
- Establecer relaciones interpersonales.

SE PAGA BUEN SUELDO

Presentar Curriculum Vitae en la oficina de “SERVI HOUSE” SRL.
Barrio Juan XXIII, Avenida Jaime Paz Zamora entre c/Godofredo Arnold y Avenida Julio Echazu.

No se desarrollará el reclutamiento en relación al cargo de Gerente General y Supervisor Técnico, ya que los accionistas de la empresa ocuparán los cargos mencionados.

Preselección de los postulantes al cargo

Los candidatos reclutados pasaran por una entrevista para conocer si disponen de los requisitos necesarios, de acuerdo a los resultados se procederá a llamar a los postulantes para una selección final.

Entrevista

Se materializará una entrevista donde se tomará en cuenta:

- ✚ Datos del postulante que se encuentran en el Currículum Vitae, serán aclaradas y profundizadas;
- ✚ Manera en que el candidato se comporta y reacciona en determinada situación.

Se procederá a la entrevista de los candidatos con ciertas preguntas como:

- ✚ ¿Qué responsabilidades y deberes cumplía específicamente en su puesto más reciente?
- ✚ ¿Qué logros obtuvo?
- ✚ ¿Por qué motivo quiere cambiar de empleo?
- ✚ ¿Cómo se sentía en su anterior empleo?
- ✚ ¿Cuáles son las habilidades y conocimientos que usted tiene?
- ✚ ¿Cuál piensa usted que sería un salario adecuado?
- ✚ ¿Cuántas horas piensa trabajar en su puesto?

6.2.3.2. Selección De Personal

Entre los candidatos reclutados se seleccionará a los más adecuados para los cargos que están disponibles en la empresa con la intención de ser eficientes y eficaces en la realización de los servicios que se pretende ofrecer.

Contratación

Para llevar a cabo la colocación del personal a su puesto de trabajo se hará uso de contratos por escrito para que se siga con un proceso formal de contratación. (VER ANEXO 18)

Se realizara contrato eventuales de personal de la parte operativa por 85 días como máximo cuando la empresa lo requiera para redimirse del pago de beneficios sociales.

6.2.3.3. Inducción

Las instrucciones que se imparte al personal recién vinculado con la organización son claves para garantizar la adecuada adaptación del personal en los diferentes frentes de trabajo ya que contribuyen como parte de fortalecimiento del recurso humano.

Procedimiento De Inducción

- ✚ Primeramente se debe informar al personal sobre la empresa, misión y valores

- ✚ Orientar al trabajador sobre aspectos específicos y relevantes del oficio a desempeñar y el frente de trabajo donde fue asignado.

Es decir, se debe brindar toda la información general de la empresa que se considere relevante para el conocimiento y desarrollo del cargo (dependiendo del mismo, se profundizará en algunos aspectos específicos)

En esta etapa, se deberá presentar entre otros la siguiente información: Estructura (organigrama) general de la compañía, misión, visión, valores y objetivos de la empresa.

- ✓ Servicios ofrecidos por “SERVI HOUSE”: Servicio de limpieza y mantenimiento del hogar.

Así como también se da a conocer:

- ✚ Condiciones laborales: Tipo de contrato, duración, prestaciones, fechas de pago, periodo de descanso y vacaciones, entre otros.
- ✚ Programas de motivación y promoción del personal.
- ✚ Manejo de accidentes de trabajo.
- ✚ Uso del uniforme.
- ✚ Horarios de trabajo.
- ✚ Manejo de ausencias y/o incapacidades.

Toda la anterior información se la debe entregar en forma escrita y resumida al personal.

Para llegar a lo que es el área de trabajo, se llega a realizar la inducción específica, en la cual se debe brindar toda la información específica del oficio a desarrollar dentro de la organización, profundizando en todo aspecto relevante del cargo. La información que se le brinde debe ser clara y sencilla.

Para lo cual se considera un manual por cada puesto de trabajo vigente el cual especifica:

- ✚ Descripción de la fuente de trabajo
- ✚ Actividades que deberá realizar en su lugar de trabajo.
- ✚ Elementos de aseo a manipular
- ✚ Precauciones a tener en el desempeño de las funciones
- ✚ Recomendaciones generales
- ✚ Sugerencias específicas de acuerdo sus funciones

6.2.3.4. Evaluación del Desempeño

La evaluación del desempeño permite detectar problemas de supervisión, integración del trabajador en la empresa o en el cargo que ocupa, falta de aprovechamiento de su potencial o escasa motivación. “SERVI HOUSE” SRL presenta un formato que se tomará en cuenta para la evaluación del personal, sin determinar que sea el único, ya que puede incrementarse otros o cambiar su formato. (VER ANEXO 19)

6.2.3.5. Desarrollo Personal

6.2.3.5.1. Capacitación

Se desarrollará la capacitación práctica y teórica de los recursos humanos buscando un mejor desenvolvimiento y el incremento de sus capacidades para lograr su máxima eficiencia.

El contenido de la capacitación aspectos como:

- ✚ Dar a conocer información respecto a la empresa, sus servicios, sus políticas, estrategias, entre otros aspectos importantes.
- ✚ Involucrar la adquisición de nuevos hábitos y actitudes en relación a los clientes a través de técnicas de atención al cliente.
- ✚ Utilización adecuada de los materiales, maquinarias y herramientas.

6.2.3.5.2. Administración de Sueldos y Salarios

El salario de cada trabajador se determinará según la jerarquía del cargo, manteniendo un equilibrio de remuneración entre el personal que trabajará en la empresa; para ello se considera un parámetro superior al el Salario Mínimo Nacional que en el año 2013 según Decreto Supremo 1549 ascendió a 1.200 Bs.-, considerando las 8 horas de jornada laboral.

A continuación se muestra el salario que obtendrá cada trabajador en nuestra empresa:

CUADRO 52: SALARIO DEL PERSONAL

| CARGO | HORAS TRABAJO/DÍA | SALARIO MENSUAL (Bolivianos) | BENEFICIOS SOCIALES (Aguinaldo) | SALARIO ANUAL |
|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|--|----------------------|
| Gerente general | 8 Hrs. | 2.000 | 2.000 | 26.000 |
| Supervisor técnico | 8 Hrs. | 1.800 | 1.800 | 23.400 |
| Asistente administrativo | 8 Hrs. | 1.500 | 1.500 | 19.500 |
| Operario de limpieza | 8 Hrs. | | | |
| Operario 1 | | 1.200 | 1.200 | 15.600 |
| Operario 2 | | 1.200 | 1.200 | 15.600 |
| Operario 3 | | 1.200 | 1.200 | 15.600 |
| Operario 4 | | 1.200 | 1.200 | 15.600 |
| Operario en plomería | 4 Hrs. | 800 | 800 | 10.400 |
| Operario en cerrajería | 4 Hrs. | 800 | 800 | 7.800 |
| Operario en pintura | 4 Hrs. | 600 | 600 | 7.800 |

| | | | | |
|----------------------------------|--------|-----------------|-------|------------------|
| Operario en jardinería y piscina | 4 Hrs. | 600 | 600 | 7.800 |
| Chofer | 8 Hrs. | 1.200 | 1.200 | 15.600 |
| TOTAL | | 14.100.- | | 183.300.- |

Se puede observar en este cuadro que los operarios de mantenimiento (plomero, cerrajero, pintor, jardinero y piscina) trabajaran medio tiempo.

6.2.3.5.2.1. Proyección De Sueldos Y Salarios

En este plan de negocios se estimo una proyección de sueldos y salarios para 5 años, como se muestra a continuación:

CUADRO 53: PROYECCIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS

| CARGO | CANTIDAD DE PERSONAL | SUELDO MENSUAL | SUELDO ANUAL | AGUINALDO | TOTAL ANUAL |
|----------------------------------|----------------------|-----------------|------------------|-----------------|------------------|
| Gerente General | 1 | 2.000 | 24.000 | 2.000 | 26.000 |
| Supervisor Técnico | 1 | 1.800 | 21.600 | 1.800 | 23.400 |
| Asistente Administrativo | 1 | 1.500 | 18.000 | 1.500 | 19.500 |
| Operario de Limpieza | 4 | 4.800 | 57.600 | 4.800 | 62.400 |
| Operario en Plomería | 1 | 800 | 9.600 | 800 | 10.400 |
| Operario en Cerrajería | 1 | 800 | 9.600 | 800 | 10.400 |
| Operario en Pintura | 1 | 600 | 7.200 | 600 | 7.800 |
| Operario en Jardinería y Piscina | 1 | 600 | 7.200 | 600 | 7.800 |
| Chofer | 1 | 1.200 | 14.400 | 1.200 | 15.600 |
| TOTAL | 12 | 14.100.- | 169.200.- | 14.100.- | 183.300.- |

6.2.4. ESCALA SALARIAL

El sueldo que llegarán a percibir los futuros trabajadores, de “SERVIHOUSE” S.R.L. es de acuerdo a su grado de formación profesional, dependiendo el área en el que operen, como se muestra a continuación:

CUADRO 54: ESCALA SALARIAL

| NÚMERO | CARGO | PERFIL |
|---------------|----------------------------------|---|
| 1 | GERENTE GENERAL | Profesional en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas, o Administración Financieras. |
| 1 | SUPERVISOR TÉCNICO | Profesional en Ingeniería en Marketing o similares. |
| 1 | ASISTENTE ADMINISTRATIVO | Conocimiento relacionados en atención al cliente, secretariado computarizado y conocimientos afines a la contabilidad |
| 4 | OPERARIO DE LIMPIEZA | Personal Operario no necesariamente con un título profesional |
| 1 | OPERARIO EN PLOMERÍA | Experto en plomería a nivel técnico sus estudios, el trabajo en la empresa es de medio tiempo. |
| 1 | OPERARIO EN CERRAJERÍA | Estudios a nivel técnico superior en la materia y ramas afines, su trabajo es de medio tiempo. |
| 1 | OPERARIO EN PINTURA | Persona con un mínimo de formación académica, su labor es de medio tiempo |
| 1 | OPERARIO EN JARDINERÍA Y PISCINA | Personas especializada en el tema de jardinería y mantenimiento de piscinas labor de medio tiempo. |
| 1 | CHOFER | No necesariamente una persona con estudios profesionales. |
| 12 | | TOTAL |

6.2.4.1. Planilla de Sueldo

El personal de la empresa será remunerado en base al cargo que ocupe, sin embargo debido a las disposiciones de orden legal por beneficios y servicios a favor del trabajador y sus beneficiarios se verificará el pago de las cargas sociales patronales en cuanto a:

✚ **Aguinaldo;** creado por ley del 18- de diciembre de 1944, donde instaura la cancelación de un sueldo para empleados que cumplieron un año continuo de servicios y el pago por duodécimas en proporción al tiempo trabajado.

✚ **Vacaciones;** el artículo 44 de la L.G.T. establece que el trabajador que tuviera más de un año ininterrumpido de servicios en una empresa, es premiado a un descanso anual con goce de salario. El D.S. 17288 del 18 de marzo de 1980 instaura la siguiente escala vacacional:

| <u>AÑOS DE SERVICIO</u> | <u>PERIODO DE VACACIONES</u> |
|-------------------------|------------------------------|
| 1-4 años cumplidos | 15 días hábiles |
| 5-9 años cumplidos | 20 días hábiles |
| 10 años adelante | 30 días hábiles |

✚ **Bono de antigüedad;** Se otorga al trabajador un porcentaje sobre salario mínimo nacional según su antigüedad en el trabajo.

| <u>AÑOS</u> | <u>PERIODO DE VACACIONES</u> |
|-----------------|------------------------------|
| 2-4 | 5% |
| 5-7 | 11% |
| 8-10 | 18% |
| 11-14 | 26% |
| 15-19 | 34% |
| 20-24 | 42% |
| 25 o mas | 50% |

✚ **Subsidio;** el empleador está en la obligación de cancelar a favor de los beneficiarios del empleado, cuyo D.S. 21637 establece: Subsidio prenatal, de natalidad y de lactancia.

✚ **Aportes:** El empleador debe entregar fondos a delimitadas instituciones creadas por la ley, como ser:

| <u>INSTITUCIONES</u> | <u>DISPOSICIÓN LEGAL</u> | <u>PORCENTAJE</u> |
|----------------------|---------------------------|-------------------|
| C.N.S. | Ley 924 y D.S. | 10% |
| INFOCAL | 21637 | 1% |
| A.F.P.s. | D.S. 22105 – dic. 1988 | 1,71% |
| | Ley 1732 y D.S. | |

Como así también se cancelará a los trabajadores por las horas extras, trabajo dominical y feriados.

Por otra parte el personal de la empresa tendrá la obligación por disposición de orden legal los aportes laborales como: Riesgo común (1,71%), comisión por administración de fondos (0,50%), renta vejez (10%)

Para la cancelación de sueldos y salarios del personal de la empresa que se materializará mensualmente se preparará una planilla de sueldos, para lo cual será necesario:

- ✚ Planilla de aportes patronales y beneficios sociales

- ✚ Pago de subsidios

- ✚ Planilla Tributaria

En base a que la empresa se desenvuelva y gane experiencia en el mercado de servicio de limpieza y mantenimiento ira perfeccionando el pago de las cargas sociales e incentivos.

La empresa presentara mensualmente la planilla de sueldos y salarios que serán llenadas en base al desempeño de las actividades de la empresa, como se muestra a continuación el modelo de la planilla de sueldos:

CUADRO 55: MODELO DE PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS

“SERVI HOUSE” SRL.

**PLANILLA DE SUELDOS CORRESPONDIENTES A MES DE.....DE.....
(En Bolivianos)**

| N° | C.I. | APELLIDOS Y NOMBRE | NACIONALIDAD | FECHA DE NACIMIENTO | SEXO (F/M) | OCUPACION QUE DESEMPEÑA | FECHA DE INGRESO | DIAS PAGADOS MES | HORAS DIA PAGADOS | HABER BASICO (A) | BONO DE ANTIGÜEDAD (B) | HORAS EXTRAS | | BONOS | | DOMINICALES | | TOTAL GANADO | DESCUENTOS | | | TOTAL DSCTO | LIQUIDO PAGABLE | FIRMA DEL EMPLEADO | | |
|----|------|--------------------|--------------|---------------------|------------|----------------------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------------|--------------|-------|-----------|-------|-------------|------------|--------------|------------|------------|-------|-------------|-----------------|--------------------|--|--|
| | | | | | | | | | | | | Nro | Monto | B de prod | OTROS | N° DIAS | DOMINICALE | | AFP 12.21% | RC-IVA 13% | OTROS | | | | | |
| 1 | | Bentez Rosaura | Boliviano | | F | Gerente | 06/01/2013 | | | 2000 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | Ierez Cristina | Boliviano | | F | Supervisor Técnico | 06/01/2013 | | | 1800 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | Ramos Marlene | Boliviano | | F | As. Administrativo | 06/01/2013 | | | 1500 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | Rengifo Melisa | Boliviano | | F | Operario de Limpieza | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | Estrada Caria | Boliviano | | F | Operario de Limpieza | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | | Silvera Gabriela | Boliviano | | F | Operario de Limpieza | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | | Oporto Gabriela | Boliviano | | F | Operario de Limpieza | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | | Velasco Adriana | Boliviano | | F | Operario de Limpieza | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | | Raquel Flores | Boliviano | | F | Operario de Limpieza | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | | Jose Albornoz | Boliviano | | M | Operario de Jardineria y Piscina | 06/01/2013 | | | 600 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | | Perez Juan | Boliviano | | M | Operador Plomeria | 06/01/2013 | | | 1000 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | | Cruz Jorge | Boliviano | | M | Operador Pintura | 06/01/2013 | | | 600 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | | Pozo Oscar | Boliviano | | M | Operador Cerrajería | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | | Gabriel Flores | Boliviano | | M | Chofer | 06/01/2013 | | | 1200 | | | | | | | | | | | | | | | | |

Para el llenado de la planilla de sueldo es necesario recurrir al llenado de las siguientes planillas: planilla de aporte patronal y beneficios sociales, planilla de subsidio y planilla tributaria. (VER ANEXO 20)

CUADRO 56: PROYECCIÓN; PLANILLA DE SALARIOS “SERVI HOUSE”

| CARGO | SALARIO AÑO 1 | SALARIO AÑO 2 | | | SALARIO AÑO 3 | | | SALARIO AÑO 4 | | | SALARIO AÑO 5 | | |
|----------------------------------|---------------|--------------------|---------------------|------------------|--------------------|---------------------|------------------|--------------------|---------------------|------------------|--------------------|---------------------|------------------|
| | | BONO DE ANTIGÜEDAD | INCREMENTO SALARIAL | TOTAL SALARIO | BONO DE ANTIGÜEDAD | INCREMENTO SALARIAL | TOTAL SALARIO | BONO DE ANTIGÜEDAD | INCREMENTO SALARIAL | TOTAL SALARIO | BONO DE ANTIGÜEDAD | INCREMENTO SALARIAL | TOTAL SALARIO |
| Gerente General | 26000 | 210 | 28080 | 28290 | 227 | 30553,15 | 30780,15 | 245 | 33242,56 | 33487,56 | 582 | 36166,56 | 36748,56 |
| Supervisor Técnico | 23400 | 210 | 25272 | 25482 | 227 | 27520,56 | 27747,56 | 245 | 29967,36 | 30212,36 | 582 | 32629,35 | 33211,35 |
| Asistente Administrativo | 19500 | 210 | 21060 | 21270 | 227 | 22971,60 | 23198,60 | 245 | 25054,49 | 25299,49 | 582 | 27323,45 | 27905,45 |
| Operario de Limpieza | 62400 | 210 | 67392 | 67602 | 227 | 73010,16 | 73237,16 | 245 | 79096,13 | 79341,13 | 582 | 85688,42 | 86270,42 |
| Operario en Plomería | 10400 | 210 | 11232 | 11442 | 227 | 12357,36 | 12584,36 | 245 | 13591,11 | 13836,11 | 582 | 14943,00 | 15525,00 |
| Operario en Cerrajería | 10400 | 210 | 11232 | 11442 | 227 | 12357 | 12584 | 245 | 13591 | 13836 | 582 | 14943 | 15525 |
| Operario en Pintura | 7800 | 210 | 8424 | 8634 | 227 | 9325 | 9552 | 245 | 10316 | 10561 | 582 | 11406 | 11988 |
| Operario en Jardinería y Piscina | 7800 | 210 | 7800 | 8010 | 227 | 8010 | 8237 | 245 | 8237 | 8482 | 582 | 8482 | 9064 |
| Chofer | 15600 | 210 | 15600 | 15810 | 227 | 15810 | 16037 | 245 | 16037 | 16282 | 582 | 16282 | 16864 |
| TOTAL | 183300 | 1889,95 | 196092 | 197981,95 | 2043 | 211914,91 | 213957,91 | 2205 | 229132,62 | 231337,62 | 5238 | 247863,51 | 253101,51 |

Nota: En la proyección de sueldos y salarios se tomo en cuenta las cargas sociales en relación al aguinaldo y el bono de antigüedad debido a que se cuenta con esta información. El bono de antigüedad y el salario tiene un incremento de 8%.¹

“SERVI HOUSE” SRL Empresa de servicio de Limpieza y Mantenimiento para hogares de la ciudad de Tarija estima que en el lapso de 5 años deberá pagar salarios a su personal aproximadamente 253.101,51.-Bs.

¹ BOLIVIA. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas. Art.PDF.Pág.2. 2013

6.3. MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN

6.3.1. FORMA LEGAL

“SERVI HOUSE” S.R.L. será una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) que estará constituida por dos socias que se mencionan a continuación:

✚ Benitez Nieves Rosaura Manuela

✚ Jerez Zoto María Cristina

6.3.2. OBLIGACIONES FISCALES

Para establecer una empresa de alto desempeño competitivo es necesario ser reconocido por el marco institucional que regula la actividad empresarial.

La formalidad consiste en 6 pasos, cada uno en una institución específica y de acuerdo a la constitución legal de su empresa.

PASOS:

1. FUNDEMPRESA
2. SIN
3. ALCALDÍA MUNICIPAL
4. CAJA DE SALUD
5. AFP'S
6. MINISTERIO DE TRABAJO

6.3.2.1. Fundempresa

Otorga la Matrícula de Comercio para adquirir la calidad de comerciante con reconocimiento legal del Estado y así desarrollar las actividades empresariales.

Requisitos:

- ✚ Testimonio de Constitución
- ✚ Publicación de Testimonio de Constitución
- ✚ Acta de Fundación
- ✚ Carta Poder del Representante Legal
- ✚ Balance de Apertura
- ✚ Formulario de Declaración Jurada No 0020 de FUNDEEMPRESA debidamente llenado
- ✚ Fotocopia de C.I. Representante Legal
- ✚ Certificado de Matricula en el Registro

6.3.2.2. Servicio de Impuestos Nacionales

Inscribe al Padrón Nacional de Contribuyentes para la obtención del NIT que es el número de identificación tributaria para estar registrado y poder funcionar legalmente.

Requisitos:

- ✚ Testimonio de Constitución
- ✚ Carta Poder
- ✚ Fotocopia de C. I. del Gerente o Representante Legal
- ✚ Fotocopia de C.I. de los Socios
- ✚ Balance de Apertura
- ✚ Fotocopia de la Factura de Luz del Gerente o Representante Legal.
- ✚ Fotocopia de la Factura de Luz del Domicilio de la Empresa.
- ✚ NIT
- ✚ Publicación de Escritura de Constitución.

6.3.2.3. Alcaldía Municipal

Autoriza la apertura de una actividad económica para obtener la autorización mediante la Licencia de F-401. Funcionamiento Municipal, de conformidad a la declaración jurada

Requisitos:

- ✚ Testimonio de Constitución
- ✚ Fotocopia de C.I. del Represente Legal o Gerente
- ✚ Carta poder
- ✚ Fotocopia del formulario de FUNDEMPRESA
- ✚ Balance de Apertura
- ✚ Fotocopia del NIT
- ✚ Formulario Único de Declaración Jurada de Inspección
- ✚ Licencia de Funcionamiento
- ✚ Padrón Municipal
- ✚ Croquis del Ambiente o Local
- ✚ Ultima Factura de Luz del Local

6.3.2.4. Caja Nacional De Salud

Afilia al empleador y al trabajador a la Caja Nacional de Salud para que el personal de la empresa acuda en caso de enfermedades y accidentes comunes que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral ni las condiciones de trabajo.

Requisitos para empresas:

- ✚ Form. AVC-01 (Vacío)
- ✚ Form. AVC-02 (Vacío)
- ✚ Form. RCI-1A (Vacío)
- ✚ Solicitud dirigida al JEFE DEPTO. NAL. AFILIACIÓN.
- ✚ Fotocopia C.I. del responsable o Representantes Legal.
- ✚ Fotocopia NIT.
- ✚ Balance de Apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS (fotocopia).
- ✚ Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado).
- ✚ Nomina del personal con fecha de nacimiento.
- ✚ Croquis de ubicación de la Empresa.

- ✚ Examen Pre - Ocupacional (100.- Bs. por trabajador).

Requisitos para afiliación del trabajador:

- ✚ Formulario Avc-04 "Sellado y firmado por la empresa".
- ✚ Formulario Avc-05 (no llenar).
- ✚ Fotocopia cédula de identidad del trabajador.
- ✚ Certificado de nacimiento (original y computarizado) o libreta de servicio militar
- ✚ Última Papeleta de pago o planilla de sueldos sellado por cotizaciones

6.3.2.5. Administradora De Fondo De Pensiones

Registra en el Seguro Social Obligatorio de largo plazo – SSO para el bienestar de los empleados de la empresa con pensiones justas y dignas.

Requisitos:

- ✚ Testimonio de constitución.
- ✚ Nómina de trabajadores.
- ✚ Carta poder.
- ✚ Fotocopia C.I. del Representante Legal.
- ✚ Fotocopia De NIT.
- ✚ Fotocopia De Registro.
- ✚ Fotocopia de identidad de los socios.
- ✚ Formulario De Inscripción Del Empleador.
- ✚ Formulario De Pago De Contribución.

6.3.2.6. Ministerio De Trabajo

Registra como empleador ante el MTEPS y obtener el Certificado de Inscripción en el Registro para que este autorizado y pueda hacer uso de la utilización del Libro de Asistencia y/o Sistema Alternativo de Control de Personal así como la apertura del Libro de Accidentes.

Requisitos:

- ✚ Testimonio de Constitución
- ✚ Carta Poder
- ✚ Fotocopia de NIT
- ✚ Fotocopia de la Licencia de Funcionamiento
- ✚ Resumen trimestral de accidentes de Trabajo
- ✚ Croquis
- ✚ Kardex Nacional
- ✚ Planilla de sueldos
- ✚ Fotocopia de contratos de trabajo
- ✚ Fotocopias de carnet de los empleados
- ✚ Balance de apertura
- ✚ Certificado de Inscripción

6.3.3. PRESUPUESTO DE GASTO DE ORGANIZACIÓN

La empresa recurrirá a ciertos gastos para cumplir con las obligaciones fiscales como se muestra a continuación:

CUADRO 57: PRESUPUESTO DE GASTO DE ORGANIZACIÓN

| OBLIGACIONES FISCALES | PRESUPUESTO |
|------------------------------|--------------------|
| FUNDEMPRESA | 455 |
| SIN | 200 |
| ALCALDÍA MUNICIPAL | 50 |
| CAJA DE SALUD | 100 |
| AFP'S | 50 |

| | |
|------------------------------|---------------------|
| MINISTERIO DE TRABAJO | 100 |
| TOTAL | <u>955.-</u> |

CAPITULO VII
PLAN FINANCIERO

7.1. OBJETIVOS DEL ÁREA FINANCIERA

- ✚ Determinar la factibilidad económica y financiera de la empresa para un periodo de cinco años.
- ✚ Llevar ordenadamente las cuentas de la empresa.
- ✚ Proyectar el Flujo de Caja para un periodo de 5 años y obtener rentabilidad.
- ✚ Determinar los indicadores de Evaluación del Proyecto.

7.2. SISTEMA CONTABLE DE LA EMPRESA

7.2.1. CONTABILIDAD DE LA EMPRESA

La contabilidad de la empresa “SERVI HOUSE” SRL responderá a los requerimientos de la administración, brindando información para que esta pueda ser llevada a cabo eficientemente. El encargado de esta función es el Gerente General de la empresa.

7.2.2. CATÁLOGO DE CUENTAS

La empresa “SERVI HOUSE” SRL utilizará una guía descriptiva que permita determinar la función y uso de cada uno de las cuentas contables, la misma facilitara el desempeño de las actividades en forma eficiente y proporcione información financiera acertada para la toma de decisiones dentro de la organización:

CATÁLOGO DE CUENTAS
CUENTAS DE BALANCE GENERAL

ACTIVO:

ACTIVO CORRIENTE (CIRCULANTE)

Disponible

CUENTA

CAJA CHICA

''

CAJA MONEDA NACIONAL (MN)

Subcuenta

Boliviano (Bs)

CUENTA

BANCOS MONEDA NACIONAL (MN)

Subcuenta

Banco Mercantil

''

Banco de Crédito

CUENTA

DEPOSITOS EN CAJA DE AHORROS

Subcuenta

Banco Mercantil

''

Banco de Crédito

CUENTA

DEPOSITO A PLAZO FIJO

''

Exigible

CUENTA

DOCUMENTOS POR COBRAR

''

ANTICIPOS SOBRE SUELDO

''

PRESTAMOS AL PERSONAL

''

DEUDORES CON CARGO DE CUENTA DOCUMENTADA

Realizable

CUENTA

INVENTARIO DE MERCADERIAS

''

MERCADERIAS EN TRANSITO

''

ACTIVO NO CORRIENTE

Inversiones

''

ACCIONES

''

BONOS

Activo Fijo

''

TERRENOS

''

MUEBLES Y ENSERES (de OFICINA)

''

**(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA MUEBLES Y
ENSERES**

''

MAQUINARIAS (en general)

''

(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA MAQUINARIAS

''

EQUIPO E INSTALACIONES

''

**(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPOS E
INSTALACIONES**

''

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

''

(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA COMPUTACIÓN

''

VEHICULOS

| | |
|-----------|--|
| '' | (-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA VEHICULOS |
| -- | <u>Activo Intangible</u> |
| CUENTA | PATENTES |
| -- | <u>Otros Activos</u> |
| -- | <u>Diferido</u> |
| CUENTA | INVENTARIO DE MATERIALES DE ESCRITORIO |
| '' | PRIMA DE SEGUROS PAGADOS POR ADELANTADO |
| '' | GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN |
| -- | <u>Cuentas Complementarias del Activo</u> |
| '' | DEPRECIACION ACUMULADA ACTIVOS FIJOS |
| '' | AMORTIZACIÓN ACUMULADA GASTOS DE |
| '' | ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN |
| '' | PREVISIÓN PARA CUENTAS INCOBRABLES |
| -- | <u>PASIVO Y PATRIMONIO</u> |
| CUENTA | <u>Pasivo Corriente (o Circulante)</u> |
| -- | <u>Exigible</u> |
| CUENTA | PRESTAMOS BANCARIOS EN CUENTAS CORRIENTES |
| | POR PAGAR O ADELANTOS EN CUENTAS |
| | CORRIENTES VIGENTES |
| Subcuenta | Banco Mercantil |
| CUENTA | PRESTAMOS BANCARIOS POR PAGAR |
| Subcuenta | Banco Mercantil |
| CUENTA | TARJETA DE CRÉDITO |
| '' | DEBITO FISCAL (IVA) |
| '' | IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES POR PAGAR |
| '' | IMPUESTO SOBRE LAS UTILIDADES DE LAS |
| '' | EMPRESAS POR PAGAR |
| '' | RETENCIONES TRIBUTOS FISCALES POR PAGAR |
| Subcuenta | RC-IVA Alquileres |
| '' | RC-IVA Viáticos y gastos de representación |
| '' | RC-IVA por intereses |
| '' | I.T. por compra de bienes IUE |
| '' | I.T. Por compra de Bienes |
| CUENTA | SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR |
| '' | RETENCIONES JUDICIALES POR PAGAR |
| '' | RETENCIONES SOBRE SUELDOS POR PAGAR |
| '' | COTIZACIONES PATRONALES SOBRE SUELDOS POR |
| '' | PAGAR |
| '' | OTRAS CARGAS SOCIALES SOBRE SUELDOS POR |
| '' | PAGAR PROVISIONES PARA AGUINALDOS |
| -- | <u>Créditos Diferidos</u> |

| | |
|-----------|--|
| CUENTA | INTERESES COBRADOS POR ADELANTADO |
| -- | <u>PASIVO NO CORRIENTE</u> |
| -- | <u>Exigible (a Largo Plazo)</u> |
| CUENTA | HIPOTECAS SOBRE PRESTAMOS POR PAGAR (más de un año) |
| -- | <u>Previsiones (a Largo Plazo)</u> |
| CUENTA | HIPOTECAS PARA BENEFICIOS SOCIALES |
| -- | <u>Capital Contable (o Patrimonio)</u> |
| CUENTA | CAPITAL |
| -- | AJUSTE DE CAPITAL |
| -- | UTILIDAD |
| -- | PERDIDA |
| -- | <u>Cuentas de Orden</u> |
| CUENTA | COMITES Y CONSIGNANTES |
| -- | CUENTAS DE RESULTADOS |
| -- | <u>INGRESOS</u> |
| -- | <u>Ingresos de Operación</u> |
| CUENTAS | VENTAS |
| -- | DEVOLUCION SOBRE VENTAS |
| -- | DESCUENTOS SOBRE COMPRAS POR PRONTO PAGO |
| -- | REBAJAS SOBRE COMPRAS |
| -- | <u>Otros Ingresos</u> |
| -- | COMISIONES GANADAS |
| -- | INTERESES PERCIBIDOS O INTERÉSES GANADOS |
| -- | RESULTADO POR EXPOSICIÓN A LA INFLACIÓN |
| -- | EGRESOS |
| -- | <u>Costo de la Mercadería Vendida</u> |
| CUENTA | INVENTARIO INICIAL |
| -- | COMPRAS |
| Subcuenta | (+) Gastos incurridos en compras |
| -- | Mercaderías |
| -- | Fletes sobre Compras |
| CUENTA | DEVOLUCIONES SOBRE COMPRAS |
| -- | REBAJAS SOBRE VENTAS |
| -- | DESCUENTOS SOBRE VENTAS POR PRONTO PAGO |
| -- | INVENTARIO FINAL DE MERCADERÍAS |
| -- | <u>GASTOS DE OPERACIÓN</u> |
| Subcuenta | Derechos |
| CUENTA | ALQUILERES DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES O ALQUILERES |
| -- | AMORTIZACIÓN PATENTES |

| | |
|-----------|---|
| -- | Remuneración al Factor Trabajo |
| CUENTA | SUELDOS Y SALARIOS |
| -- | AGUINALDOS |
| -- | CARGAS SOCIALES PARA AGUINALDO |
| -- | PRIMAS SOBRE UTILIDADES |
| -- | GASTOS Y CONTRIBUCIONES LABORALES |
| Subcuenta | Asistencia Médica y Sanitaria |
| CUENTA | VACACIONES PAGADAS |
| -- | GASTOS DE MOVILIDAD (personal dependiente) |
| -- | Gastos por Servicios |
| CUENTA | CARGAS SOCIALES SOBRE SUELDOS |
| Subcuenta | Caja Nacional de Salud (C.N.S) |
| -- | Riesgos profesionales S.S.O. (AFP´s) |
| CUENTA | OTRAS CARGAS SOCIALES SOBRE SUELDOS |
| Subcuenta | Subsidio Prenatal |
| -- | Subsidio de Natalidad |
| -- | Subsidio de Lactancia |
| -- | Subsidio de Sepelio |
| CUENTA | PASAJES Y VIATICOS |
| Subcuenta | Pasajes |
| -- | Viáticos |
| CUENTA | GASTOS DE REPRESENTACIÓN |
| -- | REMUNERACIONES A DIRECTORES Y SINDICOS |
| -- | HONORARIOS PROFESIONALES |
| -- | Gastos por Servicios Financieros |
| CUENTA | GASTOS DE FINANCIACIÓN |
| -- | PRIMAS DE SEGUROS VENCIDOS |
| -- | IMPUESTOS MUNICIPALES |
| Subcuenta | Impuesto a la Propiedad de Bienes y Vehículos |
| -- | (Bienes Inmuebles) |
| -- | Impuesto Municipal a las Transferencias |
| -- | (Bienes Inmuebles) |
| -- | (Vehículos Automotores) |
| -- | Tasas y Patentes Municipales |
| CUENTA | TRIBUTOS FISCALES |
| Subcuenta | Impuesto a las Sucesiones y Transmisiones Gratuitas de Bienes |
| CUENTA | INTERESES Y MANTENIMIENTO DE VALOR |
| Subcuenta | TRIBUTOS FISCALES |
| Subcuenta | (Debito Fiscal) |
| -- | (Impuesto a las Transacciones) |
| -- | Impuesto a las Transacciones (menos el Impuesto pagado a las |

| | |
|---------------|--|
| | Utilidades) |
| -- | Gastos Operativos |
| CUENTA | GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS |
| Subcuenta | Comisiones |
| -- | Donaciones y Obsequios |
| -- | Fletes sobre Ventas |
| -- | Fotocopias |
| -- | Gastos de Comunicación |
| -- | Gastos Judiciales y Legales |
| -- | Material de Escritorio |
| -- | Gastos Promoción |
| -- | Gastos de Publicidad |
| -- | Servicio de Agua |
| -- | Combustibles y Lubricantes |
| -- | Fletes por Devolución sobre Compras |
| -- | Descarguo por Devolución sobre Compras |
| CUENTA | GASTOS GENERALES |
| -- | SERVICIOS BASICOS |
| -- | COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES |
| -- | GASTOS DE PROMOCIÓN |
| -- | GASTOS DE PUBLICIDAD |
| -- | AJUSTE POR INFLACIÓN Y TENENCIA DE BIENES O RESULTADOS POR EXPOSICIÓN A LA INFLACIÓN (Saldo deudor) |
| -- | CARGAS SOCIALES PARA INDEMNIZACIONES |
| -- | BENEFICIOS SOCIALES (indemnizaciones) |
| -- | DESAHUCIO |
| -- | PERDIDA CREDITOS INCOBRABLES |
| -- | DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS |
| Subcuenta | Depreciación Edificios |
| -- | Depreciación Muebles y Enseres |
| -- | Depreciación Vehículos |
| -- | Depreciación Equipos de Computación |
| -- | Amortización de Otros Activos |
| CUENTA | AMORTIZACION GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCIÓN |
| -- | REPARACIONES ORDINARIAS DE ACTIVOS FIOS O MANTENIMIENTO Y REPARACIONES |
| Subcuenta | Reparaciones y Mantenimiento de Vehículos |
| -- | Reparaciones Equipos de Computación |
| -- | Reparaciones Muebles y Enseres |

| | |
|-----------|---|
| CUENTA | PERDIDAS DE CAPITAL |
| '' | Caja Efectivo |
| '' | Inventario de Mercaderías |
| '' | (baja de activos Fijos) |
| '' | Muebles y Enseres |
| '' | Vehículos |
| '' | Equipo de Computación |
| CUENTA | OBSOLESCENCIA Y DESUSO |
| Subcuenta | Inventario de Mercaderías (rotas, pasadas, picadas, etc.) |
| '' | (Baja de Activos Fijos) |
| CUENTA | PERDIDA EN VENTA DE ACTIVOS FIJOS |
| Subcuenta | Muebles y Enseres |
| '' | Vehículos |
| '' | Herramientas |
| '' | Equipos de Computación |
| CUENTA | IMPUESTOS FISCALES INDIRECTOS |
| '' | IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES ANTICIPADAS |
| | (por pago del IUE) |
| '' | RETIROS PERSONALES (del dueño o socios en efectivo |
| | para gastos particulares) |
| '' | BIENES RETIRADOS Y CONSUMOS PARTICULARES |
| | (del dueño o socios en mercaderías y activos fijos para uso |
| | particular) |
| | Conceptos No Deducibles “En el Impuesto sobre Utilidades de las Empresas” |
| CUENTA | RETIROS PERSONALES (del dueño o socios en efectivos |
| | para gastos particulares) |
| '' | IMPUESTO A LAS TRANSACCIONES ANTICIPADAS |
| | (por pago IUE) o IMPUESTO SOBRE LAS UTILIDADES |
| | DE LAS EMPRESAS |
| '' | MULTA POR MORA TRIBUTOS FISCALES |
| '' | PERDIDA EN COMPENSACION IUE |
| '' | SUELDOS Y SALARIOS (sin retención del RC-IVA) |
| '' | ALQUILER DE EDIFICIOS POR PREVISIÓN |
| '' | DEPRECIACIÓN DE REVALUOS TECNICOS |
| '' | BENEFICIOS SOCIALES (pagadas sin previsión de gestiones |
| | anteriores al último año pago, sólo es deducible de la última |
| | gestión): |

7.3. COSTO TOTAL Y UNITARIO

Para el cálculo del costo total y unitario se utilizó la clasificación de costos de acuerdo a su comportamiento con relación al volumen de actividad; es decir, su variabilidad: costos fijos y costos variables.

$$\text{Costo total} = \text{Costo fijo} + \text{Costo variable}$$

En el siguiente cuadro se muestra los resultados del costo Total que es: Bs.- 437.642 para producir 4.056 servicios de limpieza que se expresan en el plan de ventas en relación a la cantidad (ver cuadro 37).

CUADRO 58: COSTO TOTAL

| Nº | DETALLE | COSTO/AÑO |
|-----------|---------------------------|------------------|
| 1 | COSTO FIJO | 133.777 |
| | Costo de Administración | 12.900 |
| | Costo de comercialización | 7.099 |
| | Costo financiero | 6000 |
| | Amortización Diferida | 191 |
| | Alquiler | 24.000 |
| | Depreciación | 14.687 |
| | Mano de Obra Indirecta | 68.900 |
| 2 | COSTO VARIABLE | 303865 |
| | Materiales | 189465 |
| | Mano de Obra Directa | 114400 |

| | | |
|----------|----------------------------|----------------|
| 3 | TOTAL COSTO | 437.642 |
| | UNIDADES PRODUCIDAS | 4.056 |

✚ Para determinar el Costo Fijo Unitario se recurrió a la siguiente fórmula:

$$\text{Costo Fijo Unitario} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Cantidad Producida}}$$

$$\text{Costo Fijo Unitario} = \frac{133.777}{4.056} = \mathbf{32,9825}$$

✚ Para determinar el Costo Variable Unitario se recurrió a la siguiente fórmula:

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Cantidad Producida}}$$

$$\text{Costo Variable Unitario} = \frac{303865}{4.056} = \mathbf{74,9173}$$

Por lo tanto, se puede observar el Costo fijo Unitario y el Costo Variable Unitario son de 32,9825 y 74,9173 respectivamente por año para la realización de los servicios que pretende ofrecer “SERVI HOUSE” S.R.L. a los hogares de la ciudad de Tarija.

$$\text{Costo Unitario} = \text{Costo Fijo Unitario} + \text{Costo Variable Unitario}$$

$$\text{Costo Unitario} = 32,9825 + 74,9173$$

$$\text{Costo Unitario} = 107,8998$$

Consecuentemente el Costo Unitario para los seis servicios que pretende ofrecer “SERVI HOUSE” S.R.L. es de 107,8998 Bs.

7.3.1. PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES

Para la proyección de los costos anuales se tomó en cuenta la proyección de la planilla de sueldos y salarios (ver cuadro 56), la proyección de plan de ventas (ver cuadro 37) y tasa de inflación del año 2013 que es de 6,3% (permitirá determinar el costo de los materiales, como el gasto de organización, comercialización y el incremento del alquiler).

CUADRO 59: PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES

| N° | DETALLE | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 | AÑO 2018 |
|----------|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1 | COSTO FIJO | 133.777 | 141.708 | 149.069 | 158.166 | 188.062 |
| | Costo de Administración | 12.900 | 13712,70 | 14576,60 | 15494,93 | 16471,11 |
| | Costo de comercialización | 7.099 | 7546,24 | 8021,65 | 8527,01 | 9064,22 |
| | Costo financiero | 6000 | 5017,22 | 2746,98 | 1438,90 | 19139,24 |
| | Amortización Diferida | 191 | 191 | 191 | 191 | 191 |
| | Alquiler | 24.000 | 25512 | 27119,26 | 28827,77 | 30643,92 |
| | Depreciación | 14.687 | 14.687 | 14.687 | 14.687 | 14.687 |
| | Mano de Obra Indirecta | 68.900 | 75042 | 81726,31 | 88999,41 | 97865,37 |
| 2 | COSTO VARIABLE | 303865 | 324341 | 341230 | 359232 | 375866 |
| | Materiales | 189465 | 201401,295 | 208998,5332 | 216893,7 | 233528,18 |
| | Mano de Obra Directa | 114400 | 122940 | 132231,60 | 142338,21 | 142338,21 |
| 3 | TOTAL COSTO | 437.642 | 466.049 | 490.299 | 517.398 | 563.928 |
| | UNIDADES PRODUCIDAS | 4.056 | 4.209 | 4.368 | 4.532 | 4.703 |
| | COSTO UNITARIO | 107,8998 | 110,7269 | 112,2479 | 114,1655 | 119,9082 |

Nota: El requerimiento de los materiales está calculado en base a la cantidad de unidades que se pretende vender en los 5 años y el incremento del costo de los materiales en base a la tasa de inflación.

La proyección de los costos permitió determinar:

✚ El Costo Total para el año 2018 que incrementa a 563.928.- Bs.

✚ El costo unitario para el año 2018, incrementa a 119,9082.- Bs.

7.4. DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA

Para el cálculo del Precio de Venta Unitario sin impuesto, se considera el costo unitario y el margen de utilidad que la empresa pretende obtener: (VER ANEXO 21)

$$\text{Precio de Venta Unitario} = \frac{\text{Costo Unitario}}{(1 - \text{Margen de la Utilidad})}$$

Donde:

Margen de la Utilidad= 25%

CUADRO 60: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

| AÑO | COSTO UNITARIO | MARGEN DE UTILIDAD | PRECIO DE VENTA SIN IMPUESTO |
|------|----------------|--------------------|------------------------------|
| 2014 | 107,8998 | 25% | 143,8664 |
| 2015 | 110,7269 | 25% | 147,6358 |
| 2016 | 112,2479 | 25% | 149,6639 |
| 2017 | 114,1655 | 25% | 152,2206 |
| 2018 | 119,9082 | 25% | 159,8776 |

7.4.1. PRECIO CON FACTURA

Para calcular el precio de Venta Unitario con impuesto (precio de factura), se incluye al precio unitario sin impuesto el Valor Agregado (IVA). Este tributo es una retención que cobra la empresa, pero que pertenece al fisco. (VER ANEXO 22)

$$PV_U \text{ con impuesto} = (PV_U \text{ sin impuesto} * IVA) + PV_U \text{ sin impuesto}$$

Donde:

PV_U con impuesto= Precio de Venta con impuesto

$PV_U \text{ sin impuesto} = \text{Precio de Venta sin impuesto}$

$IVA = 0,1494$

CUADRO 61: PRECIO CON FACTURA

| AÑO | PRECIO DE VENTA S/IMPUESTO | TASA EFECTIVA DEL IVA | PRECIO DE VENTA CON IMPUESTO |
|-------------|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------------------|
| 2014 | 143,8664 | 0,1494 | 165,3600 |
| 2015 | 147,6358 | 0,1494 | 169,6926 |
| 2016 | 149,6639 | 0,1494 | 172,0237 |
| 2017 | 152,2206 | 0,1494 | 174,9624 |
| 2018 | 159,8776 | 0,1494 | 183,7633 |

7.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite a la empresa identificar el nivel de ventas que se necesita para cubrir todos los costos, determinando cuántas unidades hay que producir para que nuestros ingresos cubran los costos totales. Es el punto de partida desde el cual un aumento en las ventas produce una ganancia y una reducción en las ventas genera una pérdida.

Para lo cual se determinara el punto de equilibrio en unidades físicas, monetarias y porcentuales como se muestra continuación:

✚ **Unidades físicas:**

$$Peq = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio de factura} - \text{Costo variable unitario}}$$

Donde:

Costo fijo= 133.777

Precio de factura=165,3600

Costo variable unitario= 74,9173

$$Peq = \frac{133.777}{165,3600 - 74,9179}$$

$$Peq = \frac{133.777}{90,4421}$$

$$Peq = 1479,1348 \approx \mathbf{1479} \text{ servicios al año.}$$

Esto nos muestra que realizando 1479 servicios de limpieza al año en la ciudad de Tarija, la empresa cubre sus costos fijos y variables, los demás servicios producidos van a generar utilidades para la empresa.

✚ **Unidades monetarias:**

Donde:

Precio de venta=165,3600

Unidades producidas 2014= 1479

$$Peq = \text{Precio venta} * \text{unid. producidas}$$

$$Peq = 165,3600 \text{ Bs} * 1479$$

$$Peq = \text{Bs. } 244.589,7975$$

La empresa “SERVI HOUSE” realizando 1479 servicios de limpieza y mantenimiento al año genera ingresos de Bs. 244.589,7975 los mismos que van a cubrir los costos fijos ya variables.

✚ Unidades porcentuales:

Donde:

Costos fijos totales= 133.777

Ventas totales= 670700,3401

$$Peq = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costo variable total}} * 100$$
$$Peq = \frac{133.777}{670700,3401 - 303.865} * 100$$
$$Peq = 36,45\%$$

Finalmente efectuando el cálculo en unidades porcentuales, nos muestra que al realizar el 36,45% de 4.056 servicios que pretende ofrecer la empresa, es decir 1479,1348 \approx 1479 servicios de limpieza y mantenimiento cubren los costos fijos y variables.

El restante 63,32% de los servicios va a generar utilidades.

7.6. PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

Para proyectar los ingresos de la empresa se considero la proyección del plan de ventas para 5 años (ver cuadro 37) y la proyección del precio unitario con factura (ver cuadro 61)

CUADRO 62: PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

| AÑO | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO DE VENTA CON IVA | INGRESOS TOTALES CON IVA |
|-------------|-----------------|---|---------------------------------|
| 2014 | 4056 | 165,3600 | 670700,3401 |
| 2015 | 4209 | 169,6926 | 714236,2391 |
| 2016 | 4368 | 172,0237 | 751399,4526 |
| 2017 | 4532 | 174,9624 | 792929,5703 |
| 2018 | 4703 | 183,7633 | 864238,8204 |

7.7. INGENIERIA FINANCIERA

7.7.1. ESTRUCTURA DEL CAPITAL DEL TRABAJO

El capital de Trabajo se refiere a la inversión de una empresa en activos a corto plazo: efectivo, inventario y cuentas por cobrar¹. La liquidación de las cuentas del capital de trabajo produce el efectivo que “SERVI HOUSE” S.R.L., necesita para pagar las cuentas actuales.

El monto de dinero que se necesita para dar inicio al ciclo operación de la empresa y cubrir los gastos del mismo en su fase de operación se muestra a continuación:

CUADRO N° 63: CAPITAL DE TRABAJO

| CAPITAL DE TRABAJO | COSTO/AÑO |
|----------------------------------|------------------|
| Materiales | 189.465 |
| Mano de obra directa e indirecta | 183.300 |
| Gasto de comercialización | 7.099 |
| Gasto de administración | 12.900 |
| Alquileres | 24.000 |
| TOTAL | 416.764 |

Para el calcular el capital de trabajo se utilizará la siguiente fórmula:

¹ FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA. Besley Scott. Brigham Eugene. Décima Cuarta Edición. Editorial CENGAGE Learning. México. 2009. Pág 554.

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Gasto Total Anual}}{312} * \text{Ciclo de Efectivo}$$

| TOTAL INVERSIONES | |
|--------------------------------------|---------------|
| CONCEPTO | VALOR |
| ACTIVOS FIJOS | |
| Vehículos | 40.000 |
| Maquinaria | 21.500 |
| Herramientas | 8.814 |
| Muebles y Enseres | 6.333 |
| Equipo de Computación | 4.650 |
| TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS | 81.297 |

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{416764}{312} * 26$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 34730.-$$

Nota: La empresa trabaja 312 días año y paga los gastos para el inicio de sus operaciones cada 26 días y realiza su inventario cada 26 días.

7.7.2. REQUERIMIENTO ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLE

CUADRO 64: ACTIVOS FIJOS E INTANGIBLES

COSTOS**MATERIALES/SERVICIO DE LIMPIEZA**

| | |
|---|--------------|
| CANTIDAD DE SERVICIO DE LIMPIEZA (u/año) | 2.496 |
|---|--------------|

| DESCRIPCION | UNIDAD DE MEDICION | COSTO (Bs.) | CANTIDAD POR UNA LIMPIEZA | COSTO POR UNA LIMPIEZA | TOTAL BS/AÑO |
|------------------------|--------------------|--------------|---------------------------|------------------------|-----------------|
| Anti sarro | litro | 3,35 | 0,29 | 0,98 | 2438,8 |
| Aromatizante | litro | 2,5 | 0,58 | 1,46 | 3640 |
| Cera Liquida | litro | 4,25 | 0,29 | 1,24 | 3094 |
| Desinfectante | litro | 9 | 0,42 | 3,75 | 9360 |
| Limpia Vidrios | litro | 3,95 | 0,29 | 1,15 | 2875,6 |
| Cloro | litro | 6,25 | 0,29 | 1,82 | 4550 |
| Productos Lavavajillas | litro | 1,88 | 0,13 | 0,24 | 586,56 |
| Aceite Embellecedor | litro | 3,73 | 0,29 | 1,09 | 2715,44 |
| Franela | u | 16 | 1,67 | 26,67 | 66560 |
| Esponja | u | 3 | 1,67 | 5,00 | 12480 |
| Bolsa Plástica | u | 0,4 | 2,33 | 0,93 | 2329,6 |
| Pastilla ambiental | u | 7,8 | 2 | 15,60 | 38937,6 |
| TOTAL | | 62,11 | 10,25 | 59,92 | 149567,6 |

MATERIALES/SERVICIO DE PLOMERIA

| | |
|--|------------|
| CANTIDAD DE SERVICIO PLOMERIA (u/año) | 312 |
|--|------------|

| DESCRIPCION | UNIDAD DE MEDICION | COSTO (Bs.) | CANTIDAD UN SERVICIO | COSTO POR UN SERVICIO | TOTAL BS/AÑO |
|--------------|--------------------|-------------|----------------------|-----------------------|--------------|
| Cintas PVC | rollo | 6 | 1 | 6 | 1872 |
| Pegamento | 237 ml | 60 | 1 | 60 | 18720 |
| TOTAL | | 66 | 2 | 66 | 20592 |

MATERIALES/SERVICIO DE PINTURA

| | |
|---|------------|
| CANTIDAD DE SERVICIO PINTURA (u/año) | 312 |
|---|------------|

| DESCRIPCION | UNIDAD DE | COSTO | CANTIDAD | COSTO POR | TOTAL |
|-------------|-----------|-------|----------|-----------|-------|
|-------------|-----------|-------|----------|-----------|-------|

| | MEDICION | (Bs.) | UN SERVICIO | UN SERVICIO | BS/AÑO |
|-----------------------|--------------|-----------|-------------|-------------|--------------|
| Lijas 40 a 50 grano | metro lineal | 7 | 1 | 7 | 2184 |
| lijas 60 a 80 grano | metro lineal | 10 | 1 | 10 | 3120 |
| Lijas 100 a 120 grano | metro lineal | 13 | 1 | 13 | 4056 |
| Lijas 150 a 180 grano | metro lineal | 15 | 1 | 15 | 4680 |
| TOTAL | | 45 | 4 | 45 | 14040 |

MATERIALES/MANTENIMIENTO DE PISCINA

| | |
|--|------------|
| CANTIDAD MANTENIMIENTO DE PISCINA (u/año) | 312 |
|--|------------|

| DESCRIPCION | UNIDAD DE MEDICION | COSTO (Bs.) | CANTIDAD UN SERVICIO | COSTO POR UN SERVICIO | TOTAL BS/AÑO |
|--------------------|--------------------|-------------|----------------------|-----------------------|--------------|
| Cloro Granulado | 5 kg | 54 | 1/4 | 13,50 | 4212 |
| Cloro en Pastillas | 5 kg | 27 | 1/8 | 3,38 | 1053 |
| TOTAL | | 81 | 0 | 16,88 | 5265 |

| | |
|--------------------------------------|---------------|
| TOTAL COSTO DE MATERIALES/AÑO | 189465 |
| TOTAL COSTO DE MATERIALES/MES | 15789 |

| DEPRECIACION Y VALOR RESIDUAL | | | | |
|--------------------------------------|---------------|-----------|--------------|------------------|
| CONCEPTO | MONTO | VIDA UTIL | DEPRECIACION | VALORES EN LIBRO |
| MUEBLES Y ENSERES | 6.333 | 10 | 633,3 | 3166,5 |
| MAQUINARIA | 21.500 | 8 | 2687,5 | 8062,5 |
| VEHICULO | 40.000 | 5 | 8000 | 0 |
| HERRAMIENTA | 8.814 | 4 | 2203,5 | -2203,5 |
| EQUIPO DE CIMPUTACION | 4.650 | 4 | 1162,5 | -1162,5 |
| TOTAL | 81.297 | | | 11229 |

7.7.3. ESTRUCTURA DE INVERSIONES

Las inversiones se descomponen en inversión fija, diferida y capital de trabajo:

- ✚ **Inversión Fija;** se caracteriza por su materialidad y está sujeta en su mayor parte a la depreciación.
- ✚ **Inversión diferida;** se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos o servicios adquiridos para el estudio e implementación del proyecto.
- ✚ **Capital de trabajo;** es el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto y cubrir los gastos del proyecto en su fase de preparación.

CUADRO 65: ESTRUCTURA DE INVERSIÓN, EXPRESADO EN BOLIVIANOS

| ESTRUCTURA DE INVERSIÓN | |
|--------------------------------|-------------------|
| CONCEPTO | TOTAL (Bs) |
| INVERSION FIJA | 81.297 |
| Muebles y enseres | 6.333 |
| Maquinarias | 21.500 |
| Vehículo | 40.000 |
| Herramientas | 8.814 |
| Equipo de computación | 4.650 |
| INVERSION DIFERIDA | 955 |
| Gastos de organización | 955 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 34.730.- |
| TOTAL | 116.982 |

7.7.4. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Las fuentes de financiamiento a las cuales la empresa “SERVI HOUSE” S.R.L., accederá para el financiamiento de actividades son: fuentes internas que conforman el aporte social de la empresa (se tiene dos socias que son las emprendedoras) que abordan el 43% del total de la inversión requerida, el resto de recursos necesarios 57 % será financiado por fuentes externas “BANCO MERCANTIL SANTA CRUZ” a una tasa del 10% a anual a un plazo de cinco años.

7.7.5. BALANCE DE APERTURA

"SERVI HOUSE" S.R.L.
BALANCE DE APERTURA
AL 06 DE ENERO DEL 2014
(EXPRESADO EN BOLIVIANOS)

| | | | |
|---------------------------------------|-------------------------|--|-------------------------|
| ACTIVO | 32730,33 | PASIVO Y PATRIMONIO | |
| Activo corriente | | PASIVO CORRIENTE | |
| activo disponible | | PASIVO A LARGO PLAZO | 66982,33 |
| Caja M/N | 16.941,58 | | |
| activo realizable | | | |
| Inventario de materiales | 15.788,75 | | |
| Activo Fijo | 81.297,00 | | |
| Muebles y Enseres | 6.333,00 | PATRIMONIO NETO | |
| Maquinarias | 21.500,00 | CAPITAL SOCIAL | 50000,00 |
| Vehículo | 40.000,00 | MARIA CRISTINA JEREZ ZOTO | 25000,00 |
| Herramientas | 8.814,00 | ROSAURA BENITEZ NIEVES | 25000,00 |
| Equipo de Computación | 4.650,00 | | |
| Otros Activo | 2955,00 | | |
| Gastos de Organización y Constitución | 955,00 | | |
| Alquiler pagado por adelantado | 2.000,00 | | |
| TOTAL ACTIVO | <u>116982,33</u> | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | <u>116982,33</u> |

Tarija, 06 de Enero de 2014

PROPIETARIO

CONTADOR GENERAL

7.7.6. ESTRUCTURA DE INVERSION Y FINANCIERA

CUADRO 66: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

| ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO | | | |
|-------------------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------|
| CONCEPTO | APORTE SOCIO(Bs) | PRÉSTAMO (Bs) | TOTAL (Bs) |
| INVERSION FIJA | 34.748 | 46.549 | 81.297 |
| Muebles y Enseres | 2.707 | 3.626 | 6.333 |
| Maquinarias | 9.189 | 12.311 | 21.500 |
| Vehículo | 17.097 | 22.903 | 40.000 |
| Herramientas | 3.767 | 5.047 | 8.814 |
| Equipo de Computación | 1.987 | 2.663 | 4.650 |
| INVERSION DIFERIDA | 2.234 | 547 | 955 |
| Gastos de Organización | 234 | 547 | 955 |
| CAPITAL DE TRABAJO | 14.844 | 19.886 | 34.730 |
| Materiales | 80.980 | 108.485 | 189465 |
| Mano de Obra Directa e Indirecta | 78.345 | 104.955 | 183300 |
| Gasto de Comercialización | 3.034 | 4.065 | 7099 |
| Gasto de Administración | 5.514 | 7.386 | 12900 |
| Alquileres | 10.258 | 13.742 | 24000 |
| TOTAL | 50.000 | 66.982 | 116.982 |
| PORCENTAJE | 43% | 57% | 100% |

CUADRO 67: MONTO A INVERIR DE SOCIOS

| MONTO A INVERTIR POR SOCIA | |
|-----------------------------------|-----------------|
| María Cristina Jerez Zoto | 25.000.- |
| Rosaura Benitez Nieves | 25.000.- |
| TOTAL Bs. | 50.000.- |

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| Cliente: | "SERVI HOUSE" S.R.L. |
| Capital: | 66982 Bolivianos |
| Plazo: | 5 Años |
| Gracia: | 0 Días |
| Tasa: | 10% |

CUADRO N 68: CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA
(Expresado en Bolivianos)

| Nº | Pago Anual | Interés | Amortización | Saldo |
|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|
| | | | | 66982 |
| 1 | 17670 | 6698 | 10972 | 56011 |
| 2 | 17670 | 5601 | 12069 | 43942 |
| 3 | 17670 | 4394 | 13276 | 30667 |
| 4 | 17670 | 3067 | 14603 | 16063 |
| 5 | 17670 | 1606 | 16063 | 0 |
| TOTAL | 88349 | 21367 | 66982 | |

7.8. ESTADO DE RESULTADOS

Con el objetivo de divisar con más precisión el panorama económico y financiero de la futura empresa, se realizó el Estado de Resultados que contempla los ingresos generados por las ventas proyectadas y los gastos en que incurrirá la empresa.

Es importante considerar el Estado de Resultados con financiamiento, ya que los intereses constituyen un gasto adicional; como así también se debe considerar el Estado de Resultados sin financiamiento, debido a que el importe a las utilidades varía en ambos casos.

Teniendo en cuenta estos puntos, se muestra a continuación la rentabilidad de la empresa durante un periodo de 5 años:

CUADRO 69: ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO**"SERVI HOUSE" S.R.L.****ESTADOS DE RESULTADOS**

| DETALLE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| INGRESO TOTAL | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 864239 |
| Ingresos por Ventas | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 864239 |
| COSTO TOTAL | 437642 | 466049 | 490299 | 517398 | 563928 |
| Costo fijo | 133777 | 141708 | 149069 | 158166 | 188062 |
| Costo de Administración | 12900 | 13713 | 14577 | 15495 | 16471 |
| Costo de Comercialización | 7099 | 7546 | 8022 | 8527 | 9064 |
| Costo financiero | 6000 | 5017 | 2747 | 1439 | 19139 |
| Amortización Diferida | 191 | 191 | 191 | 191 | 191 |
| Alquiler | 24000 | 25512 | 27119 | 28828 | 30644 |
| Depreciación | 14687 | 14687 | 14687 | 14687 | 14687 |
| Mano de Obra Indirecta | 68900 | 75042 | 81726 | 88999,41 | 97865 |
| Costo Variable | 303865 | 324341 | 341230 | 359232 | 375866 |
| Materiales | 189465 | 201401 | 208999 | 216894 | 233528 |
| Mano de Obra Indirecta | 114400 | 122940 | 132232 | 142338 | 142338 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO | 233059 | 248187 | 261101 | 275532 | 300311 |
| Impuestos a las Transacciones | 20121 | 21427 | 22542 | 23788 | 25927 |
| UTILIDAD IMPONIBLE | 212938 | 226760 | 238559 | 251744 | 274383 |
| Impuesto a las Utilidades (25%) | 53234 | 56690 | 59640 | 62936 | 68596 |
| UTILIDAD CONTABLE | 159703 | 170070 | 178919 | 188808 | 205788 |

CUADRO 70: ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIAMIENTO


"SERVI HOUSE" S.R.L. ESTADOS DE RESULTADOS

| DETALLE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| INGRESO TOTAL | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 864239 |
| Ingresos por Ventas | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 864239 |
| COSTO TOTAL | 431642 | 461032 | 487552 | 515959 | 544789 |
| Costo fijo | 127777 | 136691 | 146322 | 156727 | 168923 |
| Costo de Administración | 12900 | 13713 | 14577 | 15495 | 16471 |
| Costo de Comercialización | 7099 | 7546 | 8022 | 8527 | 9064 |
| Amortización Diferida | 191 | 191 | 191 | 191 | 191 |
| Alquiler | 24000 | 25512 | 27119 | 28828 | 30644 |
| Depreciación | 14687 | 14687 | 14687 | 14687 | 14687 |
| Mano de Obra Indirecta | 68900 | 75042 | 81726 | 88999,41 | 97865 |
| Costo Variable | 303865 | 324341 | 341230 | 359232 | 375866 |
| Materiales | 189465 | 201401 | 208999 | 216894 | 233528 |
| Mano de Obra Indirecta | 114400 | 122940 | 132232 | 142338 | 142338 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO | 239059 | 253204 | 263848 | 276971 | 319450 |
| Impuestos a las Transacciones | 20121 | 21427 | 22542 | 23788 | 25927 |
| UTILIDAD IMPONIBLE | 218938 | 231777 | 241306 | 253183 | 293523 |
| Impuesto a las Utilidades (25%) | 54734 | 57944 | 60326 | 63296 | 73381 |
| UTILIDAD CONTABLE | 164203 | 173833 | 180979 | 189887 | 220142 |

Como se pudo observar, las utilidades de la empresa son positivas en ambos casos desde el año 2014 con cantidades razonables y con perspectiva a crecer, lo que significa atractivo para los socios.

7.9. FLUJO DE CAJA

Se calcularon dos tipos de flujo de caja:

-  **Flujo económico proyectado;** que se basa en la situación hipotética de que la empresa no tendrá financiamiento externo, por lo que se considera que la inversión total del proyecto será aporte de las socias.

- ✚ **Flujo financiero proyectado;** que considera el aporte de los socios y un financiamiento externo.

CUADRO 71: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

"SERVI HOUSE" S.R.L.
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO PROYECTADO EN Bs.

| DETALLE | PRE-OPERACIÓN | OPERACIÓN | | | | |
|--|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESO | | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 875468 |
| Aporte Propio | 50000 | | | | | |
| Préstamo | 66.982 | | | | | |
| Ingresos por Ventas | | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 864239 |
| Valor Residual | | | | | | 21327 |
| EGRESOS | | 596021 | 634287 | 667649 | 704740 | 780488 |
| Costo Inversión Total | 116.982 | | | | | 13464 |
| Inversión fija | 81.297 | | | | | 13464 |
| Inversión Diferida | 955 | | | | | |
| Capital de Trabajo | 34.730 | | | | | |
| Costo de Operación | | 416955 | 466049 | 490299 | 517398 | 563928 |
| Costo fijo | | 113090 | 141708 | 149069 | 158166 | 188062 |
| Costo de Administración | | 12900 | 13713 | 14577 | 15495 | 16471 |
| Costo de Comercialización | | 7099 | 7546 | 8022 | 8527 | 9064 |
| Amortización Diferida | | 191 | 191 | 191 | 191 | 191 |
| Alquiler | | 24000 | 25512 | 27119 | 28828 | 30644 |
| Mano de Obra Indirecta | | 68900 | 75042 | 81726 | 88999 | 97865 |
| Costo Variable | | 303865 | 324341 | 341230 | 359232 | 375866 |
| Materiales | | 189465 | 201401 | 208999 | 216894 | 233528 |
| Mano de Obra Indirecta | | 114400 | 122940 | 132232 | 142338 | 142338 |
| Utilidades antes de impuesto | | 482931 | 492579 | 518580 | 546574 | 592426 |
| Impuesto Nacionales(ver anexo 23) | | 179066 | 168237 | 177350 | 187342 | 203095 |
| Pago IVA | | 57765 | 77761 | 82151 | 87145 | 95439 |
| IT | | 20121 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Base Imponible | | 404723 | 361905 | 380795 | 400789 | 430626 |
| I.U.E. (25%) | | 101181 | 90476 | 95199 | 100197 | 107656 |
| FLUJO DE CAJA ECONÓMICO | -116982 | 74679 | 79949 | 83750 | 88190 | 94980 |
| FLUJO ACUMULADO | | -42303 | 37647 | 121397 | 209587 | 304567 |

CUADRO 72: FLUJO DE CAJA FINANCIERO

"SERVI HOUSE" S.R.L. FLUJO DE CAJA FINANCIERO PROYECTADO EN Bs.

| DETALLE | PRE-OPERACIÓN | OPERACIÓN | | | | |
|---|----------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESO | | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 875468 |
| Aporte Propio | 50000 | | | | | |
| Préstamo | 66.982 | | | | | |
| Ingresos por Ventas | | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 864239 |
| Valor Residual | | | | | | 21327 |
| EGRESOS | | 616243 | 649373 | 684244 | 722994 | 800566 |
| Costo Inversión Total | 116.982 | | | | | 13464 |
| Inversión fija | 81.297 | | | | | 13464 |
| Inversión Diferida | 955 | | | | | |
| Capital de Trabajo | 34.730 | | | | | |
| Costo de Operación | | 423462 | 466049 | 490299 | 517398 | 563928 |
| Costo fijo | | 119597 | 141708 | 149069 | 158166 | 188062 |
| Costo de Administración | | 12900 | 13713 | 14577 | 15495 | 16471 |
| Costo de Comercialización | | 7099 | 7546 | 8022 | 8527 | 9064 |
| Costo financiero | | 6698 | 5601 | 4394 | 3067 | 1606 |
| Alquiler | | 24000 | 25512 | 27119 | 28828 | 30644 |
| Mano de Obra Indirecta | | 68900 | 75042 | 81726 | 88999 | 97865 |
| Costo Variable | | 303865 | 324341 | 341230 | 359232 | 375866 |
| Materiales | | 189465 | 201401 | 208999 | 216894 | 233528 |
| Mano de Obra Indirecta | | 114400 | 122940 | 132232 | 142338 | 142338 |
| Amortización Préstamo | | 10972 | 12069 | 13276 | 14603 | 16063 |
| Utilidades antes de impuesto | | 496646 | 507665 | 535175 | 564828 | 612505 |
| Impuesto Nacionales (ver anexo 24) | | 181809 | 171255 | 180669 | 190993 | 207111 |
| Pago IVA | | 57765 | 77761 | 82151 | 87145 | 95439 |
| IT | | 20121 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Base Imponible | | 403433 | 235964 | 248428 | 261380 | 268889 |
| I.U.E. (25%) | | 103924 | 93494 | 98518 | 103848 | 111672 |
| FLUJO DE CAJA FINANCIERO | -116982 | 54457 | 64863 | 67155 | 69936 | 74901 |
| FLUJO ACUMULADO | | -62525 | 2339 | 69494 | 139430 | 214331 |

Como se muestra en los anteriores cuadros: la empresa "SERVI HOUSE" S.R.L. logrará establecerse y realizar efectivamente sus actividades bajo los dos criterios, debido a que el flujo de caja muestra un panorama alentador en relación a que las socias no tendrán

problemas para cumplir con las erogaciones efectivas, como así también obtendrán beneficios en cada año de operación.

7.10. INDICADORES DE EVALUACION DEL NEGOCIO

Los indicadores financieros que son centrales para el éxito de la empresa son los siguientes:

7.10.1. VAN

Este indicador nos permite calcular el valor presente del flujo de caja originado por la inversión inicial de nuestro negocio.

Para calcular el VAN se tomo en cuenta la tasa de descuento o costo de capital que es el 10%.

$$VAN = -I + \sum_{j=1}^n \frac{FC_j}{(1+K)^j}$$

$$VANE = -116.982 + \left(\frac{74679 + 79949 + 83750 + 88190 + 94980}{(1+0,10)^1 + (1+0,10)^2 + (1+0,10)^3 + (1+0,10)^5} \right)$$

VAN=199115.-

El **Flujo de Caja Económico** mide la rentabilidad de toda la inversión, donde el resultado del VAN indica que la creación del plan de negocio dará una rentabilidad de 199115 Bs, es decir que en 5 años recuperara la inversión realizada, recuperara costos y obtendrá utilidad.

Es decir que ante un caso hipotético de que la empresa no recurra a financiamiento externo y que se mida la rentabilidad sobre el conjunto de recursos económicos la implantación del plan de negocio sería beneficioso para sus socias, superando la rentabilidad mínima exigida.

$$VAN = -I + \sum_{j=1}^n \frac{FC_j}{(1+K)^j}$$

$$VANF = -116982 + \left(\frac{54457 + 64863 + 67155 + 69936 + 74901}{(1 + 0,10)^1 + (1 + 0,10)^2 + (1 + 0,10)^3 + (1 + 0,10)^5} \right)$$

VAN=130861.-

El **Flujo de Caja Financiero** mide la rentabilidad de toda la inversión, donde el resultado del VAN indica que la creación del plan de negocio dará una rentabilidad de 130861.-

7.10.2. TIR

$$TIR = \frac{-I + \sum_{j=1}^n FC_j}{\sum_j FC_j}$$

$$VANF = -116982 + \left(\frac{54457 + 64863 + 67155 + 69936 + 74901}{(1 + 0,10)^1 + (1 + 0,10)^2 + (1 + 0,10)^3 + (1 + 0,10)^5} \right)$$

TIR= 23%

La TIR financiero nos muestra que la rentabilidad porcentual del plan de negocio es de 23% por encima de la tasa de descuento que es de 10%.

$$TIR = \frac{-I + \sum_{j=1}^n FC_j}{\sum_j FC_j}$$

$$TIR = \frac{-116982 + 74679 + 79949 + 83750 + 88190 + 94980}{(1 * 74679) + (2 * 79949) + (3 * 83750) + (4 * 88190) + (5 * 94980)}$$

TIR=23%

La TIR económico nos muestra que la rentabilidad porcentual del plan de negocio es de 23% por encima de la tasa de descuento que es de 10%.

7.10.3. B/C

$$\frac{B}{C} = \text{Utilidades/Costos}$$

$$\frac{B}{C} = 493580/423653$$

$$\frac{B}{C} = 1,17$$

Flujo de caja financiero: Por cada 1bs que se invierta en la empresa, se recupera o gana 1.17ctvs.

$$\frac{B}{C} = \text{Utilidades/Costos}$$

$$\frac{B}{C} = 482608/416955$$

$$\frac{B}{C} = 1,16$$

Flujo de caja Económico: Por cada 1bs que se invierta en la empresa, se recupera o gana 1.16ctvs.

7.10.4. P/R

El periodo de recuperación es el tiempo que tarda la empresa en recuperar el desembolso inicial.

$$PR = \text{Año anterior a la recuperacion total} + \frac{\text{costo no recuperado al principio del año de la recuperacion total}}{\text{Flujo de caja durante el año de la recuperacion total}}$$

$$PR = 1 + \frac{42303}{79949} = 1,53 \approx 1 \text{ año , 6 meses y 10 dias.}$$

El tiempo que tardara nuestra empresa en recuperar la inversión es en 1 año y 6 meses y 3 días.

7.10.5. Dividendos

Los dividendos que se consideraran para beneficio de los socios con respecto a las utilidades obtenidas serán repartidos sobre el 95%, ya que el restante 5% será destinado para reserva legal de la empresa.

Considerando la base del 95% las utilidades para dividendos los socios obtendrán un beneficio por partes iguales debido a que el monto de aporte de cada socio para la puesta en marcha de la empresa fue de igual manera (montos iguales de 25.000bs).

7.11. ANALISIS DE SENSIBILIDAD DEL NEGOCIO

Con el fin de evaluar el impacto de la suba de precios en el rendimiento de la empresa, se reflexiona en cuanto a los siguientes datos:

- Inflación 2013 es 6,3%
- Tendencia del incremento de la tasa de inflación 2014 8%.

Es decir que los costos de administración, costos de comercialización y costos de los materiales para introducir los servicios al mercado incrementan en 1,7%.

CUADRO 73: FLUJO DE CAJA FINANCIERO (ANÁLISIS SENSIBILIDAD)

**"SERVI HOUSE" S.R.L.
FLUJO DE CAJA FINANCIERO PROYECTADO EN Bs.**

| DETALLE | PRE-OPERACIÓN | OPERACIÓN | | | | |
|---|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| INGRESO | | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 875468 |
| Aporte Propio | 50000 | | | | | |
| Préstamo | 66.982 | | | | | |
| Ingresos por Ventas | | 670700 | 714236 | 751399 | 792930 | 864239 |
| Valor Residual | | | | | | 21327 |
| EGRESOS | | 557124 | 582704 | 615210 | 650673 | 709648 |
| Costo Inversión Total | 116.982 | | | | | 13464 |
| Inversión fija | 81.297 | | | | | 13464 |
| Inversión Diferida | 955 | | | | | |
| Capital de Trabajo | 34.730 | | | | | |
| Costo de Operación | | 427213 | 452179 | 477507 | 504602 | 531988 |
| Costo fijo | | 120128 | 127838 | 136277 | 145371 | 156122 |
| Costo de Administración | | 13119 | 13946 | 14824 | 15758 | 16751 |
| Costo de Comercialización | | 7220 | 7546 | 8022 | 8527 | 9064 |
| Costo financiero | | 6698 | 5601 | 4394 | 3067 | 1606 |
| Amortización Diferida | | 191 | 191 | 191 | 191 | 191 |
| Alquiler | | 24000 | 25512 | 27119 | 28828 | 30644 |
| Mano de Obra Indirecta | | 68900 | 75042 | 81726 | 88999 | 97865 |
| Costo Variable | | 307085 | 324341 | 341230 | 359232 | 375866 |
| Materiales | | 192685 | 201401 | 208999 | 216894 | 233528 |
| Mano de Obra Indirecta | | 114400 | 122940 | 132232 | 142338 | 142338 |
| Amortización Préstamo | | 10972 | 12069 | 13276 | 14603 | 16063 |
| Utilidades antes de impuesto | | 243487 | 262057 | 273893 | 288327 | 332251 |
| Impuesto Nacionales (ver anexo 25) | | 118939 | 118456 | 124427 | 131468 | 148133 |
| Pago IVA | | 57302 | 77731 | 82119 | 87110 | 95403 |
| IT | | 20121 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Base Imponible | | 166064 | 162899 | 169231 | 177429 | 210921 |
| I.U.E. (25%) | | 41516 | 40725 | 42308 | 44357 | 52730 |
| FLUJO DE CAJA FINANCIERO | -116982 | 113576 | 131532 | 136190 | 142257 | 165820 |
| FLUJO ACUMULADO | | -3406 | 128126 | 264316 | 406573 | 572392 |

$$VAN = -I + \sum_{j=1}^n \frac{FC_j}{(1+K)^j}$$

$$VANF = -116982 + \left(\frac{113576 + 131532 + 136190 + 142257 + 165820}{(1+0,10)^1 + (1+0,10)^2 + (1+0,10)^3 + (1+0,10)^5} \right)$$

VAN=397419.-

El **Flujo de Caja Financiero** mide la rentabilidad de toda la inversión, donde el resultado del VAN indica que la creación del plan de negocio dará una rentabilidad de 397419.-

TIR

$$TIR = \frac{-I + \sum_{j=1}^n FC_j}{\sum_j FC_j}$$

$$TIR = \frac{-116982 + 113576 + 131532 + 136190 + 142257 + 165820}{(1 * -264286) + (2 * 237376) + (3 * 249209) + (4 * 262451) + (5 * 297151)}$$

TIR= 26%

La TIR financiero nos muestra que la rentabilidad porcentual del plan de negocio es de 26% por encima de la tasa de descuento que es de 10%.

El periodo de recuperación es el tiempo que tarda la empresa en recuperar el desembolso inicial.

$$PR = \text{Año anterior a la recuperacion total} + \frac{\text{costo no recuperado al principio del año de la recuperacion total}}{\text{Flujo de caja durante el año de la recuperacion total}}$$

$$PR = 1 + \frac{62525}{64863} = 2,010 \approx 2 \text{ años y } 4 \text{ dias.}$$

7.11.1. RENTABILIDAD

En conclusión se puede afirmar que el negocio cuenta con un grado de interactividad alto, con índices que aconsejan su puesta en marcha debido a que el negocio es económica y financieramente factible.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

Al haber cumplido plenamente los objetivos planteados se consiguió elaborar un solido plan de negocios para una nueva empresa dedicada a ofertar servicios de mantenimiento y limpieza doméstica, que proporciona los criterios de evaluación suficientes para afirmar que:

- El estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de mantenimiento y limpieza de hogares para la ciudad de Tarija, es técnicamente factible y económicamente rentable.
- La oferta de este tipo de servicio representa una verdadera oportunidad de negocio, la cual puede ser aprovechada creando una empresa que se dedique a esta actividad. Dicha afirmación da respuesta al problema planteado en el perfil del documento, el cual se convierte en un cimiento para la creación de una nueva empresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento para hogares.
- Los resultados que se obtuvieron en la investigación de mercados fueron alentadores debido a que más del 85% de los hogares de la ciudad de Tarija con ingresos medios y altos tiene la predisposición por adquirir el servicio y el pago por el mismo no influye en su decisión.
- El entorno viene a ser favorable para la nueva empresa, considerando que aunque existe competencia directa para la misma y un alto nivel de negociación con los proveedores, debido a que los materiales requeridos son de fácil acceso, así como también un factor muy importante es que la población citadina de Tarija requiere de este tipo de servicio en su mayoría y recurren en la actualidad y por cambios en escenarios políticos a la contratación de empresas dedicadas a este servicio, que brinden un servicio seguro y confiable.

- La rentabilidad que proyecta el TIR es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas y el VAN es mayor a cero; dicho resultado nos da una pauta de que la ejecución del proyecto será rentable y atractivo para la empresa en mención.

8.2. RECOMENDACIONES

- Dados los resultados obtenidos, se recomienda crear y llevar adelante el nuevo emprendimiento dedicado a la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento del hogar, debido a la viabilidad demostrada del mismo.
- Cambios futuros en la economía del país, inflación u otros pueden llegar a generar cambios en el plan de negocio, por lo cual se recomienda estar actualizaciones permanentes, aunque para sus cálculos se consideraron ciertos aspectos.
- Realizar un monitoreo constante de las necesidades del cliente para determinar sus necesidades, gustos y preferencias.
- La rentabilidad del presente proyecto queda demostrada debido a que el VAN es positivo y el TIR es superior a la tasa de descuento, por lo que se recomienda la inversión e implementación del presente proyecto.
- Se recomienda implantar este plan de negocio ya que es económicamente factible debido que desde el primer año se obtienen ganancias
- La interpretación correcta de este plan servirá como guía estratégica y operativa, ayudará en gran medida a conseguir los resultados proyectados en el documento.
- Elaborar y analizar mensualmente los estados financieros verificando de esta manera que lo proyectado en el área económica financiera del plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de hogares