

## ANEXO 1.

### INSERCIÓN DE LA MUJER EN EL TRABAJO

**Cuadro N° 3.04.01.04**

**BOLIVIA: PRINCIPALES INDICADORES DE EMPLEO, SEGÚN SEXO, 2000 - 2009**

(En porcentaje)

INDICADORES DE EMPLEO	2000	2001	2002	2003-2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>INDICE DE CARGA ECONÓMICA (PEI/PEA)</b>	<b>60,19</b>	<b>47,50</b>	<b>54,78</b>	<b>54,00</b>	<b>59,20</b>	<b>50,89</b>	<b>54,37</b>	<b>54,05</b>	<b>53,54</b>
Hombres	39,25	31,75	36,57	36,34	39,96	34,83	34,79	35,64	36,51
Mujeres	86,18	66,26	77,75	74,81	82,54	70,33	78,08	75,94	74,21
<b>TASA DE OFERTA POTENCIAL (PET/PT)</b>	<b>73,96</b>	<b>73,30</b>	<b>73,28</b>	<b>73,33</b>	<b>76,19</b>	<b>75,14</b>	<b>76,81</b>	<b>77,78</b>	<b>77,25</b>
Hombres	72,56	72,34	72,64	72,05	74,88	73,84	76,01	76,86	76,27
Mujeres	75,30	74,23	73,91	74,55	77,44	76,43	77,55	78,64	78,21
<b>TASA BRUTA DE PARTICIPACIÓN (PEA/PT)</b>	<b>46,17</b>	<b>49,70</b>	<b>47,34</b>	<b>47,62</b>	<b>47,86</b>	<b>49,80</b>	<b>49,76</b>	<b>50,49</b>	<b>50,31</b>
Hombres	52,10	54,91	53,19	52,85	53,50	54,76	56,39	56,66	55,87
Mujeres	40,45	44,65	41,58	42,65	42,42	44,87	43,55	44,70	44,89
<b>TASA GLOBAL DE PARTICIPACIÓN (PEA/PET)</b>	<b>62,43</b>	<b>67,80</b>	<b>64,61</b>	<b>64,93</b>	<b>62,82</b>	<b>66,27</b>	<b>64,78</b>	<b>64,91</b>	<b>65,13</b>
Hombres	71,81	75,90	73,22	73,35	71,45	74,17	74,19	73,72	73,25
Mujeres	53,71	60,15	56,26	57,21	54,78	58,71	56,16	56,84	57,40
<b>TASA DE OCUPACIÓN (PO/PET)</b>	<b>59,43</b>	<b>64,24</b>	<b>61,07</b>	<b>62,23</b>	<b>59,39</b>	<b>62,91</b>	<b>61,43</b>	<b>63,07</b>	<b>62,97</b>
Hombres	68,99	72,52	70,06	70,74	68,20	70,80	70,82	72,17	71,41
Mujeres	50,56	56,43	52,35	54,41	51,20	55,34	52,81	54,73	54,94
<b>TASA GLOBAL DE OCUPACIÓN (PO/PEA)</b>	<b>95,21</b>	<b>94,76</b>	<b>94,52</b>	<b>95,83</b>	<b>94,55</b>	<b>94,92</b>	<b>94,82</b>	<b>97,16</b>	<b>96,68</b>
Hombres	96,06	95,54	95,69	96,44	95,46	95,46	95,47	97,89	97,48
Mujeres	94,14	93,83	93,06	95,12	93,46	94,26	94,05	96,28	95,71
<b>TASA DE DESEMPLEO ABIERTO (PDA/PEA)<sup>(1)</sup></b>	<b>4,79</b>	<b>5,24</b>	<b>5,48</b>	<b>4,17</b>	<b>5,45</b>	<b>5,08</b>	<b>5,18</b>	<b>2,84</b>	<b>3,32</b>
Hombres	3,94	4,46	4,31	3,56	4,54	4,54	4,53	2,11	2,52
Mujeres	5,86	6,17	6,94	4,88	6,54	5,74	5,95	3,72	4,29
<b>TASA DE CESANTÍA (PDC/PEA)</b>	<b>3,69</b>	<b>4,12</b>	<b>4,37</b>	<b>3,12</b>	<b>4,12</b>	<b>3,35</b>	<b>3,25</b>	<b>2,00</b>	<b>2,33</b>
Hombres	3,03	3,71	3,59	2,79	3,41	2,95	2,72	1,60	1,92
Mujeres	4,50	4,60	5,37	3,51	4,98	3,85	3,88	2,47	2,84

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

ENCUESTAS DE MEJORAMIENTO DE CONDICIONES DE VIDA (MECOVI 2000 - 2002), ENCUESTA CONTINUA DE HOGARES 2003 - 2004, ENCUESTA DE HOGARES 2005 - 2009

<sup>(1)</sup> A partir del 2009, la cifra oficial sobre Tasa de Desempleo Abierto se calcula en base a los datos que provienen de la Encuesta de Empleo, realizada en las 9 ciudades capitales incluida la ciudad de El Alto.

En la tabla se puede observar que del año 2007 a 2009 se incrementa en un 2,13% el trabajo de mujeres en Bolivia.

**ANEXO 2. EMPRESAS DE SERVICIO DE LIMPIEZA DOMESTICO**

<b>EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIO DE LIMPIEZA DOMÉSTICO (Registradas en FUNDEMPRESA)</b>	
<p style="text-align: center;"><b>RE-LIMPIA</b></p> <p>Actividad: Empresa de servicios de limpieza en hogares y edificios. Actividad específica: Limpieza general de edificios.</p>	<p>Av. San Cristóbal N° 1887 Zona: B. San Bernardo</p>
<p style="text-align: center;"><b>ELVA ROXANA VEGA</b></p> <p>Actividad: Servicio de limpieza de oficinas, domicilio Actividad específica: Limpieza general de edificios.</p>	<p>Calle Colon N° 2364 Zona: La Florida</p>
<p style="text-align: center;"><b>MUY LIMPIECITO</b></p> <p>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 industriales</p>	<p>Calle Nazaret N° 2848 Zona: Luis Pizarro</p>
<p style="text-align: center;"><b>NANCY ROSEMARY</b></p> <p>Actividad: Servicios de limpieza de ambientes, casas edificios y baños. Actividad específica: Limpieza general de edificios.</p>	<p>Carretera Al Chaco A Media Cuadra de YPFB N° S/N Zona: El Portillo</p>
<p style="text-align: center;"><b>RE-LIMPIA</b></p> <p>Actividad: Empresa de servicios de limpieza en hogares y edificios Actividad específica: Limpieza general de edificios.</p>	<p>Av. San Cristóbal N° 1887 Zona: B. San Bernardo</p>
<p style="text-align: center;"><b>SERVI FABI</b></p> <p>Actividad: Servicio de limpieza de oficinas, edificios, particulares. Actividad específica: Limpieza general de edificios.</p>	<p>Calle Virgen Del Rosario N° 157 Zona: B. Guadalquivir</p>
<p style="text-align: center;"><b>LA ESCOBA</b></p> <p>Actividad: Limpieza de oficinas y domicilios alquiler de maquinaria de limpieza. Actividad específica: Limpieza general de edificios.</p>	<p>Gutiérrez Daza N° S/N Zona: Narciso Campero</p>

**Fuente:** FUNDEMPRESA

### **ANEXO 3: NÚMERO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS**

Durante el período 1997-2002 se realizaron estudios en los cuales se efectuaron diversas estimaciones sobre el número de micro y pequeñas empresas en Bolivia. Sin embargo, los datos reflejados en estos trabajos no tienen cuenta con un referencia oficial ni tampoco son coincidentes entre sí<sup>5</sup>. Desde el punto de vista de las estadísticas oficiales, los intentos de cuantificar a este tipo de establecimientos por parte del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) se remontan a mediados de los años ochenta, aunque circunscriptos a la ciudad de La Paz para incorporar, posteriormente, a Santa Cruz y Cochabamba, entre 1987 y 1990 (INE, 2011). El Censo a Establecimientos Económicos, realizado por el INE en 1992, mostró que más de 95% de los establecimientos económicos eran micro o pequeñas empresas (con menos de 15 trabajadores) y con una contribución al empleo superior a 50%. El censo identificó 245.157 establecimientos económicos pertenecientes a este segmento de empresas, de los cuales 125.853 eran de tipo local (51%), 48.981 de puestos fijos y 70.323 de puestos móviles, distribuidos en 14 ramas de actividad; las más importantes estaban en los sectores comercio, servicio e industria manufacturera, en ese orden (INE, 2011). Después de más de 15 años, en 2008, el organismo oficial de estadísticas de Bolivia, el INE, encaró la encuesta a las MYPE de “tipo local” cubriendo todo el país. La muestra alcanzó a cerca de 10.000 micro y pequeñas unidades, pertenecientes a los sectores de la industria manufacturera, comercio y servicios<sup>6</sup>.

El marco de la muestra para la encuesta a las MYPE 2008 se estableció a partir de un listado de manzanas censales, denominadas Unidades Primarias de Muestreo (UPM), que fue el resultado de un proceso cartográfico llevado adelante por el INE para el Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2001, que reporta el número de establecimientos económicos “tipo local”. El INE realizó una actualización de los establecimientos económicos en cada UPM a través de un barrido de las manzanas, mediante el cual efectuó un recuento del total de establecimientos económicos, de modo tal de poder seleccionar una muestra representativa para la encuesta. Este proceso de actualización permitió establecer un total de 75.781 unidades primarias de muestreo y 232.181 establecimientos económicos.

A partir de la información de la Encuesta a las MYPE 2008, se establece que las micro y pequeñas empresas en Bolivia de “tipo local” alcanzan a 216.064 unidades<sup>7</sup>, las que representan 93% del total de las empresas del país. Como muestra el cuadro 4.

■ Cuadro 4 ■

**NÚMERO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS  
SEGÚN SECTOR ECONÓMICO**

Sector económico	Número de MYPE	Porcentaje
Industria	24 975	11,56
Comercio	117 550	54,41
Servicios	73 539	34,03
<b>Total</b>	<b>216 064</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia sobre la base de la Encuesta a las Micro y Pequeñas Empresas 2008, Instituto Nacional de Estadísticas (INE), 2011.

## APORTE DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS AL PIB SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA

**Cuadro N° 4.02.03.12**  
**TARIJA: PRODUCTO INTERNO BRUTO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2002 - 2011**  
**(En miles de bolivianos)**

ACTIVIDAD ECONÓMICA	2007 <sup>(p)</sup>	2008 <sup>(p)</sup>	2009 <sup>(p)</sup>	2010 <sup>(p)</sup>	2011 <sup>(p)</sup>
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado)</b>	<b>13.141.605</b>	<b>14.791.270</b>	<b>14.127.458</b>	<b>15.604.390</b>	<b>20.056.871</b>
Derechos s/Importaciones, IVA no disponible, IT y otros Impuestos Indirectos	5.049.342	6.046.339	5.629.163	5.994.068	7.904.355
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)</b>	<b>8.092.263</b>	<b>8.744.931</b>	<b>8.498.295</b>	<b>9.610.323</b>	<b>12.152.516</b>
<b>1. Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca</b>	<b>492.878</b>	<b>610.332</b>	<b>629.018</b>	<b>686.316</b>	<b>792.614</b>
- Productos Agrícolas no Industriales	277.822	346.683	348.959	374.320	430.501
- Productos Agrícolas Industriales	46.404	55.413	57.647	53.123	65.242
- Coca					
- Productos Pecuarios	130.720	160.521	166.896	190.236	214.247
- Silvicultura, Caza y Pesca	37.931	47.716	55.516	68.637	82.625
<b>2. Extracción de Minas y Canteras</b>	<b>4.542.161</b>	<b>4.631.323</b>	<b>4.216.109</b>	<b>4.898.495</b>	<b>6.750.969</b>
- Petróleo Crudo y Gas Natural	4.424.332	4.439.330	4.127.474	4.781.399	6.607.054
- Minerales Metálicos y no Metálicos	117.829	191.993	88.635	117.096	143.915
<b>3. Industrias Manufactureras</b>	<b>419.501</b>	<b>446.339</b>	<b>504.728</b>	<b>554.736</b>	<b>643.977</b>
- Alimentos	170.332	198.768	206.932	224.075	276.703
- Bebidas y Tabaco	107.184	81.085	96.946	100.638	105.081
- Textiles, Prendas de Vestir y Productos de Cuero	38.411	40.503	38.864	40.417	41.909
- Madera y Productos de Madera	18.233	20.368	22.235	25.372	26.741
- Productos de Refinación del Petróleo					
- Productos de Minerales no Metálicos	60.483	78.269	111.366	135.125	162.710
- Otras Industrias Manufactureras	24.858	27.347	28.384	29.109	30.833
<b>4. Electricidad, Gas y Agua</b>	<b>69.871</b>	<b>73.743</b>	<b>78.143</b>	<b>88.078</b>	<b>104.771</b>
<b>5. Construcción</b>	<b>333.037</b>	<b>483.804</b>	<b>510.612</b>	<b>496.116</b>	<b>586.161</b>
<b>6. Comercio</b>	<b>321.497</b>	<b>387.023</b>	<b>399.945</b>	<b>463.331</b>	<b>554.297</b>
<b>7. Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones</b>	<b>601.113</b>	<b>637.308</b>	<b>653.701</b>	<b>751.499</b>	<b>763.574</b>
- Transporte y Almacenamiento	515.575	547.309	561.562	653.989	663.945
- Comunicaciones	85.539	89.999	92.139	97.510	99.628
<b>8. Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios</b>	<b>399.758</b>	<b>477.948</b>	<b>503.545</b>	<b>556.924</b>	<b>637.358</b>
- Servicios Financieros	110.664	151.410	158.501	182.342	219.543
- Servicios a las Empresas	164.356	195.250	204.190	220.173	241.638
- Propiedad de Vivienda	124.737	131.287	140.855	154.409	176.177
<b>9. Servicios Comunes, Sociales, Personales y Domésticos</b>	<b>124.487</b>	<b>136.765</b>	<b>148.308</b>	<b>161.611</b>	<b>172.790</b>
<b>10. Restaurantes y Hoteles</b>	<b>95.708</b>	<b>109.176</b>	<b>120.610</b>	<b>131.773</b>	<b>149.955</b>
<b>11. Servicios de la Administración Pública</b>	<b>794.670</b>	<b>888.362</b>	<b>876.776</b>	<b>995.064</b>	<b>1.198.783</b>
Servicios Bancarios Imputados	(102.416)	(137.193)	(143.199)	(173.621)	(202.732)

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

#### ANEXO 4: RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LAS EMPRESAS COMPETIDORAS

PREGUNTAS:	“ELVA ROXANA VEGA”	“RE-LIMPIA”	“MUY LIMPIECITO”	“NANCY ROSEMARY	“SERVI-FABI”
<p>¿A qué se dedica su empresa?</p> <p>¿Cómo inicia su empresa en Tarija?</p> <p>Fue difícil llegar a tener aceptación en el mercado tarijeño</p> <p>A qué sector del mercado se enfocan</p> <p>¿Qué tipo de servicios ofrece al mercado tarijeño?</p> <p>Cuál es el servicio de mayor demanda en Tarija.</p> <p>Con que tipo de maquinaria se cuenta en la empresa</p> <p>Cuentan con todas las normas y registros necesarios para su funcionamiento</p> <p>La empresa tiene una política a favor del medio ambiente</p>	<p>Limpieza de oficinas y casas.</p> <p>Lavado de pisos, lustrado de muebles y alfombras.</p> <p>Dos personales fijos y el resto se lo contrata por horas y se llega a 8 personas.</p> <p>Los trabajadores fijos cuentan con aguinaldos y vacaciones.</p> <p>Nos diferenciamos de la competencia de acuerdo al material con el que se trabaja y el cumplir con el personal, pago oportuno.</p> <p>Es de acuerdo al personal que se requiera, cuantos escritorios, número de baños, papel que llegue a poner por ejemplo y depende de lo que</p>	<p>limpieza de oficinas y domicilios</p> <p>Inicia en el año 2000 con un personal fijo de 4 personas.</p> <p>Específicamente tenemos más clientes en el sector de las empresas y también ciertos clientes de zonas residenciales.</p> <p>Limpieza de oficinas y viviendas.</p> <p>Normalmente se compra el material de aquí pero ahora se está comprando de la argentina por el hecho de que son más económicos</p> <p>Aspiradoras y cortadoras</p>	<p>Limpieza y servicios de jardinería, fumigación, arreglos eléctricos, albañilería, servicios de mensajería y servicios de té.</p> <p>La empresa inicia actividades el año 2003 con un personal fijo menor a 10 personas.</p> <p>No se realizó ningún tipo de estudio.</p> <p>Se cuenta con clientela en el área de la industria y comercio, pero con ciertos problemas que para todos son conocidos el servicio, los clientes consideran mucho el material que se utilice para la realización de las actividades.</p>	<p>Limpieza de ambientes, casas, edificios y baños.</p> <p>Inicia en el año 2004 como una empresa pequeña que solo contaba con 2 personas de planta.</p> <p>No se trabaja con materiales ecológicos.</p> <p>trato cordial a nuestros clientes</p> <p>Se lo</p>	<p>Limpieza de oficinas, edificios particulares y hogar.</p> <p>Comienza con actividades el año 2011 con un personal de 3.</p> <p>Se especializa en servicios a empresas industriales.</p> <p>Adquisición de material de Tarija.</p>

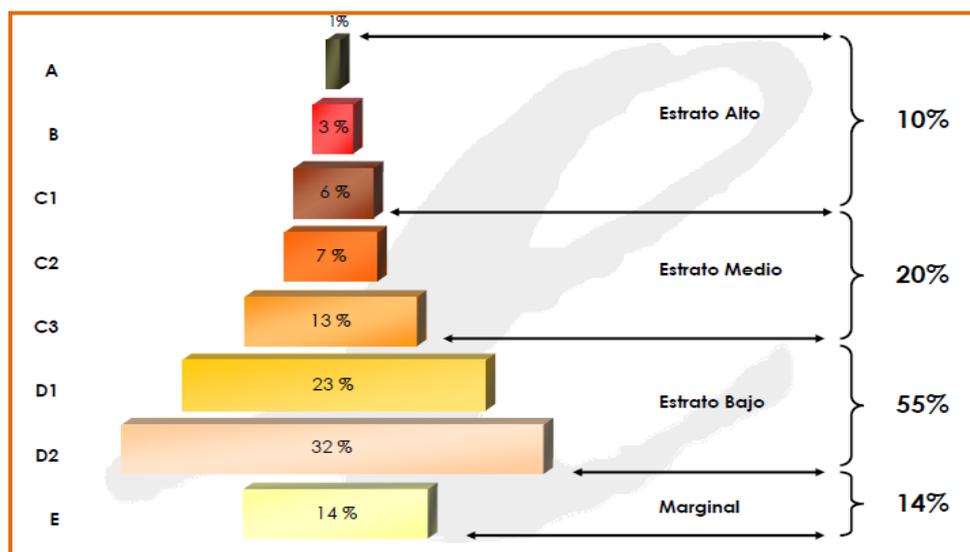
<p><b>Aproximadamente con cuántos trabajadores cuenta la empresa.</b></p> <p><b>Sus trabajadores o colaboradores cuentan con todos los beneficios impuestos por ley</b></p> <p><b>¿Tiene conocimiento acerca de sus competidores?</b></p> <p><b>¿Que los diferencia de la competencia?</b></p> <p><b>Aproximadamente cual es el precio de sus servicios</b></p> <p><b>Que características del hogar se consideran para determinar el precio del servicio</b></p> <p><b>¿Cómo llegan a saber sus clientes sobre los servicios que ofrece?</b></p>	<p>quiera el cliente. En las oficinas depende del tamaño de la oficina, cuantos escritorios tenga</p> <p>El material se compra de la ciudad de Tarija pero de la persona que lo adquirimos trae de Cochabamba.</p> <p>Registrado en Fundempresa.</p> <p>Compra productos que son menos tóxicos.</p> <p>Limpieza de alfombras 10 Bs. por metro.</p> <p>Publicidad a través de recomendaciones.</p>	<p>de césped.</p> <p>no se trabaja con materiales ecológicos</p> <p>Ofrecemos calidad de nuestro servicio.</p> <p>Trabajos en bancos de la ciudad de Tarija y también en ciertos hogares de zonas específicas.</p> <p>El precio se lo considera de acuerdo al tamaño de la vivienda u oficina, mínimo 40bs.</p> <p>Publicidad a través de recomendaciones.</p>	<p>Adquisición de material de la ciudad de Tarija para evitar costes de transporte.</p> <p>Material como: Cortadoras de césped, aspiradoras y maquinaria para la fumigación</p> <p>No se trabaja con materiales ecológicos.</p> <p>No considera que se debería llevar a cabo ningún estudio de mercado.</p> <p>El precio se lo considera de acuerdo al tamaño de la vivienda u oficina</p> <p>Medio de comunicación: televisión.</p>	<p>considera de acuerdo al tamaño de la vivienda u oficina.</p>	<p>Cuentan con reportes de contratos con empresas industriales como SAVEEMBU TS.</p>
--	---	--	--	---	--

## ANEXO 5. CONCEPTUALIZACIÓN DE NIVELES SOCIOECONÓMICOS

Nivel socioeconómico es entendido como la posición de un individuo/hogar dentro de una estructura social jerárquica (The New Dictionary of Cultural Literacy, Third Edition. 2002).

El nivel socioeconómico es una medida de la posición relativa económica y social de una persona/hogar (National Center for Educational Statistics).

Medida del lugar social de una persona dentro de un grupo social, basado en varios factores, incluyendo el ingreso y la educación (Center for Research on Education, Diversity and Excellence).



**Nivel A:** Es el estrato más alto, al que pertenece 1% de la población. En su mayoría son dueños de negocios grandes y altos ejecutivos. Cuentan con nivel de educación universitaria concluida y postgrado. Poseen activos materiales que brindan comodidad y confort.

**Nivel B:** Constituye el segundo estrato más alto, con aproximadamente 3% de la población. Mayormente son profesionales independientes o dueños de negocios medianos. Cuentan con credenciales educativas similares al Nivel A. Tienen 19% menos activos materiales que el estrato más alto.

**Nivel C1:** Estrato de nivel medio alto, al que pertenece 6% de la población. Principalmente trabajan como profesionales (sean asalariados o independientes) y dueños de negocios medianos. El nivel educativo alcanzado es universitario o técnico superior. La posesión de bienes materiales es 23% menor respecto al nivel B.

**Nivel C2:** Estrato de nivel medio, al que pertenece 7% de la población. Las ocupaciones son más diversas, aunque predominan los profesionales asalariados e independientes y trabajo por cuenta

propia. El nivel educativo es similar al nivel C1, aunque se aprecia mayor proporción de personas con nivel universitario incompleto. Las posesiones materiales son notoriamente menores (23%) de las que tiene el nivel C1.

**Nivel C3:** Constituye el estrato de nivel medio bajo, al que pertenece 13% de la población.

Principalmente trabajan por cuenta propia, profesionales asalariados o dueños de negocios pequeños. Cuentan con un nivel educativo menor al estrato C2, con formación de nivel técnico. Las posesiones materiales son 27% menores al estrato C2.

**Nivel D1:** Estrato de nivel bajos, al que pertenece 23% de la población. Las ocupaciones corresponden a trabajo de menor calificación, mayoritariamente son trabajadores por cuenta propia. Se aprecia diversidad de niveles educativos, con predominio de nivel técnico y secundaria incompleta. Poseen aproximadamente 44% menos que los bienes materiales del nivel C3.

**Nivel D2:** Estrato de nivel muy bajo, al que pertenece 32% de la población. El perfil ocupacional es de trabajadores por cuenta propia y asalariados no profesionales. Predomina un nivel educativo escolar incompleto (primario y secundario). Poseen escasos bienes materiales.

**Nivel E:** Corresponde al estrato más bajo, denominado marginal, al que pertenece 14% de la población. Predomina la ocupación como asalariado no profesional y nivel de educación de primaria incompleta.

## ANEXO 6. CRECIMIENTO DE LA POBLACION

### TARIJA: POBLACIÓN TOTAL PROYECTADA, POR SEXO, SEGÚN PROVINCIA Y SECCIÓN DE PROVINCIA, 2009 - 2011

DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y SECCIÓN	2009			2010			2011		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
<b>TOTAL BOLIVIA</b>	<b>10.227.299</b>	<b>5.101.733</b>	<b>5.125.567</b>	<b>10.426.155</b>	<b>5.201.974</b>	<b>5.224.181</b>	<b>10.624.495</b>	<b>5.301.942</b>	<b>5.322.553</b>
<b>TARIJA</b>	<b>509.708</b>	<b>256.738</b>	<b>252.970</b>	<b>522.339</b>	<b>263.307</b>	<b>259.032</b>	<b>534.687</b>	<b>269.704</b>	<b>264.983</b>
<b>Cercado</b>	<b>205.533</b>	<b>100.064</b>	<b>105.469</b>	<b>211.018</b>	<b>102.889</b>	<b>108.129</b>	<b>216.138</b>	<b>105.438</b>	<b>110.700</b>
Primera Sección - Tarija	205.533	100.064	105.469	211.018	102.889	108.129	216.138	105.438	110.700
<b>Aniceto Arce</b>	<b>60.360</b>	<b>31.732</b>	<b>28.628</b>	<b>60.811</b>	<b>32.023</b>	<b>28.788</b>	<b>62.234</b>	<b>32.797</b>	<b>29.436</b>
Primera Sección - Padcaya	21.053	11.281	9.772	21.075	11.325	9.750	21.568	11.599	9.970
Segunda Sección - Bermejo	39.307	20.451	18.856	39.736	20.698	19.038	40.665	21.199	19.467
<b>Gran Chaco</b>	<b>169.455</b>	<b>86.588</b>	<b>82.867</b>	<b>175.998</b>	<b>89.927</b>	<b>86.071</b>	<b>180.045</b>	<b>92.064</b>	<b>87.981</b>
Primera Sección - Yacuiba	132.067	66.152	65.915	138.414	69.349	69.065	141.595	70.997	70.597
Segunda Sección - Caraparí	10.016	5.954	4.062	10.034	5.999	4.035	10.266	6.142	4.125
Tercera Sección - Villamontes	27.372	14.482	12.890	27.550	14.579	12.971	28.184	14.926	13.259
<b>José María Avilez</b>	<b>18.896</b>	<b>9.497</b>	<b>9.399</b>	<b>18.926</b>	<b>9.518</b>	<b>9.408</b>	<b>19.373</b>	<b>9.747</b>	<b>9.626</b>
Primera Sección - Uriondo	13.430	6.838	6.592	13.454	6.854	6.600	13.772	7.019	6.753
Segunda Sección - Yunchará	5.466	2.659	2.807	5.472	2.664	2.808	5.601	2.728	2.873
<b>Eustaquio Méndez</b>	<b>34.186</b>	<b>16.644</b>	<b>17.542</b>	<b>34.211</b>	<b>16.651</b>	<b>17.560</b>	<b>35.008</b>	<b>17.046</b>	<b>17.961</b>
Primera Sección - Villa San Lorenzo	23.927	11.702	12.225	24.019	11.751	12.268	24.578	12.030	12.548
Segunda Sección - El Puente	10.259	4.942	5.317	10.192	4.900	5.292	10.429	5.016	5.413
<b>Burnet O'Connor</b>	<b>21.278</b>	<b>12.214</b>	<b>9.064</b>	<b>21.375</b>	<b>12.299</b>	<b>9.076</b>	<b>21.889</b>	<b>12.610</b>	<b>9.279</b>
Primera Sección - Entre Ríos	21.278	12.214	9.064	21.375	12.299	9.076	21.889	12.610	9.279

En el siguiente gráfico se puede observar que en el área urbana existe una cantidad de hogares que refleja el total de familias de 1.863.399

En el grafico se observa que el número de micro y pequeñas empresas de servicio es de 73.539.

### NÚMERO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS SEGÚN SECTOR ECONÓMICO

Sector económico	Número de MYPE	Porcentaje
Industria	24 975	11,56
Comercio	117 550	54,41
Servicios	73 539	34,03
<b>Total</b>	<b>216 064</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia sobre la base de la Encuesta a las Micro y Pequeñas Empresas 2008, Instituto Nacional de Estadísticas (INE), 2011.

Así como también en el siguiente cuadro se puede ver que existe mayor número de matrimonios jóvenes en un parámetro de 25-34 años de edad en el Departamento de Tarija, los cuales salen a buscar trabajo.

Cuadro Nº 3.10.02.02

#### BOLIVIA: NÚMERO DE MATRIMONIOS, POR GRUPOS DE EDAD DE LOS CONTRAYENTES, SEGÚN SEXO Y DEPARTAMENTO, 2005 - 2009

AÑO DE MATRIMONIO,	TOTAL	15 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 v +	S/ E
<b>2009<sup>DT</sup></b>							
<b>Hombres</b>	<b>25.470</b>	<b>6.866</b>	<b>12.598</b>	<b>3.584</b>	<b>1.136</b>	<b>1.203</b>	<b>83</b>
Chuquisaca	338	80	174	47	13	23	1
La Paz	10.607	2.380	5.394	1.663	535	621	14
Cochabamba	3.157	892	1.558	411	140	145	11
Oruro	2.076	662	1.065	255	58	34	2
Potosí	2.291	864	1.007	233	66	110	11
<b>Tarija</b>	<b>994</b>	<b>225</b>	<b>533</b>	<b>152</b>	<b>42</b>	<b>38</b>	<b>4</b>
Santa Cruz	5.380	1.586	2.597	723	253	187	34
Beni	493	140	204	82	24	38	5
Pando	134	37	66	18	5	7	1
<b>Mujeres</b>	<b>25.470</b>	<b>10.360</b>	<b>10.980</b>	<b>2.419</b>	<b>813</b>	<b>737</b>	<b>161</b>
Chuquisaca	338	124	152	37	10	14	1
La Paz	10.607	3.787	4.906	1.111	377	395	31
Cochabamba	3.157	1.307	1.355	289	108	83	15
Oruro	2.076	930	915	182	29	13	7
Potosí	2.291	1.126	837	165	57	91	15
<b>Tarija</b>	<b>994</b>	<b>363</b>	<b>482</b>	<b>92</b>	<b>26</b>	<b>21</b>	<b>10</b>
Santa Cruz	5.380	2.437	2.134	486	173	96	54
Beni	493	231	149	41	26	23	23
Pando	134	55	50	16	7	1	5

Fuente: ÓRGANO ELECTORAL PLURINACIONAL - DIRECCIÓN NACIONAL DE DESARROLLO ESTRATÉGICO - UNIDAD DE ESTADÍSTICA

## ANEXO 7. TRABAJO DEL HOMBRE Y LA MUJER

En los siguientes cuadros se puede observar que existe un incremento en la ocupación de hombres en un 3.31% y mujeres 5.81% en el trabajo desde el año 2007-2009.

Cuadro N° 3.04.01.05

**BOLIVIA - ÁREA URBANA: PRINCIPALES INDICADORES DE EMPLEO, SEGÚN SEXO, 2000 - 2009**  
(En porcentaje)

INDICADORES DE EMPLEO	2000	2001	2002	2003-2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>ÍNDICE DE CARGA ECONÓMICA (PEI/PEA)</b>	<b>78,30</b>	<b>65,12</b>	<b>72,33</b>	<b>70,55</b>	<b>79,52</b>	<b>70,29</b>	<b>75,20</b>	<b>70,20</b>	<b>65,34</b>
Hombres	52,62	46,95	52,82	49,28	54,28	49,32	49,22	48,11	45,70
Mujeres	109,81	85,88	95,46	95,79	110,96	95,90	108,15	96,73	89,64
<b>TASA DE OFERTA POTENCIAL (PET/PT)</b>	<b>76,48</b>	<b>75,57</b>	<b>75,01</b>	<b>74,49</b>	<b>78,78</b>	<b>76,65</b>	<b>78,67</b>	<b>79,08</b>	<b>78,84</b>
Hombres	74,70	74,09	73,53	72,98	77,25	75,21	77,37	78,13	77,70
Mujeres	78,13	76,96	76,44	75,91	80,24	78,04	79,88	79,96	79,95
<b>TASA BRUTA DE PARTICIPACIÓN (PEA/PT)</b>	<b>42,89</b>	<b>45,77</b>	<b>43,53</b>	<b>43,68</b>	<b>43,89</b>	<b>45,01</b>	<b>44,90</b>	<b>46,46</b>	<b>47,68</b>
Hombres	48,95	50,42	48,11	48,89	50,07	50,37	51,85	52,76	53,33
Mujeres	37,24	41,41	39,11	38,77	38,03	39,83	38,38	40,65	42,16
<b>TASA GLOBAL DE PARTICIPACIÓN (PEA/PET)</b>	<b>56,09</b>	<b>60,56</b>	<b>58,03</b>	<b>58,63</b>	<b>55,70</b>	<b>58,72</b>	<b>57,08</b>	<b>58,75</b>	<b>60,48</b>
Hombres	65,52	68,05	65,44	66,99	64,82	66,97	67,02	67,52	68,64
Mujeres	47,66	53,80	51,16	51,08	47,40	51,05	48,04	50,83	52,73
<b>TASA DE OCUPACIÓN (PO/PET)</b>	<b>51,90</b>	<b>55,42</b>	<b>52,98</b>	<b>55,01</b>	<b>51,17</b>	<b>54,03</b>	<b>52,70</b>	<b>56,15</b>	<b>57,51</b>
Hombres	61,45	62,97	60,65	63,62	60,43	62,21	62,80	65,27	66,11
Mujeres	43,38	48,60	45,88	47,23	42,72	46,42	43,52	47,91	49,33
<b>TASA GLOBAL DE OCUPACIÓN (PO/PEA)</b>	<b>92,54</b>	<b>91,50</b>	<b>91,31</b>	<b>93,83</b>	<b>91,85</b>	<b>92,01</b>	<b>92,33</b>	<b>95,57</b>	<b>95,09</b>
Hombres	93,78	92,53	92,69	94,97	93,24	92,89	93,71	96,67	96,32
Mujeres	91,01	90,33	89,68	92,47	90,13	90,93	90,59	94,25	93,56
<b>TASA DE DESEMPLEO ABIERTO (PDA/PEA)<sup>(1)</sup></b>	<b>7,46</b>	<b>8,50</b>	<b>8,69</b>	<b>6,17</b>	<b>8,15</b>	<b>7,99</b>	<b>7,67</b>	<b>4,43</b>	<b>4,91</b>
Hombres	6,22	7,47	7,31	5,03	6,76	7,11	6,29	3,33	3,68
Mujeres	8,99	9,67	10,32	7,53	9,87	9,07	9,41	5,75	6,44
<b>TASA DE CESANTÍA (PDC/PEA)</b>	<b>5,73</b>	<b>6,80</b>	<b>7,02</b>	<b>4,74</b>	<b>6,21</b>	<b>5,27</b>	<b>4,70</b>	<b>3,10</b>	<b>3,35</b>
Hombres	4,84	6,29	6,05	4,07	5,16	4,53	3,66	2,50	2,72
Mujeres	6,82	7,38	8,17	5,54	7,52	6,16	6,03	3,82	4,12

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

ENCUESTAS DE MEJORAMIENTO DE CONDICIONES DE VIDA (MECOVI 2000 - 2002), ENCUESTA CONTINUA DE HOGARES 2003 - 2004, ENCUESTA DE HOGARES 2005 - 2009

<sup>(1)</sup> A partir del 2009, la cifra oficial sobre Tasa de Desempleo Abierto se calcula en base a los datos que provienen de la Encuesta de Empleo, realizada en las 9 ciudades capitales incluida la ciudad de El Alto.

Así como también el ingreso promedio mensual en la ocupación y de acuerdo a la categoría del empleo tanto de hombres como mujeres se puede observar que del año 2007-2009 tuvo un aumento de 1.057,26 bs a 1.335,08 bs. y más específicamente en la categoría de empleada (o) del hogar un incremento de 783.92 bs a 1144.68 bs.

**Cuadro N° 3.04.04.04**

**BOLIVIA: INGRESO PROMEDIO MENSUAL EN LA OCUPACIÓN PRINCIPAL, SEGÚN SEXO Y CATEGORÍA EN EL EMPLEO, 2000 - 2009**

**(En Bolivianos)**

CATEGORÍA EN EL EMPLEO	2005	2006	2007	2008	2009
<b>TOTAL</b>	<b>874,44</b>	<b>924,78</b>	<b>1.057,26</b>	<b>1.209,10</b>	<b>1.335,08</b>
Obrero (a)	966,97	920,16	1.118,55	1.507,56	1.794,67
Empleado (a)	1.722,10	1.930,98	1.946,45	1.980,48	1.993,53
Trabajador (a) por cuenta propia	698,68	702,53	857,95	1.125,50	1.176,10
Patrón, socio o empleador que sí recibe remuneración	6.423,95	2.860,06	5.945,33	6.399,92	4.020,21
Patrón, socio o empleador que no recibe remuneración	2.498,94	2.783,89	2.755,48	2.623,06	3.718,84
Cooperativista de producción	1.802,28	2.039,50	2.962,53	2.290,85	2.744,04
Empleada (o) del hogar	555,86	727,15	783,92	1.298,39	1.144,68
<b>HOMBRES</b>	<b>1.099,69</b>	<b>1.205,10</b>	<b>1.337,34</b>	<b>1.548,85</b>	<b>1.649,40</b>
Obrero (a)	1.024,36	980,69	1.183,17	1.597,01	1.877,51
Empleado (a)	1.920,43	2.255,73	2.144,01	2.219,07	2.208,43
Trabajador (a) por cuenta propia	763,27	778,33	940,78	1.323,39	1.335,16
Patrón, socio o empleador que sí recibe remuneración	7.584,86	3.092,34	6.196,46	7.335,38	4.424,51
Patrón, socio o empleador que no recibe remuneración	2.340,83	2.990,44	3.122,60	2.868,68	3.255,15
Cooperativista de producción	1.880,77	2.039,50	3.130,05	2.290,85	2.744,04
Empleada (o) del hogar	561,83	994,60	891,92	1.498,44	1.243,48
<b>MUJERES</b>	<b>595,30</b>	<b>581,28</b>	<b>712,80</b>	<b>798,99</b>	<b>946,75</b>
Obrero (a)	538,66	435,66	605,14	785,50	991,32
Empleado (a)	1.419,42	1.452,49	1.641,27	1.655,09	1.688,78
Trabajador (a) por cuenta propia	615,02	587,26	750,98	866,19	961,78
Patrón, socio o empleador que sí recibe remuneración	1.633,27	2.243,95	5.129,97	3.712,13	1.993,55
Patrón, socio o empleador que no recibe remuneración	2.979,07	2.000,06	1.771,92	1.812,69	5.096,85
Cooperativista de producción	1.280,71		901,04		
Empleada (o) del hogar	555,72	706,88	779,06	1.270,28	1.135,12

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

## ANEXO 8: EMPLEADAS DOMESTICAS EN LA PROVINCIA CERCADO

BOLIVIA: RESULTADO DEL CENSO NACIONAL DE POBLACION Y VIVIENDA 2012, POR DEPARTAMENTO SEXO

Departamento	Censo2001			Censo2012		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Tarija	50,08%	49,92%	391.226	50,32%	49,68%(252.750)	508.757
Bolivia	50,16%	49,84	8.274.325	50,07%	49,93%(5.187.683)	10.389.913

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

ANEXO DS N°1672 BOLIVIA: POBLACION SEGÚN MUNICIPIO		
DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y MUNICIPIO	CENSO 2012	
	Población	Factor de distribución
<b>TARIJA</b>	508.757	4,8
Cercado	205.346	2,05
Tarija	205.346	2,05
<b>ANICETO ARCE</b>	53.081	0,53

Según los datos del INE (2012):

- El **5,26 %** de la Población Femenina del departamento de Tarija son **Empleadas Domesticas**.
- La población de la **provincia Cercado** del departamento de Tarija es de **205.346** habitantes; al tener en cuenta que el 49,68% de la población son mujeres, entonces, en la provincia cercado existen:  $(205.346 * 49,68\%) = \mathbf{102.015 \text{ mujeres}}$ .

TOTAL EMPLEADA DOMESTICA (TARIJA) =  $(102.015 * 5,26 \%) = \mathbf{5.365}$

### TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA:

- El 34,68% de la población masculina son trabajadores por cuenta propia.
- En la ciudad de Tarija habita 103.330 hombres.  $(50,32\% * 205.346)$ .

TOTAL TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA =  $(103.330 * 34,68\%) = \mathbf{35.834}$

**NOTA:** según datos recientes de Bolivia (según INE): el **23% de la población masculina trabaja en hogares privados**, lo cual se tomará como una base de dato para calcular la competencia de nuestra empresa en relación a personas que ofrecen sus servicios en hogares para la solución de problemas de gasfitería, plomería, pintura y cerrajería.

TOTAL TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA =  $(23\% * 35.834) = \mathbf{8.241}$

## **ANEXO 9. OBSERVACIÓN DIRECTA ESTRUCTURADA**

Las observaciones serán realizadas antes, durante y después de que el cliente se haya apersonado a las distintas interpretaciones de la empresa empresa. Los puntos que se observarán son:

- Quienes acuden al negocio
- Quien es la persona que toma las decisiones
- ¿cuáles son las preguntas más frecuentes que realiza al adquirir el servicio?
- ¿Qué aspectos del servicio llaman más la atención del cliente?

## **CONCLUSION DE LAS OBSERVACIONES DIRECTAS A:**

### **“ELVA ROXANA VEGA”**

#### **CLIENTES**

- Quienes acuden al negocio.

Se consideró como los clientes acuden a la empresa, para cotizar el servicio de limpieza, que factores son los que consideran relevantes, aunque se pudo observar que son muy pocos los que van a hacer a la empresa las cotizaciones, mas al contrario se llegan a comunicarse con la empresa a través de una llamada telefónica.

- Quien es la persona que toma las decisiones

En la mayoría de los casos las personas acudían solas a las empresas, preguntando específicamente por la marca del producto, características del mismo. Aunque así como también se pudo observar que existen clientes que prefieren trabajar con otra empresa al no haber llegado a tener unas dos metros.

- ¿cuáles son las preguntas más frecuentes que realiza al adquirir el servicio?

Las preguntas mas frecuentes son respecto, al precio, industria, marca su rendimiento, las ventajas que da el uso de ese servicio.

- ¿Qué aspectos del servicio influyen en el momento de adquirir el servicio?

El factor que mayor influye es el precio y las recomendaciones de la persona que esta brindando de la grabación de la limpieza. En algunos casos se observo que en algunos la empresa si se divirtió.

**CONCLUSION DE LAS OBSERVACIONES DIRECTAS A:  
“RE-LIMPIA”**

**CLIENTES**

- **Quienes acuden al negocio.**

En este sentido cabe resaltar que al igual que en la anterior observación se considero el echo de que consumidores finales se acerquen a preguntar a la empresa, es decir levanten algún tipo de datos de la misma.

- **Quien es la persona que toma las decisiones**

Así como también se pudo observar que el mando directo y único prácticamente es del gerente y que el resto del personal no tiene una influencia significativa en la toma de decisiones de la empresa, pero la decisión final la tiene el cliente se necesita.

- **¿cuáles son las preguntas más frecuentes que realiza al adquirir el servicio?**

Las preguntas mas frecuentes al igual que en la anterior observación del cliente hacia la empresa son respecto, al precio, industria, marca su rendimiento, las ventajas que da el uso de ese servicio.

- **¿Qué aspectos del servicio influyen en el momento de adquirir el servicio?**

En esta segunda observación también se pudo analizar que el factor que más influye al momento de adquirir el servicio es por una parte el precio y también consideran la confianza que pueda dar la empresa y la confiabilidad del servicio, etc.

## **CONCLUSION DE LAS OBSERVACIONES DIRECTAS A: “MUY LIMPIECITO”**

### **CLIENTES**

- **Quienes acuden al negocio.**

De la cantidad reducida de clientes que va a realizar cotizaciones a las empresas de servicio de limpieza, se pudo rescatar que los clientes prefieren comunicarse por línea telefónica y no así ir personalmente a la empresa.

- **Quien es la persona que toma las decisiones**

Al igual que en las anteriores observaciones que se puede hacer, en Muy Limpiecito la persona indicada para la toma de decisiones es el gerente de la misma aunque en esta el personal tiene cierto grado de participación, ya que al ser 7 personas ya tienen a un encargado para que no todo lo haga el gerente.

- **¿cuáles son las preguntas más frecuentes que realiza al adquirir el servicio?**

El precio del servicio, la calidad del mismo, características porque es diferente que los demás, la descripción de los servicios y sus atributos.

- **¿Qué aspectos del servicio influyen en el momento de adquirir el servicio?**

El aspecto que más influye en la adquisición de cierto servicio es el precio, pero así como también las personas muchas veces consideran algo importante el concepto de recomendaciones externas.

## **CONCLUSION DE LAS OBSERVACIONES DIRECTAS A:**

### **“NANCY ROSEMANRY”**

#### **CLIENTES**

- **Quienes acuden al negocio.**

Se observó donde las personas acuden por una limpieza domiciliar, debido a que ambos jefes de familia tienen q salir a buscar trabajo y el echo de contratar a una empresa desliga a la familia a tener que preocuparse por beneficios sociales.

- **Quien es la persona que toma las decisiones**

Al igual que en las anteriores observaciones que se puede hacer, en Nancy Rosemanry la persona indicada para la toma de decisiones es el gerente de la misma aunque en esta el personal tiene cierto grado de participación, ya que al ser 7 personas ya tienen a un encargado para que no todo lo haga el gerente.

- **¿cuáles son las preguntas más frecuentes que realiza al adquirir el servicio?**

El precio del servicio, la calidad del mismo, características porque es diferente que los demás, la descripción de los servicios y sus atributos. Son alguna de las preguntas que se presentan y toman en cuenta para que el cliente adquiera el servicio.

- **¿Qué aspectos del servicio influyen en el momento de adquirir el servicio?**

El aspecto que más influye en la adquisición de cierto servicio es el precio, pero así como también las personas muchas veces consideran algo importante el concepto de recomendaciones externas, que el servicio sea de acorde a las necesidades que se tenga.

## **CONCLUSION DE LAS OBSERVACIONES DIRECTAS A:**

### **“SERVI FABI”**

#### **CLIENTES**

- **Quienes acuden al negocio.**

Las personas que acuden al negocio son relativamente muy pocas ya que la empresa en si, es la que va a visitar a sus clientes y a proponer ciertas ofertas.

- **Quien es la persona que toma las decisiones**

Servi Fabi se caracteriza porque la toma de las decisiones es llevada a cabo por el gerente de la misma, pero en cuanto a la adquisición del servicio o el rechazo del mismo la decisión la toma el cliente que muchas veces es uno de los jefes del hogar o un encargado de alguna institución.

- **¿Cuáles son las preguntas más frecuentes que realiza al adquirir el servicio?**

El precio del servicio, la calidad del mismo, la garantía que tiene la empresa hacia el cumplimiento del servicio, la descripción de los servicios y sus atributos. Son alguna de las preguntas que se presentan y toman en cuenta para que el cliente adquiera el servicio.

- **¿Qué aspectos del servicio influyen en el momento de adquirir el servicio?**

El aspecto que más influye en la adquisición de cierto servicio es el precio, la confianza que brinde el personal respecto de las características del servicio y así como también muchas veces se considera el concepto de recomendaciones externas y que el servicio sea de acorde a las necesidades y exigencias que se tenga.

## **CONCLUSION DE LAS OBSERVACIONES DIRECTAS A:**

### **“LA ESCOBA”**

#### **CLIENTES**

- **Quienes acuden al negocio.**

Las personas que acuden al negocio son mayormente aquellas que requieren el alquiler de maquinaria de limpieza tales como alquiler de aspiradoras y en una menor cantidad los que requieren en forma directa la prestación del servicio de limpieza.

- **Quien es la persona que toma las decisiones**

En cuanto a que si la decisión es la adquisición del servicio o rechazo del mismo, la decisión final es del cliente, es por esto que mientras mejores se tenga por parte de las empresas mejores tratos se van a tener.

- **¿Cuáles son las preguntas más frecuentes que realiza al adquirir el servicio?**

Las preguntas más frecuentes que realizan los clientes a la empresa están enfocadas en descripción del servicio, las características, limpieza de baños, etc.

- **¿Qué aspectos del servicio influyen en el momento de adquirir el servicio?**

El aspecto que más influye en la adquisición de cierto servicio es el precio, la confianza que brinde el personal respecto de las características del servicio y así como también muchas veces se considera el concepto de recomendaciones externas y que el servicio sea de acorde a las necesidades y exigencias que se tenga.

## ANEXO 10: ENCUESTA

El presente cuestionario tiene por finalidad obtener información del mercado de la ciudad de Tarija, respecto a gustos y preferencias para la adquisición del servicio de limpieza. En este sentido, solicitamos a usted nos ayude con el llenado de este cuestionario.

### CUESTIONARIO

N° de encuesta:.....

Marque con “X” o “√” la alternativa de la respuesta que vea conveniente.

1. ¿Ha necesitado en algún momento los servicios de Plomería, Pintura, Limpieza, Cerrajería, Mantenimiento de Jardines y Piscinas?  
 SI  NO

Si la pregunta anterior contestó **SI**. ¿Cuáles son estos servicios? (puede marcar más de una opción). **NO**, vaya a la pregunta 4

- Plomería  Mantenimiento De Jardines  
 Pintura  Mantenimiento De Piscinas  
 Limpieza  OTROS: Especifique por favor.....  
 Cerrajería

2. Con relación a la anterior pregunta. ¿Con qué frecuencia contrata usted este servicio?

SERVICIO	FRECUENCIA					
	DIARIO	SEMANAL	QUINCENAL	MENSUAL	OCASIONES ESPECIALES	OTROS: Especifique por favor
Plomería						
Pintura (m <sup>2</sup> )						
Limpieza						
Cerrajería						
Mantenimiento de jardines						
Mantenimiento de piscinas						
Otros						

3. Con relación a la anterior pregunta. ¿Cuánto pago por el servicio (al adquirir solo una vez)?

SERVICIO	COSTO			
	30 – 60Bs	61 – 90Bs	91 – 120 Bs	Mas de 120Bs. Especifique por favor
Plomería				
Pintura (m <sup>2</sup> )				
Limpieza				
Cerrajería				
Mantenimiento de jardines				
Mantenimiento de piscinas				
Otros				

4. ¿Cree usted que para realizar estos trabajos en el hogar es indispensable que alguien le garantice seguridad y responsabilidad del personal?  
 SI  NO

5. ¿Quien cree usted que puede brindarle mayores garantías de seguridad y responsabilidad en el trabajo solicitado? (marque una opción)  
 Una persona particular  
 Una empresa dedicada a este tipo de servicios

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

SI

Si su respuesta es **SI**. ¿Cuál de las siguientes empresas? (puede marcar más de una opción)

RE-LIMPIA

ELVA ROXANA VEGA

MUY LIMPIECITO

NANCY ROSEMARY

SERVI FABI

LA ESCOBA

OTROS: Especifique por favor.....

NO

Si su respuesta es **NO**. ¿Porque no contrato los servicios de esta empresa? (marque una opción). Vaya a la **P.8**

Falta de dinero

Muy costoso

No conozco de este servicio

No he tenido la oportunidad

7. ¿Está conforme con el servicio que recibió?

SI

Si su respuesta es **SI**. ¿Por qué? (marque una opción)

Precios adecuados

Servicio de calidad

Seguridad

OTROS: Especifique por favor.....

NO

Si su respuesta es **NO**. ¿Por qué? (marque una opción)

Falta de profesionalismo

No lleno mis expectativas

No dejaron limpio

OTROS: Especifique por favor.....

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

SI

Si su respuesta es **SI**. ¿Por qué? (marque una opción)

Ahorro de tiempo

Facilita las labores del hogar

Trabajo profesional

Por comodidad

Por estatus

OTROS: Especifique por favor.....

NO

Si su respuesta es **NO**. ¿Porque? (marque una opción)

Estoy conforme con mi personal particular

No necesito

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por adquirir una vez un servicio, organizado, garantizado y cumpliendo la ley laboral?

SERVICIO	COSTO		
	50 – 100 Bs	101 – 150Bs	Mas de 150Bs.
Plomería			
Pintura (m <sup>2</sup> )			
Limpieza			
Cerrajería			
Mantenimiento de jardines			
Mantenimiento de piscinas			

10. ¿Mediante que medio le gustaría enterarse de los servicios de una empresa que provee servicios domésticos para su hogar?(marque una opción)

Correo electrónico

Redes sociales

Volantes

Radio

Televisión

OTROS: Especifique por favor....

Profesión u ocupación del “Jefe de Hogar” F:.....

M:.....

**¡GRACIAS!**



**ANEXO 11: TOTAL HOGARES DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS EN LAS ZONAS URBANAS INTENSIVA DE LA CIUDAD DE TARIJA**

	DISTRITO	BARRIOS DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS	2006			TOTAL HOGARES POR ZONAS	2012			TOTAL HOGARES POR ZONAS
			POBLACIÓN	TOTAL HOGARES			POBLACIÓN	TOTAL HOGARES		
				VIVIENDA	TAMAÑO PROMEDIO DEL HOGAR			VIVIENDA	TAMAÑO PROMEDIO DEL HOGAR	
<b>ÁREA PATRIMONIAL (zonas residenciales)</b>	1	Molino	3.804	<b>902</b>	4,2	<b>7.821</b>	4.750	<b>1.357</b>	3,5	<b>11.164</b>
	2	San Roque	7.074	<b>1.735</b>	4,1		8.833	<b>2.523</b>	3,5	
	3	Las Panosas	6.083	<b>1.471</b>	4,1		7.595	<b>2.170</b>	3,5	
	4	La Pampa	6.441	<b>1.626</b>	4		8.042	<b>2.297</b>	3,5	
	5	Virgen De Fátima	8.086	<b>2.087</b>	3,9		9.859	<b>2.817</b>	3,5	
<b>ZONA RESIDENCIAL ALTA</b>	6	La Loma	17.612	<b>1.339</b>	4,3	<b>8.858</b>	7.126	<b>2.036</b>	3,5	<b>13.444</b>
		El Carmen	848	<b>189</b>	4,5		1.046	<b>299</b>	3,5	
		Los Alamos	393	<b>86</b>	4,6		491	<b>140</b>	3,5	
	8	Eduardo Avaroa	9.918	<b>2.191</b>	5		11.884	<b>3.395</b>	3,5	
		San José	3.087	<b>785</b>	4		3.854	<b>1.101</b>	3,5	
	9	Pedro Antonio Flores	2.895	<b>595</b>	5		3.570	<b>1.020</b>	3,5	
		La Salamanca	1.342	<b>286</b>	5		1.676	<b>479</b>	3,5	
		Narciso Campero	4.717	<b>99</b>	4,8		5.390	<b>1.540</b>	3,5	
	10	Juan Nicolai	620	<b>153</b>	4		774	<b>221</b>	3,5	
		Juan XXII	4.603	<b>1.020</b>	5		5.248	<b>1.499</b>	3,5	
		Rosedal	825	<b>181</b>	5		1.018	<b>291</b>	3,5	
	13	Senac	3.777	<b>743</b>	5		4.566	<b>1.305</b>	3,5	
		Tabladita I	4.988	<b>910</b>	5		5.046	<b>1.442</b>	3,5	
Tabladita II		1.406	<b>281</b>	5	1.631	<b>466</b>	3,5			
<b>ZONA RESIDENCIAL MEDIA</b>	10	Areopuerto	3.643	<b>824</b>	4	<b>1.979</b>	4.311	<b>1.231</b>	3,5	<b>3.134</b>
		San Jorge I	2.915	<b>562</b>	5		3.390	<b>969</b>	3,5	
		San Jorge II	244	<b>54</b>	5		468	<b>133</b>	3,5	
	11	Tejar	515	<b>106</b>	5		643	<b>184</b>	3,5	
		La Terminal	1.829	<b>433</b>	4		2.159	<b>617</b>	3,5	
<b>ZONA RESIDENCIAL BAJA</b>	11	Petrolero	413	<b>85</b>	5	<b>804</b>	516	<b>147</b>	3,5	<b>1.310</b>
	12	San Martín	1.799	<b>433</b>	4		2.246	<b>642</b>	3,5	
		Aranjuez Sud	785	<b>143</b>	5		930	<b>266</b>	3,5	
		Miraflores	726	<b>143</b>	5		894	<b>255</b>	3,5	

La demanda de viviendas en la ciudad de Tarija aumente día a día, por lo que se hace necesario hacer una proyección de dicho crecimiento. “Para proyectar el tamaño de las personas por hogares se calcula que irá disminuyendo de 4,2 personas en el 2001 hasta 3,7 personas en el 2011 y 3,5 personal en el 2016”.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> “Diagnostico Urbano Del Municipio De Tarija”, Honorable Alcaldía Municipal de la Ciudad de Tarija y la Provincia Cercado, pág. 145.

## ANEXO 12: DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

### POBLACIÓN

**Elemento:** Hombres o Mujeres jefes de hogar.

**Unidad:** Hogares de ingresos medios y altos.

**Extensión:** Zonas Residenciales de la ciudad de Tarija.

**Tiempo:** Mes septiembre 2013.

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
<b>TOTAL</b>	<b>29.052</b>

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

### ZONAS RESIDENCIALES DE LA CIUDAD DE TARIJA:

**Definición de Zona residencial:** Parte de una ciudad, destinada principalmente a viviendas, donde por lo general residen las clases más acomodadas, a diferencia de los barrios populares, industriales y comerciales.

- **Área patrimonial:** es el área más antigua de la ciudad, en la que se encuentran áreas residenciales, gran parte de edificios de carácter institucional, comerciales y de servicios. Al interior de esta zona se encuentran cohabitando los conjuntos habitacionales y edificios, más representativos de diferentes épocas. En esta zona se tienen presencia de viviendas comercio.
- **Zona residencial de alta densidad:** esta zona es como área de uso residencial exclusivo, esta zona radica en que está constituida por los barrios más antiguos y los más consolidados de la mancha urbana, tanto por los servicios urbanos como por sus equipamientos.

- **Zona residencial de media densidad:** esta zona se encuentra en proceso de consolidación, presentando cierta homogeneidad en su configuración físico espacial. La zona es propicia para la incorporación de equipamientos.
- **Zona residencial de baja densidad:** son aéreas donde si bien se da el uso residencial, existen parcelas de sectores agrícolas.<sup>1</sup>

## MÉTODO DE MUESTREO

Se eligió un sistema de muestreo adecuado para esta investigación, pues para la determinación de la muestra de los hogares que serán encuestados, se aplicó la fórmula de muestreo probabilística, específicamente, la técnica de Muestreo Estratificado. El cual nos permitirá tener una precisión conocida en algunos estratos de la población.

Para realizar la prueba piloto y determinar la probabilidad de éxito y fracaso se utilizo el muestreo no probabilístico, optando la técnica de muestreo por juicio.

A continuación se detalla los resultados de la Prueba Piloto:

De los hogares encuestados, se determinó la proporción de éxito y la proporción de fracaso (p, q).

- ✚ La primera (**p**); es la proporción de hogares que van adquirir el servicio de una nueva empresa de limpieza y mantenimiento de hogares.
- ✚ La segunda, (**q**); es la proporción de hogares que no van a adquirir el servicio de una nueva empresa de limpieza y mantenimiento de hogares.

Los datos se obtuvieron de 20 hogares de las zonas residenciales de la ciudad de Tarija.

---

<sup>1</sup> "Plan Municipal de Ordenamiento Territorial: Plan de Uso del Suelo Área Urbana", Gobierno Municipal de la Ciudad de Tarija y la Provincia Cercado, artículo PDF, pag.83.

## ENCUESTA PILOTO

El presente cuestionario tiene por finalidad obtener información de los hogares de la ciudad de Tarija, respecto a la aceptación de una nueva empresa que ofrecerá servicios de limpieza y mantenimiento. En este sentido, solicitamos a usted, nos ayude con el llenado de este cuestionario.

### CUESTIONARIO

N° de encuesta:.....

Marque con “X” o “√” la alternativa de la respuesta que vea conveniente.

1. ¿Contrataría usted los servicios de limpieza y mantenimiento de hogares de una nueva empresa?

( ) SI

( ) NO

**¡GRACIAS!**

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

- Dato de la encuesta piloto

PREGUNTA	SI	NO	TOTAL
¿Contrataría usted los servicios de limpieza y mantenimiento de hogares de una nueva empresa?	18	2	20

P= 0,9

Error permitido (d)= 0,5

Q=0,1

Intervalo de Confianza (1-d) =95%

Datos para la muestra de estudiantes:

N°	EXTRACTO	Nh
1	Area Patrimonial	11.164
2	Zona Residencial Alta	13.444
3	Zona Residencial Media	3.134
4	Zona Residencial Baja	1.310
<b>TOTAL (N)</b>		<b>29.052</b>

- Tamaño de muestra Provisional

$$n_o = \text{Provisional}$$

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

**Donde:**

$n_o$ = provisional

$N$ = Tamaño de la población

$N_h$ = Total de unidades en cada estrato en la población

$$Z^{e/2} = 1,96$$

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

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

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

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

- **Tamaño de muestra Definitiva**

$$n = \textit{Definitiva}$$

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

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

- **Asignación Proporcional de la Muestra**

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

$$n_{h(1)} = \frac{11.164}{29.052} * 138 = 53,030 \approx \mathbf{53}$$

$$n_{h(2)} = \frac{13.444}{29.052} * 138 = 63,86 \approx \mathbf{64}$$

$$n_{h(3)} = \frac{3.134}{29.052} * 138 = 14,89 \approx \mathbf{15}$$

$$n_{h(4)} = \frac{1.310}{29.052} * 138 = 6,22 \approx \mathbf{6}$$

<b>EXTRACTO</b>	<b>ZONAS DE LA CIUDAD DE TARIJA</b>	<b>(N<sub>h</sub>)</b>	<b>n<sub>h</sub></b>
<b>1</b>	Área Patrimonial	11.164	53
<b>2</b>	Zona Residencial Alta	13.444	64
<b>3</b>	Zona Residencial Media	3.134	15
<b>4</b>	Zona Residencial Baja	1.310	6
<b>TOTAL</b>		<b>29.052</b>	<b>138</b>

### ANEXO 13: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

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

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

**Donde:**

$D_f$  = Demanda Futura

$D_a$  = Demanda Actual

r= Tasa de crecimiento periódico (%)

n= tiempo

#### AÑO 2013

**Datos:**

$D_f$  =?

$D_a$  = 29.052

r= 3,77 %

n= 1 año

$$D_{2013} = 29.052 * (1 + 0,0377)^1$$

$$D_{2013} = 30.147$$

#### AÑO 2014

$D_f$  =?

$D_a$  =30.147

r= 3,77 %

n= 1 año

$$D_{2014} = 30.147 * (1 + 0,0377)^1$$

$$D_{2014} = 31.284$$

#### AÑO 2015

**Datos:**

$D_f$  =?

$$D_{2015} = 31.284 * (1 + 0,0377)^1$$

$$D_{2015} = 32.463$$

$$D_a = 31.284$$

$$r = 3,77 \%$$

$$n = 1 \text{ año}$$

### AÑO 2016

**Datos:**

$$D_f = ?$$

$$D_a = 32.463$$

$$r = 3,77 \%$$

$$n = 1 \text{ año}$$

$$D_{2013} = 32.463 * (1 + 0,0377)^1$$
$$D_{2016} = \mathbf{33.687}$$

### AÑO 2017

**Datos:**

$$D_f = ?$$

$$D_a = 33.687$$

$$r = 3,77 \%$$

$$n = 1 \text{ año}$$

$$D_{2013} = 33.687 * (1 + 0,0377)^1$$
$$D_{2017} = \mathbf{34.957}$$

### AÑO 2018

**Datos:**

$$D_f = ?$$

$$D_a = 34.957$$

$$r = 3,77 \%$$

$$n = 1 \text{ año}$$

$$D_{2013} = 34.957 * (1 + 0,0377)^1$$
$$D_{2018} = \mathbf{36.275}$$

#### ANEXO 14: PLAN DE VENTAS

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

N°	EXTRACTO	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%
	<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN
ÁREA PATRIMONIAL	ZONA RESIDENCIAL ALTA
<b>11.164 (38% del mercado)</b>	<b>13.444 (46% del mercado)</b>
Hogares con ingresos medios y altos	Hogares Con Ingresos Medios Y Altos

Fuente: Elaboración propia en base a la investigación de campo

Demanda insatisfecha del mercado año 2014:

$$18769 * 38\% = 7132$$

$$18769 * 46\% = 8634$$

Demanda total insatisfecha = 15766

Se pretende abarcar el 1° año el 2% de la demanda insatisfecha = 315 viviendas al año

SERVICIOS	DEMANDA	VIVIENDAS POR AÑO	VIVIENDAS POR DIA
PLOMERIA	15%	346	1.11 ≈ 1
PINTURA	10%	231	0,74 ≈ 1
LIMPIEZA	33%	762	2.44 ≈ 2
CERRAJERIA	6%	139	0,44 ≈ 1
M. DE JARDINES	17%	392	1.26 ≈ 1
M. DE PISCINAS	13%	300	0,96 ≈ 1

Aproximadamente por día se pretende realizar servicios de limpieza a dos hogares y servicios de mantenimiento a solo un hogar.

Se realizaran los servicios en relación a la cantidad de personal de la parte operativa con lo que cuenta la empresa:

6	Trabajadores de Limpieza
1	Plomero
1	Cerrajero
1	Pintor
1	Jardinero
1	Chofer
<b>14</b>	<b>TOTAL</b>

## PLAN DE VENTAS:

### LIMPIEZA

Se realizaran 2 grupos de 3 personas para realizar 4 servicios de limpieza al día, por cada grupo.

Total servicios de limpieza día= 8 lunes a viernes, sábado 6

Total servicios de limpieza mes= 176 lunes a viernes, sábado 24= 200

La empresa ofrece 3 diferentes paquetes de servicios de limpieza:

PAQUETE	LIMPIEZA	CARACTERISTICAS	PRECIO
PAQUETE A	<b>Básica</b>	Limpieza de 3 dormitorios, 1 cocina y 1 baño	40 Bs.-
PAQUETE B	<b>Intermedia</b>	Limpieza de 4-6 dormitorios, 1 cocina, 2 baños y 1 sala comedor	80Bs.-
PAQUETE C	<b>completa</b>	Limpieza de 7-9 dormitorios, 1 cocina, 3 baños, 1 sala comedor y garaje	100Bs.-

En promedio, el precio de los paquetes es de **70 Bs.-**

### PLOMERÍA:

Debido a que se cuenta con 1 personal de servicio de mantenimiento en relación a plomería, y que se debe abarcar 1 hogar por día, la empresa al principio realizara 1 servicio de mantenimiento de plomería al día y en base al crecimiento de la demanda se realizara la contratación de plomeros eventuales o caso contrario permanente.

### PINTURA:

Debido a que se cuenta con 1 personal de servicio de mantenimiento en relación a pintura, y que se debe abarcar 1 hogar por día, la empresa al principio realizara 1 servicio de mantenimiento de plomería al día y en base al crecimiento de la demanda se realizara la contratación de personas con conocimientos necesarios en pintura. Se deberá realizar los servicios de pintura al día bajo un parámetro de 20 m<sup>2</sup>.

### **CERRAJERÍA:**

Debido a que se cuenta con 1 personal de servicio de mantenimiento en relación a cerrajería y que se debe abarcar 1 hogar por día, la empresa al principio realizara 1 servicio de mantenimiento de cerrajería al día y en base al crecimiento de la demanda se realizara la contratación de cerrajeros.

### **MANTENIMIENTO DE PISCINAS Y JARDINES:**

Debido a que se cuenta con 1 personal de servicio de mantenimiento de piscinas, 1 personal de mantenimiento de jardines y que se debe abarcar 1 hogar por día, la empresa empezara realizando 1 servicio tanto de mantenimiento de jardines como de piscinas por día.

Los precios que en la actualidad se paga en el mercado de este rubro es:

- ✚ Plomería 80Bs.-
- ✚ Pintura por m<sup>2</sup> 12 Bs.-
- ✚ Cerrajería 60Bs.-
- ✚ Mantenimiento de jardines 100Bs.-
- ✚ Mantenimiento de piscinas 100Bs.-

**ANEXO 15: COTIZACIÓN DE MATERIALES**

<b>COTIZACION DE LOS PRECIOS DE MATERIALES</b>			
<b>SERVICIO LIMPIEZA</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>PRECIO</b>
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
<b>TOTAL</b>			<b>162</b>
<b>SERVICIO DE PINTURA</b>			
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
<b>SERVICIO DE GASFITERIA</b>			
Cintas Aislantes	1	rollo	6
Pegamento	1	237 ml	30
<b>SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE PISCINA</b>			
Cloro Granulado	1	5 kg	216
Cloro en Pastillas 20 g	1	5kg	216

## ANEXO 16: INVENTARIO

MES: \_\_\_\_\_ Existencia de Materia Prima \_\_\_\_\_ Año: \_\_\_\_\_ Min.: \_\_\_\_\_ Máx \_\_\_\_\_

FECHA	NÚM. COMP	CONCEPTO	CANTIDAD		
			ENTRADA	SALIDA	EXISTENCIA

Producto: \_\_\_\_\_ Unidad: \_\_\_\_\_ Núm \_\_\_\_\_

- A. El sistema Kardex, presenta alternativas de control basadas en lo que se desea controlar y como procesar.
- B. Sus objetivos es reflejar información útil, inmediata y con mayor exactitud, facilitar la información oportuna de datos.
- C. La ficha proporcionada demuestra la existencia de los materiales, operaciones que se han ejecutado en una etapa de realización administrativa y control exacto de entradas y salidas, los cuales serán respaldados mediante Factura, Notas de Entrega y Notas de Salida de Almacén.

## **ANEXO 17: DESCRIPCIÓN DE LOS RIESGOS EN EL TRABAJO DE LIMPIEZA**

Entre los riesgos más frecuentes a que están expuestos los trabajadores se encuentran los siguientes:

- ✚ Riesgo de caídas de personas
- ✚ Riesgo de golpes
- ✚ Riesgo de cortes

En general, sea cual sea la operación de limpieza que se considere (limpieza de suelos, limpieza de muebles y superficies de trabajo, limpieza de cristales, etc.) aparecen presentes los riesgos citados anteriormente.

### **Principales causas de accidentes por caídas:**

A continuación se describen las causas de este tipo de accidentes, dejando a un lado las caídas derivadas de trabajos en altura.

Las caídas pueden producirse debido a:

- ✚ La propia naturaleza del trabajo, que implica la limpieza de suelos, mediante agua y detergentes.
- ✚ Desplazamiento obligado del trabajador por diferentes zonas del edificio a limpiar.
- ✚ La necesidad de moverse y trabajar sobre suelos húmedos favorece la posibilidad de sufrir resbalones.

Asimismo, los trabajos de encerado, abrillantado y pulido de suelos provocan que éstos se encuentren resbaladizos.

El riesgo de caída es particularmente importante cuando se limpian escaleras, por las que se puede caer si se resbala o simplemente si se pisa mal un escalón, dando lugar a accidentes graves o incluso, mortales.

También son causas frecuentes de caídas los tropezones con cables sueltos o útiles de limpieza (por ejemplo con los cubos) y la presencia de desperfectos o irregularidades en los suelos.

### **Principales causas de accidentes por golpes:**

Los golpes se pueden producir al tener que moverse por zonas angostas y entre mobiliario, para realizar las labores de limpieza.

Otras causas frecuentes de golpes son la caída de objetos, ya sean caídas inesperadas de objetos situados en zonas elevadas o caídas de objetos durante su manipulación.

### **Principales causas de accidentes por cortes:**

Los cortes se producen, en su mayoría, durante la recogida de residuos sólidos, sobre todo al introducir las manos en papeleras y otros recipientes para vaciarlos y al recoger trozos de cristales o de cerámica.

La carencia de guantes adecuados puede dar lugar a pinchazos o cortes con objetos punzantes o afilados que se encuentren depositados en dichos recipientes.

En general, un factor que incrementa el riesgo de accidentes por caídas, golpes o cortes es la iluminación insuficiente.

Para no interferir con el trabajo habitual de la empresa-cliente lo usual es que las tareas de limpieza se lleven a cabo en las horas en que no trabaja nadie en las zonas a limpiar y muchas veces, esto implica trabajar en horario nocturno.

## **RIESGOS DERIVADOS DE LA UTILIZACIÓN DE MÁQUINAS Y EQUIPOS ESPECÍFICOS**

En las barredoras y pulidoras los riesgos más frecuentes son:

- ✓ Golpes y tirones musculares, producidos por movimientos bruscos de la máquina en el momento de su puesta en marcha o de su parada.

Caídas, producidas por tropezones con cables o debido a que el operario, al utilizar la máquina, no se percata de un desnivel en el suelo (presencia de escaleras o cambio de nivel).

- ✓ Exposición a vibraciones y ruido generados por las máquinas. Las vibraciones afectan al sistema mano-brazo y pueden llegar a causar lesiones en articulaciones y vasos sanguíneos de manos y muñecas; el ruido afecta al oído y puede llegar a causar una pérdida importante de la capacidad auditiva.

En los equipos de limpieza mediante chorro a presión, los principales riesgos son:

- ✓ Impacto directo del chorro o por fugas en conductos o conexiones del circuito de alta presión.
- ✓ Golpes por latigazos ocasionados por la rotura de conductos o conexiones o al escapársele la manguera de las manos al operario que la maneja.

Además de los riesgos citados, cuando se utiliza cualquiera de estos equipos y máquinas, están presentes otros riesgos como el de electrocución en los equipos que se conectan a la red eléctrica o el de contacto o inhalación de los productos químicos utilizados.



“SERVI HOUSE” SRL  
Empresa De Servicio Y Mantenimiento Para Hogares

## ANEXO 18: CONTRATO DE TRABAJO

Conste por el presente contrato, que suscriben por una parte .....  
.....  
contara a: .....  
....., que de conformidad con el Art. 5to. De la ley General del Trabajo y las  
siguientes cláusulas.

**PRIMERO.-** .....contrata los servicios de: .....  
..... como empleado por el tiempo de ..... a  
partir de la firma del presente contrato.....

**SEGUNDO.-** El empleado contratado deberá ser cumplido con su trabajo; además acatar las normas de  
honradez y moralidad.....

**TERCERO.-** La empleadora, pagará a un salario mensual de Bs. (.....)  
.....

**CUARTO.-** El presente contrato poder rescindido unilateralmente por la empleadora, cuando el  
empleado incurra en las causales señaladas en el Art. 16 de la Ley General del Trabajo y Art. 9 de su  
decreto reglamentario en vigencia.....

**QUINTO.-** .....  
....., figura como garante del empleado, la misma que  
cumplió con todos los requisitos exigidos por éste Departamento .....

**SEXTO.-** Estando ambas partes de pleno acuerdo con el presente documento, tienen a bien firmar el  
presente contrato en tres ejemplares de un solo tenor para legalidad y constancia tal como manda la Ley  
General del Trabajo y sus cláusulas en actual vigencia.

Fecha: .....200.....

\_\_\_\_\_  
Empleadora  
C.I. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Empleada  
C.I. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Garante  
C.I. \_\_\_\_\_

## ANEXO 19: EVALUACION DEL DESEMPEÑO

### 1. DATOS GENERALES

Nombres del evaluador:

1.1.Nombres del puesto que ocupa:\_\_\_\_\_C.I.\_\_\_\_\_ITEM N°\_\_\_\_\_

1.2.Nombre del Jefe Inmediato superior:\_\_\_\_\_

1.3.Puesto del Jefe Inmediato

1.4.Periodo de Evaluación:\_\_\_\_\_Fecha de evaluación:\_\_\_\_\_

Nº	FACTORES PERSONALES DEL TRABAJADOR EN LA EVALUACION PROFESIONAL	SI	NO
1	Muestra interés por el cargo que ocupa		
2	Cumple con su trabajo (presenta informes puntualmente)		
3	Mantiene en buenas condiciones el equipo que se le asigna		
4	Posee los conocimientos necesarios y requeridos para el puesto		
5	El resultado de su trabajo no es bueno (tiene errores)		
6	Cuenta con experiencia en el trabajo que esta realizando		
7	Normalmente colabora con sus compañeros de trabajo cuando lo requieren		
8	Tiene ideas nuevas para aportar a su trabajo		
9	Los resultados de su trabajo son satisfactorios		
10	Descuida su presentación personal		
11	Presta atención a las condiciones de trabajo (orden)		
12	Demuestra concentración mental en su trabajo		
13	Se queda hora cuando así lo requiere el trabajo		
14	Mantiene limpio y aseado en lugar donde desempeña sus funciones		
<b>TOTAL RESPUESTAS AFIRMATIVAS DIVIDIR ENTRE 14</b>			

**NOTA:** El reporte se basa en mi observación y conocimiento tanto del trabajador como del puesto.

\_\_\_\_\_  
**FIRMA DEL JEFE INMEDIATO SUPERIOR**

\_\_\_\_\_  
**FIRMA SERVIDOR EVALUADO**

**Evaluado:** mi firma indica que he recibido esta evaluación y no así que esté de acuerdo con los resultados





## ANEXO 21: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA SIN IMPUESTO

$$\text{Precio de Venta Unitario} = \frac{\text{Costo Unitario}}{(1 - \text{Margen de la Utilidad})}$$

<b>COSTO UNITARIO</b>	108,3320	111,3417	113,3240	115,4543	117,3487
<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	144,4427	148,4555	151,0987	153,9391	156,4649

Donde:

Margen de la Utilidad= 25%

$$\text{Precio de Venta}_{2014} = \frac{108,3320}{(1 - 0,25)} = 144,4427$$

$$\text{Precio de Venta}_{2015} = \frac{111,3417}{(1 - 0,25)} = 148,4555$$

$$\text{Precio de Venta}_{2016} = \frac{113,3240}{(1 - 0,25)} = 151,0987$$

$$\text{Precio de Venta}_{2017} = \frac{115,4543}{(1 - 0,25)} = 153,9391$$

$$\text{Precio de Venta}_{2018} = \frac{117,3487}{(1 - 0,25)} = 156,4649$$

## **ANEXO 22: DETERMINACIÓN DEL PRECIO CON FACTURA**

$$PV_U \text{ con impuesto} = (PV_u \text{ sin impuesto} * IVA) + PV_u \text{ sin impuesto}$$

**Donde:**

$PV_U$  con impuesto= Precio de Venta con impuesto

$PV_U$  sin impuesto= Precio de Venta sin impuesto

IVA=0,1494

$$PV_U \text{ con impuesto} = (PV_u \text{ sin impuesto} * IVA) + PV_u \text{ sin impuesto}$$

**AÑO 2014:**

$$PV_U \text{ con impuesto} = (144,4427 * 0,1494) + 144,4427$$

$$PV_U \text{ con impuesto} = \mathbf{166,0224}$$

**AÑO 2015:**

$$PV_U \text{ con impuesto} = (148,4555 * 0,1494) + 148,4555$$

$$PV_U \text{ con impuesto} = 170,6348$$

**AÑO 2016:**

$$PV_U \text{ con impuesto} = (151,0987 * 0,1494) + 151,0987$$

$$PV_U \text{ con impuesto} = 173,6728$$

**AÑO 2017:**

$$PV_U \text{ con impuesto} = (153,9391 * 0,1494) + 153,9391$$

$$PV_U \text{ con impuesto} = 176,9376$$

**AÑO 2018:**

$$PV_U \text{ con impuesto} = (156,4649 * 0,1494) + 156,4649$$

$$PV_U \text{ con impuesto} = 179,8408$$

**ANEXO 23: DETERMINACIÓN DEL PAGO DE IMPUESTO**

## FLUJO DE CAJA ECONOMICO

<b>DETERMINACION DEL CREDITO FISCAL IVA Y LOS COSTOS EFECTIVOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COMPRAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Materiales</b>	189465	201401	208999	216894	233528
<b>Gasto de Comercialización</b>	7099	7546	8022	8527	9064
<b>Gasto de Administración</b>	12900	13713	14577	15495	16471
<b>TOTAL FACTURADO</b>	209464	222660	231597	240916	259064
<b>CRÉDITO FISCAL IVA</b>	27230	28946	30108	31319	33678

**DETERMINACIÓN DEL PAGO DE LOS IMPUESTOS DE LEY Y LAS COMPENSACIONES**

<b>CUADRO DE COMPENSACIONES</b>						
<b>COMPENSACIONES</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>DF-IVA (13% S/VENTAS)</b>		100203	106707	112259	118464	129117
<b>CF-IVA (13% S/COMPRAS)</b>	15208	27230	28946	30108	31319	33678
<b>PAGO IVA</b>		57765	77761	82151	87145	95439
<b>COMPENSACIONES DEL IT</b>						
<b>UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS</b>		482608	461093	485489	511722	551992
<b>PAGO IVA</b>		57765	77761	82151	87145	95439
<b>IT</b>		20121	21427	22542	23788	25927
<b>BASE IMPONIBLE</b>		404723	361905	380795	400789	430626
<b>IUE (25%)</b>		101181	90476	95199	100197	107656
<b>IT COMPENSADO</b>		20121	0	0	0	0