

1. ANTECEDENTES.

Según el Censo de la Construcción del Observatorio Urbano (OBU) de la Cámara de la *Construcción* de Santa Cruz (Cadecocruz) a nivel nacional, el 46% por ciento de la población boliviana no cuenta con una casa propia, un 40% de esta de la población del eje troncal de Bolivia no está satisfecha con su vivienda actual y que la población tiene menor intención de compra inmobiliaria con relación a las principales ciudades del país (Cochabamba, Santa Cruz y La Paz). A lo largo de los años se ha podido evidenciar un incremento en el sector de la construcción (edificios, casas, condominios, etc.) en los últimos cinco años, en ese sentido el tema de compra, venta, alquiler de estos ha ido creciendo y es más constante en nuestro país.

Ante esta realidad, se percibe que en la ciudad de Tarija un gran porcentaje viven en alquiler o anticrético y de esa manera se puede ver que hay una conducta al cambio de residencia de la población por situaciones distintas, por ejemplo, situaciones de comodidad o necesidad.

En la actualidad vivimos en un país en constante movimiento y vías de crecimiento no solo en temas de viviendas, sino que también en temas de mudanzas, específicamente en cambios de residencia. En estos últimos años se ha visto que la sociedad o las personas tienen un particular comportamiento a mudarse, ya sea por cambio de empleo, entre otros.

Hay varias razones por las cuales las personas se cambian de casa o residencia, ya sea porque la familia creció y el espacio queda insuficiente y de esta manera, cuando no se planean adecuadamente, esto resulta complicado y tedioso.

Según datos, el 41.08 % de la población tarijeña que conforma un hogar no cuenta con una vivienda propia y vive en situación de alquiler, anticrético o en hacinamiento, según la encuesta hogares, según departamento y tenencia de vivienda 2021 del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

En la ciudad de Tarija todas las mudanzas en la zona céntrica o lugares aledaños se realizan de manera tradicional e informal, es decir, se pide la ayuda de un vecino, familiar o amigos. El presente plan de negocios es sobre el estudio de la viabilidad para la instauración de una empresa que brinde servicios de mudanza (cambio de residencia) en la ciudad de Tarija.

2. JUSTIFICACIÓN.

El presente plan de negocio que se pretende implementar, nace de la necesidad que existe en el mercado por la falta de un servicio de mudanza garantizado en la ciudad de Tarija-Cercado.

Las justificaciones que validan el presente plan de negocios se pueden categorizar en tres: justificación teórica, justificación práctica y justificación científica.

2.1 Justificación teórica.

Este plan de negocios se realiza con el propósito de conocer la viabilidad para iniciar un emprendimiento que brinde un servicio de mudanza a toda la población en la ciudad de Tarija y que sirva como instrumento de apoyo a la sociedad, esta investigación parte de una serie de objetivos nacidos del análisis de la situación actual en lo que respecta a las necesidades que se tiene en nuestro entorno cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta

2.2 Justificación práctica.

La importancia de este plan de negocios es que existe la necesidad de la población al momento de adquirir un servicio confiable, responsable de mudanza o transporte, mejorando la calidad del servicio informal que se brinda actualmente en la ciudad de Tarija

Esta investigación se realiza porque en la ciudad de Tarija existen personas que tienen la necesidad de conseguir un servicio completo y mejorado al que se brinda en la actualidad. De esta manera, se llevará a cabo una investigación más profunda.

La razón fundamental para realizar este emprendimiento es porque en la familia se cuenta con dos vehículos (camiones) de transporte que se lo utiliza, pero no con un objetivo claro y definido; de esa manera poder aplicar los conocimientos teóricos, prácticos que se tiene para iniciar una empresa unifamiliar y así sacar adelante este emprendimiento que brindara un servicio de mudanza incorporando estos vehículos dándoles una función específica y un objetivo claro para así utilizar la maquinaria de manera óptima.

2.3 Justificación científica.

La importancia del emprendimiento se basa en la aplicación de distintas técnicas de investigación como los cuestionarios, entrevistas para la recaudación de información y la aplicación de los métodos científicos, situaciones que pueden ser investigadas por la ciencia, una vez que sean demostradas su validez y confiabilidad de los distintos datos, podrán ser de mucha ayuda para el análisis de la información que necesita el emprendimiento.

En el presente trabajo es muy importante utilizar diagramas que nos permitan expresar las actividades a realizar y los procesos que se llevarán a cabo.

Son necesarias las proyecciones de los distintos indicadores económicos basándose en la información analizada; que pueda comprobar la viabilidad de realizar el proyecto, garantizando su desarrollo para poder aplicarlo, por tanto, es importante el análisis de dicha información y poder visualizar un panorama cuantitativo, cualitativo en el ámbito económico, productivo, financiero del emprendimiento y así de esta manera, se quiere demostrar que un plan de negocios es una herramienta que garantiza la planificación de las metas, los objetivos, las estrategias y las tácticas.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

A continuación, en el planteamiento del problema de investigación se va a describir la idea del servicio, así mismo se hará la identificación de necesidades que se tienen y de las oportunidades que se presentan en el mercado, para poder llevar a cabo el presente plan de negocio.

3.1.Descripción del servicio.

Mediante las necesidades percibidas, se puede visualizar la oportunidad de crear una empresa que brinde un servicio de mudanza de manera eficiente y garantizada.

Brindando un servicio eficiente al momento del manejo de los objetos y/o pertenencias: buen trato al cliente, cumplir con los horarios establecidos, atendiendo las exigencias de los clientes, estableciendo una logística adecuada para la mudanza.

Brindando un servicio garantizado, obteniendo camiones adaptados que brinden la seguridad que serán transportados adecuadamente y comodidad haciendo frente a los daños que puedan ocurrir en la carga, transporte y descarga.

3.2. Identificación de necesidades.

Según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) el 58.92% de personas que conforman un hogar en Tarija cuentan con vivienda propia; mientras que el 41.08 % de la población tarijeña que conforma un hogar no cuenta con una vivienda propia y vive en situación de alquiler, anticrético o en hacinamiento, según la encuesta hogares por departamento y tenencia de vivienda de la gestión 2021 (INE).

Hoy en día la mayoría de las personas tienden a vivir en arrendamiento ya que, en la actualidad, es muy difícil comprar un terreno o una casa por sus elevados precios, de esa manera la gente que carece de una vivienda propia se inclina a vivir en arrendamiento y estas personas tienen un particular comportamiento al cambio de residencia por distintas razones.

El problema radica en la necesidad que tiene la población al momento de cambiarse de domicilio o residencia. No conoce una empresa que preste un servicio de mudanza que asegure el cuidado de sus pertenencias u objetos al momento de vivir esta experiencia.

Debido a todo este tipo de necesidades que se tiene al momento de mudarse, buscando transporte y ayuda para mover los distintos objetos y/o pertenencias, generando inconvenientes para la persona o las personas que pasan esta situación

A pesar de que existe un transporte urbano que ayude al traslado de domicilio de forma tradicional, no se tiene las garantías de manipuleo de los objetos (cargado y descargado) que la población precisa, de esa manera también surge la necesidad de buscar un servicio eficiente al momento de mover las pertenencias u objetos que se tiene.

3.3. Identificación de oportunidades.

En la actualidad, el transporte urbano de la ciudad de Tarija no brinda las garantías correspondientes que la población necesita al momento de requerir un servicio como este, el cual es un problema en el diario vivir de toda persona que se esté mudando de domicilio.

La falta de comodidad al momento de ser transportados los objetos de las personas, hace que el cliente o los clientes se sientan inseguros por el manejo que se les brinda a sus pertenencias, ya que siempre ocurren imprevistos cuando los vehículos están en movimiento, por ejemplo; se pueden llegar a caer las cajas o caso de chocarse los objetos unos a otros en medio camino, esto debido a que no se acomodaron debidamente de manera adecuada las pertenencias que se transportan. De tal manera nace la oportunidad de poder brindar un servicio de mudanza con eficiencia y garantía en la ciudad de Tarija.

4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

La inexistencia de una empresa de mudanza con las características, eficiencia y garantía de un servicio de excelencia en la ciudad de Tarija-Cercado.

5. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN.

En el presente trabajo de investigación se pretende alcanzar un objetivo general y varios objetivos específicos, los cuales son:

5.1.Objetivo General.

Implementar un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica, de mercado, financiera para la implementación de una empresa de mudanza que brinde un servicio de mudanza eficiente y garantizado en la ciudad de Tarija, provincia Cercado.

5.2.Objetivos Específicos.

- Analizar el macro y micro entorno para identificar las oportunidades y riesgos del emprendimiento.
- Identificar las necesidades y preferencias de servicio, de los clientes a través de una investigación de mercado para diseñar un plan de marketing.
- Establecer un plan de operaciones sobre la capacidad productiva y procesos del servicio.
- Determinar la estructura organizacional e integración del personal de recursos humanos para definir las funciones y tareas de todos los miembros del emprendimiento.
- Evaluar la rentabilidad económica y financiera a través del flujo de caja e indicadores como VAN (Valor Actual Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el PR.

6. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

El marco metodológico está referido a la investigación científica, la cual nos llevará a la solución o la respuesta a tales interrogantes que se tiene.

Por lo que el presente trabajo de metodología y técnicas de investigación comprenderá los siguientes métodos de recopilación de información:

6.1. Tipo de investigación. - El tipo de investigación que se llevará a cabo en el proyecto de emprendimiento es la exploratoria y la investigación descriptiva concluyente.

6.2.Métodos y técnicas. - En el presente proyecto de investigación se utilizarán los siguientes métodos detallados a continuación:

6.3. Métodos teóricos.

El método analítico se empleará para la revisión de libros que son una guía para el análisis y la recopilación de información.

El método deductivo se utilizará para poder realizar el razonamiento desde la información más amplia (general) que se tiene hasta llegar a extraer las conclusiones más específicas (concreto)

El método histórico y analógico para revisar, analizar y sacar conclusiones de fuente secundaria.

6.4. Métodos empíricos.

Los métodos estadísticos para poder manejar los datos cuantitativos y cualitativos de manera que se pueda generar los datos y las frecuencias que se necesitara para el análisis de la información.

El método de observación se utilizará para recopilar información de manera directa, para luego analizar el comportamiento dentro del entorno. La observación será un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoyará el investigador para obtener datos de primera mano.

El método de entrevista con los expertos para recabar información de primera manoy la técnica del cuestionario previamente diseñado, que son la fuente de información primaria más importante en la investigación.

Herramientas de análisis de investigación cuantitativa y cualitativa para la formulación de datos primarios.

6.5. Población y muestreo.

Para determinar el tamaño de la población o universo de estudio, se tuvo que extraer información del Instituto Nacional de Estadística encuesta a hogares según tenencia de vivienda gestión 2021 de la ciudad de Tarija.

6.6.Población.

La población de estudio o universo de estudio es el 41.08% de la población tarijeña que no cuenta con una vivienda propia, que vive en alquiler y en anticrético; según datos

del INE, la encuesta hogares según departamento y tenencia de vivienda de la gestión 2021.

6.7. Muestreo.

Se aplicará el muestreo probabilístico – aleatorio simple proporcional con su siguiente fórmula detallada a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * N * q * p}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

6.8. Nomenclatura:

N= Población de estudio o universo de estudio

p= Probabilidad de éxito (probabilidad a favor)

q= Probabilidad de fracaso (probabilidad en contra)

z²= Nivel de confianza permitido elevado al cuadrado

e²= Error muestra permitido (error de estimación) **n**=

Tamaño de la muestra.

Para identificar (**p**) y (**q**) se podrán obtener estos datos mediante una Prueba Piloto, con el propósito de realizar la investigación de mercados que corresponda.

7. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Para poder determinar las características principales, esenciales y necesarias del plan de negocio, se estableció la delimitación teórica, delimitación temporal y delimitación geográfica, las cuales se detallan a continuación:

7.1. Delimitación teórica. - El plan de negocio corresponde al área de marketing, las proyecciones del área de finanzas, la integración de los recursos humanos, también se llevará a cabo la planeación del área de operaciones.

7.2. Delimitación temporal. - La información que se va a recopilar corresponde desde el año 2021 hasta la fecha. Mientras que el plan de negocio corresponderá desde este año 2023 hasta el año 2028.

7.3. Delimitación geográfica. - El presente plan de negocio de una empresa de mudanza se realizará en el departamento de Tarija, más específicamente dicho, en la ciudad de Tarija, provincia Cercado.

CAPITULO II
ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y NATURALEZA DEL
NEGOCIO

II. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.

2.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO.

2.1.1. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.

Con la finalidad de poder identificar oportunidades y riesgos procedentes del comportamiento de variables externas que no son controlables directamente por la empresa, pero que influye de manera directa e indirecta para el emprendimiento del plan de negocio.

Se habla de una serie de factores como los socioculturales, tecnológicos, económicos, políticos y legales. Los cuales se analizarán subsiguientemente:

2.1.1.1. Factor Político- Legal.

Según Kotler y Keller el entorno Político - Legal consiste en leyes, oficinas gubernamentales y grupos de presión que influyen y limitan tanto a las organizaciones como a los particulares. Existen dos tendencias principales que son: el aumento de leyes que rigen a las empresas, y el crecimiento de los grupos de presión. (Kotler & keller, 2012).

En Bolivia, el nuevo modelo económico llevado a cabo por nuestro presidente actual gobierno a la cabeza de Luis Alberto Arce Catacora descrito en el Plan de Desarrollo Económico y Social 2021-2025 nos indica los siguientes puntos importantes:

Plan de Desarrollo Económico y Social 2021-2025 “Reconstruyendo la Economía para Vivir Bien. Hacia la industrialización como instrumento de planificación de mediano plazo se articula al horizonte estratégico establecido en los 13 planes de la agenda patriótica y restituye el exitoso Modelo Económico Social Comunitario Productivo, el cual se basa en el aprovechamiento y maximización de los excedentes generados por los sectores estratégicos.

El vivir bien es un proyecto político que reivindica la cultura de la vida comunitaria en plenitud, en contraposición a la civilización del individualismo, del mercantilismo y de

la modernidad, que se basa en la explotación irracional de la humanidad y de la naturaleza, recuperando las raíces más profundas de nuestra historia y de la identidad de nuestros pueblos. A continuación, tenemos los siguientes lineamientos del PDGES:

Reconstruir la economía reinstaurando el modelo económico social comunitario productivo con la estabilidad macroeconómica

Retomar el rol protagónico del estado a través de la inversión pública y promoviendo la inversión privada y extranjera.

Devolver a la política social el carácter prioritario para el estado, reduciendo la desigualdad económica, social y de género en el marco de la pluralidad.

Implementar programas de empleo y diseñar mecanismos que promuevan el empleo formal y reduzcan las brechas de género en el empleo.

Vivienda digna. - En la agenda patriótica 2025 establece que el 100% de las bolivianas y los bolivianos deberían contar con los medios provistos, organizados y promovidos por el estado para acceder de manera expedita y adecuada en condiciones económicas y sociales a viviendas dignas con servicios básicos que les permitan Vivir Bien. Por esta razón, el estado se encuentra trabajando para contribuir a que la población boliviana pueda ejercer su derecho fundamental a una vivienda adecuada.

Con este esfuerzo se ha constituido en un impulso para ayudar a reducir el déficit mediante la entrega de 27.312 viviendas nuevas y 64.904 viviendas mejoradas hasta el periodo 2020.

Se construyeron y entregaron viviendas bajo modalidades de subsidio y/o crédito, priorizando a familias que se encuentran en situación de vulnerabilidad, como las familias con jefas de hogar que son madres solteras o personas adultas mayores y las familias numerosas de bajos recursos económicos o con algún miembro con discapacidad.

Por otra parte, como resultado de lo establecido en la Ley N° 393 del 21 de agosto de 2013, de Servicios Financieros, se generaron mejores condiciones financieras para acceder a una vivienda propia con bajas tasa de interés de (5% a 6,5%) plazos amplios y financiamiento incluso hasta el 100% del crédito hasta julio del 2021 se ha logrado beneficiar a más de 87.385 familias con créditos de vivienda de interés social con un nivel de financiamiento agregado en la cartera de interés social de Bs 28.353 millones.

En la actualidad, en nuestro entorno mediato hay una serie de normas, leyes, regulaciones que son emitidas por los gobiernos municipales (Alcaldía Municipal de Tarija), gobiernos regionales (Gobernación de Tarija) y gobierno nacional. Entre los organismos reguladores del factor político legal; para que el funcionamiento de este emprendimiento cuente con toda la documentación necesaria al día, se deberá inscribir en el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC), realizar el registro en la Alcaldía Municipal para contar con la licencia de funcionamiento, en Servicio de Impuestos Nacionales para contar con un N.I.T., en el Ministerio de Trabajo

Posteriormente, se mencionarán las normas legales, resoluciones administrativas y decretos supremos que influyen de mayor manera en el funcionamiento y establecimiento de la idea de negocio.

Artículo 308 de la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia

I.- El estado reconoce, respeta y protege a la iniciativa privada que contribuya al desarrollo económico, social y fortalezca la independencia económica del país.

II.- Se garantiza la libertad de las empresas y el pleno ejercicio, de las actividades empresariales, que serán reguladas por la ley.

Ley 441 25 de noviembre de 2013 Evo Morales Ayma. Ley de control de pesos y dimensiones vehiculares en la red vial fundamental. - La presente Ley tiene por objeto, establecer los pesos y dimensiones vehiculares máximos permitidos para la circulación en las carreteras de la Red Vial Fundamental y sus mecanismos de control.

Reglamento (D.S. 28963) a la Ley N° 3467 para Vehículos Automotores del 06/12/2006.- El proceso de regularización de vehículos automotores en donde los vehículos nuevos y/o antiguos deben cumplir con las formalidades aduaneras para su ingreso al país, cabe mencionar que estos no están sujetos a presentar ningún Certificado Técnico, mientras que los vehículos antiguos deben cumplir con esas formalidades aduaneras, pero además están obligados a presentar un certificado medioambiental sobre la emisión de gases de escape y control de sustancias dañinas a la capa de ozono para aquellos vehículos que tengan una antigüedad mayor a 3 años. Pese a las condiciones y disposiciones que se deben cumplir para la importación de vehículos establecidos en el reglamento a la ley 3467

Decreto Supremo N° 1889, 5 de febrero de 2014.- Este decreto modifica el artículo 43 del reglamento a la ley 3467 (D.S. 28963) el cual establece nuevas tasas porcentuales para la importación de vehículos. Para vehículos que tengan una antigüedad de hasta 5 años ya sea a diésel o gasolina pagarán un ICE de hasta un 50%, mientras que los autos nuevos o de origen de gas natural vehicular (GNV) tendrá una tasa del 0%. Con esta medida se trata de desincentivar la adquisición de autos usados e impulsar la compra de automotores cero kilómetros, sin embargo, la adquisición de autos antiguos supera a la de los autos nuevos en el territorio nacional. En la actualidad, la Aduana Nacional sacó una lista de los modelos de vehículos que están autorizados para ingresar al país, así también deben cumplir con una antigüedad de 1 a 5 años para su ingreso a partir del 1 de enero del 2021

<https://boliviaverifica.bo/conoce-cuales-son-los-vehiculos-que-se-podran-importar-el-2021/>

Código Nacional de Tránsito N° 3988 actualizada hasta el 2020.- Esta ley tiene por objeto regular la circulación de los vehículos por las vías terrestres de Bolivia, y entre el artículo 27 al 33 señala algunas disposiciones legales referidas a la inspección de los vehículos para constatar las condiciones de funcionamiento técnico-mecánicas en que se encuentran los motorizados. Esta inspección es realizada por las Jefaturas

Departamentales de Tránsito mediante sus organismos técnicos correspondientes. También cabe mencionar que la responsabilidad del mantenimiento y buen funcionamiento del vehículo está a cargo del propietario y del conductor quienes están obligados a realizar la revisión diaria de su motorizado.

Ley N° 165 de Transporte 16/08/2011.- Esta ley tiene por objeto establecer los lineamientos normativos generales, técnicos, económicos, sociales y organizacionales del transporte. Podemos observar que en el capítulo II-Sección VI señala que el transporte terrestre debe regirse al Sistema Nacional de Revisión Técnica Vehicular que tiene el propósito de realizar la constatación de condiciones técnicas, mecánicas y ambientales de funcionamiento y seguridad para la circulación de todas las unidades de transporte automotor público y privados en todo el territorio nacional, con la finalidad de reducir la probabilidad de accidentes por aspectos técnico-mecánicos y disminuir al mínimo la contaminación ambiental. También es muy importante mencionar que en el artículo 221 señala que todo vehículo que transita por las vías públicas del Estado Plurinacional de Bolivia, deberá portar y tener vigente el certificado de la revisión técnica vehicular otorgado por la autoridad competente. Todas las personas que cuenten con cualquier clase vehículo están en la obligación de realizar la inspección técnica vehicular como lo disponen las leyes mencionadas, por lo tanto, deben realizar un previo mantenimiento de sus motorizados, lo que les lleva a acudir a talleres de reparación mecánica automotriz y por lo tanto, genera demanda del servicio de reparación mecánica automotriz.

Reglamentaciones legales para el correcto funcionamiento de un emprendimiento.

- Para el correcto funcionamiento de este emprendimiento se deberá cumplir con la declaración del impuesto a la renta, así como el impuesto al valor agregado (IVA).

TABLA N° 1

IMPUESTO	%
I.V.A.	13%
I.T.	3%
I.U.E.	25%

Asimismo, se contemplará a cabalidad los aspectos legales importantes para el funcionamiento del proyecto, como las leyes del Código de Comercio (pasos para la apertura de un negocio), laborales (Ministerio de Trabajo), Ley 843, sobre el sistema impositivo, tomando en cuenta los impuestos establecidos en la ley, en el sector privado empresarial de nuestro país, al cual perteneceremos, tributa impuestos como valor agregado, impuestos a las transacciones, el impuesto a las utilidades y otros que deben cumplirse.

2.1.1.2. Factor Económico.

El cuarto trimestre de 2022, la población económicamente activa superó los 4,5 millones de personas.

El INE presenta los resultados de la Encuesta Continua de Empleo (ECE) correspondiente al cuarto trimestre de 2022 para el área urbana de Bolivia. La ECE tiene como principal objetivo proporcionar información estadística mensual y trimestral sobre el comportamiento de la desocupación urbana, captando la estacionalidad, tendencia y otras particularidades de la oferta y movilidad laboral boliviana, permitiendo así, establecer un monitoreo continuo y oportuno de las variables del mercado laboral del país.

Los resultados de los principales indicadores de empleo en el área urbana al cuarto

trimestre de 2022 son:

- La Población Económicamente Activa (PEA) llegó a 4 millones 588 mil personas, lo que significó una variación positiva de 0,7% con relación al mismo trimestre del año anterior.
- La Tasa Global de Participación, que refleja la oferta de mano de obra que participa o está disponible para la producción de bienes y servicios, al cuarto trimestre de 2022 alcanzó 73,2%.
- La población ocupada en el área urbana alcanzó a 4 millones 390 mil personas, con una variación positiva de 1,62% respecto al cuarto trimestre de 2021 (4 millones 320 mil personas).
- La Tasa de Desocupación al cuarto trimestre de 2022 fue de 4,3%, lo que significó una reducción de 0,9 p.p. respecto a similar período en 2021 (5,2%).

TABLA N° 2

Bolivia - Urbana: principales estadísticas del mercado laboral (en miles de personas y porcentaje)

DESCRIPCIÓN	Unidades	4T 2020	4T 2021	4T 2022 (p)
Población Económicamente Activa (PEA)	En miles de personas	4.099	4.556	4.588
Ocupados (PO)	En miles de personas	3.755	4.320	4.390
Desocupados (PD)	En miles de personas	344	235	198
Población Económicamente Inactiva (PEI)	En miles de personas	1.824	1.572	1.682
Tasa Global de Participación (PEA/PET)	En porcentaje	69,2	74,3	73,2
Hombres	En porcentaje	77,7	81	80,3
Mujeres	En porcentaje	61	68	66,4
Tasa de Ocupación (PO/PET)	En porcentaje	63,4	70,5	70
Hombres	En porcentaje	72,1	77,2	77,2
Mujeres	En porcentaje	55	64,1	63,2
Tasa de Desocupación (PD/PEA)	En porcentaje	8,4	5,2	4,3
Hombres	En porcentaje	7,3	4,7	3,9
Mujeres	En porcentaje	9,8	5,7	4,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Encuesta Continua de Empleo

Nota: Pueden existir diferencias en los valores que se muestran en los cuadros debido a que su cálculo considera todos los dígitos decimales.

Según actividad económica, el 24,9% de los ocupados (1 millón 95 mil personas) trabajan en Comercio, 13,8% (604 mil personas) en la Industria Manufacturera, 10,9% (480 mil personas) en actividades de Alojamiento y Comida, y 9,9% (435 mil personas) en Transporte y Almacenamiento, principalmente.

TABLA N° 3

Tarija: Producto Interno Bruto			
Actividad economica	2019	2020	2021
Poblacion	572.823	582.376	591.828
PIB (en miles de bolivianos)	20.961.386	17.056.335	18.492.799
PIB per capita (en miles de bolivianos)	36.593	29.287	31.247

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (1): A precios de mercado (2) A partir del año 2012 se actualizó las proyecciones de la población de Población, revisión 2020. (p): Preliminar

Con la finalidad de formar, mediante capacitación, y apoyar a más de 200 mujeres en situación de vulnerabilidad, el alcalde de Tarija, Johnny Torres Terzo, con el apoyo del Fondo Extremeño Local de Cooperación al Desarrollo (felcode), puso en marcha la tercera versión del programa “Emprendiendo Juntas”, para que las beneficiarias puedan concretar emprendimientos y actividades rentables que les permita tener una independencia económica para el sustento de sus familias.

En complemento, el Alcalde de Tarija indicó que en la tercera versión del programa “Emprendiendo Juntas”, el Gobierno Autónomo Municipal invertirá 145 mil bolivianos para que se pueda beneficiar a la mayor cantidad de mujeres emprendedoras.

Durante el acto oficial de lanzamiento del programa, el gerente del Felcode, Antonio Fuentes, vía comunicación virtual (Zoom), señaló que el objetivo es generar oportunidades laborales que mejoren la calidad de vida de las familias tarijeñas. De igual forma, destacó la coordinación y la voluntad del alcalde Torres Terzo.

“Estamos complacidos de trabajar con la Alcaldía de Tarija, desearles los mayores éxitos a las participantes de esta tercera versión, para que puedan tener oportunidades que les permitan mejorar su calidad de vida junto a la de su entorno”, acotó Fuentes.

Sobre el mismo tema, el secretario de Desarrollo Productivo y Económico, Grover Salazar, aseguró que dicho programa permite reactivar la economía local, además de fomentar la independencia económica de las mujeres, quienes son el pilar fundamental de las familias. Al mismo tiempo, dio a conocer que en las anteriores dos versiones del “Emprendiendo Juntas” se capacitaron a 100 personas por año.

https://elpais.bo/tarija/20230203_emprendiendo-juntas-un-programa-de-apoyo-a-las-mujeres-de-tarija.html

2.1.1.3. Factor social demográfico.

Puede incluir variables demográficas sobre cambios sociales y culturales de la población cuyas variables pueden ser la densidad poblacional, tasa de natalidad y mortalidad entre otras. Macías, M. (2015).

Según datos el 41.08 % de la población tarijeña que conforma un hogar no cuenta con una vivienda propia y vive en situación de alquiler, anticrético o en hacinamiento, según la encuesta hogares según departamento y tenencia de vivienda 2021 del Instituto Nacional de Estadísticas (INE)

Los componentes de una sociedad comparten una serie de valores y creencias, algunos de ellos son irrelevantes para una empresa, otros repercuten sobre su forma de actuar; la forma en que la sociedad contempla la actividad empresarial produce consecuencias en la actividad real de las organizaciones.

Crecimiento de la población en Bolivia. El Estado Plurinacional de Bolivia tiene una población aproximada en 2021 de **11.841.955** habitantes, y para 2022 se tiene **12.006.031** habitantes, informó el Instituto Nacional de Estadística (INE).

TABLA N° 4

Bolivia: Proyecciones de población, según departamento y municipio

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2020	2021	2022
BOLIVIA	11.677.406	11.841.955	12.006.031
TARIJA	582.376	591.828	601.214
Cercado			
Tarija	262.062	267.378	272.692
Aniceto Arce			
Padcaya	18.925	19.040	19.148
Bermejo	42.473	43.269	44.062
Gran Chaco			
Yacuiba	107.638	108.578	109.481
Caraparí	16.198	16.367	16.532
Villamontes	52.935	54.314	55.704
Aviles			
Uriondo	15.892	16.127	16.359
Yunchará	5.794	5.736	5.675
Méndez			
Villa San Lorenzo	25.101	25.504	25.904
El Puente	11.758	11.774	11.786
Burnet Oconnor			
Entre Ríos	23.600	23.741	23.871

Más específicamente, las variables que definen este comportamiento son el crecimiento de la población

Crecimiento de la población en Tarija.

Según las proyecciones poblacionales del Instituto Nacional de Estadística (INE), el departamento de Tarija contaba en el año 2021 con **591.828** personas de los cuales 50,5% son hombres y 49,5% mujeres, para el año 2022 alcanzó a **601.214** personas donde el 50,5% son hombres y el 49,5% son mujeres.

Tarija tiene la mayor tasa de crecimiento poblacional de Bolivia dado por la alta tasa de migración, esto repercute en el aumento de las necesidades básicas en la población tarijeña por lo cual se eleva la demanda de productos y servicios.

2.1.1.4. Factor tecnológico.

Según Gary Armstrong y Philip Kotler mencionan que en el entorno tecnológico incluye aquellas fuerzas que crean tecnologías, lo que a su vez crea oportunidades de nuevos productos y de mercado. (Armstrong & Kotler, 2013)

Bolivia es un país en desarrollo y si bien está atrasado en muchos aspectos, en el tema tecnológico está teniendo buenos avances. Al parecer, Internet está cambiando la vida de muchos y la llegada de los teléfonos móviles inteligentes facilitó la conexión a la red en muchas personas que antes no tenían ese servicio y en lugares que antes eran impensables.

El desarrollo de la tecnología en el transcurso de los últimos años se volvió un factor importante para las empresas por mejorar la participación en el mercado, además de facilitar de manera eficiente una optimización y mejora en los procesos de producción, organización, despacho, ventas, cobranza, capacitación, reclamos, etc. convirtiéndose estas en ventajas competitivas por establecer una línea directa con el público objetivo.

2.1.1.5. Factor ambiental.

Dentro del entorno ambiental se puede mencionar, que se tiene relación con las tendencias socioculturales, y son aquellas que tienen directa relación con lo que sucede a nivel ambiental en cuanto al cuidado del medio ambiente y/o a las variaciones geográficas y de clima. Anónimo (22 septiembre, 2019).

En los últimos años Bolivia, como otros países, ha resentido los bruscos cambios climatológicos acompañados de numerosos desastres naturales ocasionados por la creciente emisión de contaminación de las personas naturales como también de las personas jurídicas.

La contaminación excesiva provoca desequilibrio ambiental, lo que se refleja en cambios climáticos radicales y desastrosos para las regiones que lo sufren como ser inundaciones,

sequías, precipitaciones sólidas (granizo) temporales y otros, las estaciones como tales no se diferencian como en épocas pasadas, se podría decir que las temperaturas son demasiado volubles.

Según Eduardo Palma, responsable del Proyecto Nacional de Gestión de Calidad del Aire, dependiente del ministerio de Medio Ambiente y Agua (La Razón Digital, La Paz, 12 de mayo de 2019) informa que el parque automotor es el responsable del 70% de la contaminación del aire en el país, seguido de las industrias y los incendios forestales o chaqueos, al mismo tiempo recomienda al transporte público y privado realizar el mantenimiento constante de sus vehículos.

Lorena Pérez Castellanos (El País -20 mayo, 2019) informa que el parque automotor en Tarija, tanto el más antiguo como el nuevo, contamina hasta un 70 % del aire, sin embargo, estudios en España develaron que un vehículo que tiene más de 20 años, contamina igual que 36 vehículos nuevos, señalando que el factor que más llama la atención es el grado de contaminación que puede generar un vehículo antiguo en comparación a uno nuevo. Las normas actuales en el municipio de Cercado tampoco impulsan o incentivan a la población a realizar la adquisición de un vehículo moderno, ya que las tasas actuales en la Dirección de Ingresos de la Alcaldía son más elevadas para vehículos nuevos que para los más viejos.

De acuerdo al portal Energía Bolivia, el 83% de los vehículos tiene más de 23 años, por lo tanto, se trata de un parque obsoleto, ineficiente y con alto grado de contaminación. Vehículos antiguos contaminan 70% del aire en ciudad de Tarija. Anónimo (28 octubre, 2019)

Toda esta información nos lleva a la Ley N°1333 Ley del Medio Ambiente.

El cual tiene por objeto la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

ARTÍCULO 41°.- El Estado, a través de los organismos correspondientes normará y controlará la descarga en la atmósfera de cualquier sustancia en la forma de gases,

vapores, humos y polvos que puedan causar daños a la salud, al medio ambiente, molestias a la comunidad o sus habitantes y efectos nocivos a la propiedad pública o privada.

Esta ley nos aclara que se debe proteger y conservar el medio ambiente, a raíz de este capítulo se debe tener responsabilidad por la contaminación del aire y la atmósfera, tomando en cuenta que el parque automotor es el responsable del 70% de la contaminación del aire en nuestro país, considerando que un vehículo con más de 20 años de antigüedad contamina más que 36 vehículos nuevos lo cual es recomendable renovarlos, lo cual llega a ser muy difícil cumplir esta ley debido al hecho de que las normas actuales en el municipio de Cercado tampoco impulsan o incentivan a la población a realizar la adquisición de un vehículo moderno, ya que las tasas actuales en la Dirección de Ingresos de la Alcaldía son más elevadas para vehículos nuevos que para los más viejos.

2.1.2.6. ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO.

En cuanto al factor político se debe cumplir con todas las normas que son necesarias para la apertura de una nueva empresa, cumplir con las normas, leyes, decretos y requerimientos de, Impuestos Nacionales, Gobierno Municipal, (SEPREC), etc.

En el factor económico podemos destacar que la economía del país va en un lento, pero progresivo aumento por la apertura de varios emprendimientos que tuvieron muy buenos resultados, además que podemos destacar el apoyo de la alcaldía y la gobernación en apoyar a las y los emprendedores que Tarija, por lo que estas actividades permiten el desarrollo y crecimiento económico, convirtiéndose en fuentes de trabajo para la población. Este emprendimiento pretende innovar en el mercado de la ciudad de Tarija y satisfacer las necesidades de los consumidores, ofreciendo un servicio diferente con distintas características.

En el factor social con relación a las cifras Según las proyecciones poblacionales del Instituto Nacional de Estadística (INE), el departamento de Tarija contaba en el año 2021 con **591.828** personas, de los cuales 50,5% son hombres y 49, 5% mujeres, para el año

2022 alcanzó a **601.214** personas, que se relaciona directamente con el aumento de la demanda en cuanto a bienes y servicios.

Respecto al factor tecnológico, se puede evidenciar que el desarrollo de la tecnología en el transcurso de los últimos años se volvió un factor importante para las empresas por mejorar la participación en el mercado, además de facilitar de manera eficiente una optimización y mejora en los procesos de producción, organización, despacho, ventas, cobranza, capacitación, reclamos, etc. convirtiéndose estas en ventajas competitivas por establecer una línea directa con el público objetivo. Los materiales que se requiere para este emprendimiento son mínimos y será más accesible poder adquirirlo en el mercado.

En el factor ambiental, la empresa debe tomar en cuenta las leyes, normas del cuidado del medio ambiente, para de esta manera contribuir a la preservación del medio ambiente, dando una imagen de ser una empresa amigable con el mismo y que colabora con su defensa y protección.

TABLA N° 5

IMPACTO			
FACTORES	BAJA	MEDIA	ALTA
POLÍTICO-LEGAL			X
ECONÓMICO			X
SOCIAL-DEMOGRAFICO			X
TECNOLOGICO	X		
AMBIENTAL	X		

2.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO.

Para el análisis inmediato del nuevo emprendimiento se deben estudiar las fuerzas más cercanas a este, que puedan afectar la capacidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

2.1.2.1. Clientes.

En estos últimos años se ha visto que la sociedad o las personas tienen un particular comportamiento a mudarse, ya sea por cambio de empleo, entre otros.

Hay varias razones por las cuales las personas se cambian de casa u oficina, ya sea porque la familia creció y el espacio queda insuficiente y de esta manera, cuando no se planea adecuadamente, esto resulta complicado, aburrido, tedioso.

El servicio que se ofertará en el mercado tarijeño puede ser requerido por todas las personas en general, que decidan vivir o vivan en arrendamiento y necesiten de un servicio de mudanza eficiente y garantizado a la hora de cambiarse de residencia.

El servicio de mudanza que se prestará en la ciudad de Tarija, es un servicio que integra todos los elementos o labores que se llevan a cabo en una mudanza. Se ofrecerá un servicio personalizado muy completo que permitirá a los clientes tranquilidad y satisfacción en la organización de sus mudanzas desde la recolección de objetos en una casa, hasta la instalación total de todos los objetos en su nuevo hogar. Además de prestar un servicio eficiente, se garantiza que los objetos no se dañen, no se quiebren por su forma de embalaje y/o cuidado, ya que es muy seguro en los distintos materiales.

Los servicios serán:

- Servicio de transporte (carga y descarga) el más común a la hora de realizar una mudanza, este consiste en recoger en un lugar los objetos de su casa y transportarlo al nuevo hogar donde se lo descarga: objetos y/o pertenencias
- Servicio de embalaje, realizar un proceso de adecuado embalaje en sus objetos de forma que le brinde tranquilidad de no rayarse o quebrarse.

Esta empresa va dirigida a todas las personas que opten por un servicio eficiente y garantizado, pues cada cliente puede escoger la línea o servicio que considere más conveniente para él.

Así también, se brindará una amplia información sobre el servicio que ofrecemos a la población a través de distintos medios de comunicación y medios digitales, contando con una oficina como punto de referencia para llegar a los clientes de manera directa o indirectamente. En consecuencia, el poder de negociación de los clientes es alto.

2.1.2.2. Competencia.

Analizar la competencia permitirá identificar las amenazas u oportunidades que podrían afectar la implementación de nuestro negocio, por lo mismo se describirá la competencia directa e indirecta.

Se ha identificado competidores directos e indirectos, los cuales nos ayudan a determinar aspectos de relevancia; los principales competidores en el sector de mudanzas:

2.1.2.3. Competencia directa.

Por tratarse de un emprendimiento nuevo no se verifica la existencia de competidores directos, haciendo énfasis en que el servicio que se desea brindar a la población tarijeña es eficiente y garantizado

En cuanto a la competencia directa no hay empresas formalizadas de mudanza en la ciudad de Tarija- Cercado

2.1.2.4. Competencia indirecta.

Los competidores indirectos son aquellas personas que, si bien no ofrecen las garantías correspondientes, pero si brindan un servicio de mudanza de manera informal tradicional en la ciudad de Tarija y que son varios los que perteneces a este sector que la población opta porque no hay otro servicio diferente que compita con este sector informal.

También se puede observar que las personas o agrupación de personas que están establecidas en el mercado donde se pretende operar, tienen sus precios establecidos de acuerdo al mercado.

La rivalidad entre competidores actuales del sector es alta, debido a que en el mercado tarijeño no existen empresas formales que brinden un servicio garantizado, pero sí existiera una empresa formal que brinde un servicio de mudanza se consideraría una gran competencia, ya que están posicionadas en la mente del consumidor, este servicio que brindas distintas personas de manera informal. En consecuencia, la rivalidad entre los competidores es alta.

2.1.2.5. Proveedores.

El poder negociador de los proveedores es bajo, para conseguir los materiales necesarios de embalaje porque actualmente hay una variedad de empresas que venden materiales de embalaje y cartones necesarios para el cuidado de los objetos a transportar al momento de brindar el servicio en la ciudad de Tarija – Cercado.

Para iniciar la implementación del emprendimiento se requiere de materia prima, insumos, equipos y muchos otros elementos que pueden ser adquiridos de manera normal en cualquier punto de venta específico, dónde se puede negociar un pedido con los proveedores.

2.1.2.6. ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO.

El análisis en el ámbito inmediato resumió las siguientes conclusiones:

En el entorno inmediato podemos resaltar las siguientes conclusiones:

- Se ofrecerá un servicio personalizado muy completo que permitirá a los clientes tranquilidad y satisfacción en la organización de sus mudanzas desde la recolección de objetos en una casa, hasta la instalación total de todos los objetos en su nuevo hogar. En consecuencia, el poder de negociación de los clientes es alto.
- La rivalidad entre competidores indirectos actuales del sector es alta, debido a que en el mercado tarijeño no existen empresas formales que brinden un servicio garantizado, pero sí existiera una empresa formal que brinde un servicio de mudanza se consideraría una gran competencia, ya que están posicionadas en la mente del consumidor, este servicio que brindas distintas personas de manera informal. En consecuencia, la rivalidad entre los competidores es alta.

- En la ciudad de Tarija no hay empresas consolidadas que se dediquen a brindar un servicio eficiente y garantizado, por lo que no se contará con competidores directos del mismo servicio en el corto plazo.
- Para el equipamiento del emprendimiento, es necesario de la implementación de un punto específico, donde se instalará la empresa y la adquisición de los distritos materiales y equipos que son necesarios para poner en funcionamiento la empresa.

2.1.3. NATURALEZA DEL NEGOCIO.

El proceso de creación de la empresa se debe a que se conoce del negocio y se quiere implementar un servicio que cumpla con las expectativas que los clientes buscan a la hora de adquirir un servicio de mudanza.

2.1.3.1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO O IDEA DEL NEGOCIO.

En Tarija, se ha registrado que el 41.08 % de la población tarijeña que conforma un hogar no cuenta con una vivienda propia.

La presente idea de negocio pretende la creación y puesta en marcha de una empresa de mudanza en la ciudad de Tarija. La empresa orientará sus actividades para prestar un servicio eficiente y garantizado, para cumplir con las expectativas de la población tarijeña. Brindando un servicio eficiente al momento del manejo de los objetos y/o pertenencias, buen trato al cliente, cumplir con los horarios establecidos, atendiendo las exigencias de los clientes, estableciendo una logística adecuada para la mudanza. Brindando un servicio garantizado obteniendo camiones adaptados que brinde la seguridad que serán transportados adecuadamente y brindar comodidad haciendo frente a los daños que puedan ocurrir en la carga, transporte y descarga.

Los servicios que ofrece la empresa de mudanza son:

- Servicio de transporte (carga y descarga) el más común a la hora de realizar una mudanza, este consiste en recoger en un lugar los objetos de su casa y transportarlo al nuevo hogar donde se descargará sus objetos y/o pertenencias
- Servicio de embalaje, realizar un proceso de adecuado embalaje en sus objetos de forma que le brinde tranquilidad de no rayarse o quebrarse.

2.1.3.2. JUSTIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

Llega como una idea de negocio después de un análisis de varias ideas que se pretendía, habiendo reconocido la necesidad de un servicio completo de mudanza, que requiere la población tarijeña en la actualidad. El servicio ofertado sería una forma de comodidad, ahorro de tiempo, apoyo al momento manejar distintos objetos y necesitando un transporte adecuado al momento de cambiarse de residencia.

Puesto que, hoy en día la población en general no dispone del tiempo necesario para poder realizar este tipo de tareas necesarias, es por tal razón que la idea de negocio planteada vendría a resolver esta problemática. El plan de negocio tiene oportunidades por su servicio garantizado y eficiente a la hora de prestar sus servicios como una empresa seria y responsable, siempre buscando la mejor manera de cumplir con las exigencias de los clientes, de esa manera diferenciarse de la competencia.

2.1.3.3. Nombre de la Empresa.

Mediante un análisis del proceso de creación de una empresa dedicada a brindar un servicio de mudanza único en la región por tanto se decidió denominarla “Mudanzas “Q` Churo” S.R.L.

El nombre se debe a que es una empresa tarijeña y, por ende, se decidió utilizar un vocablo típico característico chapaco para ser utilizado para la elaboración de un nombre original.

2.1.3.4. Tipo de empresa.

Será una sociedad de responsabilidad limitada la que por definición se constituye con un mínimo de dos personas y un máximo de veinticinco, las mismas son responsables de

sus obligaciones sociales asta por el monto de sus aportaciones individuales y hacen del comercio bajo una razón social.

Será una empresa de servicio de sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L) en la que priman las personas que la conforman sobre los aportes que se hacen según el código de comercio (arts. 195 al 216), este tipo de sociedad está conformada entre 2 a 25 socios, no establece un mínimo.

Sin embargo, el capital social deberá estar dividido en cuotas de igual valor, de Bs. 100 o múltiplos de Bs.100 (art. 198 c.com.) limitada al monto del aporte de los socios (art. 195 c.com.)

Para efectos fiscales y tributarios, esta compañía es considerada como sociedad de capital; y su capital está formado por las aportaciones de sus socios.

Los aportes numerarios se depositarán en una cuenta especial de “integración de capital” que será abierto en un banco a nombre de la compañía en formación.

Siendo necesaria la escritura pública para la formación de esta compañía Ltda., será aprobada por la Superintendencia de Compañías, la que ordenará la publicación, por una sola vez de un extracto de la escritura, conferido por la superintendencia en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de la misma en el registro mercantil.

Para la realización del presente proyecto se considera adecuada la constitución de una empresa de Responsabilidad Limitada, ya que goza de garantías tales como el número limitado de socios y la responsabilidad que estos tienen en el monto de sus aportaciones, también es necesario indicar que el traspaso de las aportaciones, acciones se puede realizar mediante consentimiento de los demás socios.

2.1.3.5. Ubicación y Tamaño.

Nuestra idea es ubicarse en un sector estratégico, como lo sería en lugares amplio donde se pueda estacionar nuestro vehículo de transporte, por lo cual se vio por conveniente ubicarse el barrio la Pampa calle ejercito prolongación entre la avenida potosí y el estadio

IV centenario de la ciudad; un lugar visible para que la población tenga conocimiento de los servicios y conozca la empresa formalmente constituida.

Mudanzas “Q` Churo” S.R.L., estará ubicado en la ciudad de Tarija, provincia Cercado, en la zona central de la ciudad.

Se dispone de un espacio suficiente para instalar la oficina correspondiente para poder atender y brindar el servicio a nuestros clientes.

2.1.4. GESTIÓN EMPRESARIAL.

2.1.4.1. Visión, Misión y Valores de la empresa.

2.1.4.1.1. Visión. Ser una empresa reconocida como integra y líder en el servicio de mudanzas, mejorando nuestros servicios de forma continua.

2.1.4.1.2. Misión. Brindar un servicio de mudanza eficiente y garantizado con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, en la ciudad de Tarija.

2.1.4.3. Valores.

- **Integridad:** Es la práctica de ser una persona honesta, respetuosa, adherirse a nuestros valores y tomar sistemáticamente decisiones positivas, incluso cuando nadie esté mirando.
- **Pasión:** Deseo dar todo lo que tenemos con intensidad y lealtad.
- **Empatía:** Dar valor a aquellos que estén relacionados con nosotros.
- **Responsabilidad:** Aduñarse de las consecuencias de mis actos.
- **Entrega:** Poder actuar y tener la voluntad de aceptar mis responsabilidades.
- **Trato Justo:** Valorar e impulsar la excelencia en el desempeño, respeto a la dignidad y empatía de las personas. Entender a las opiniones y experiencias de los que nos rodean.

CAPITULO III
PLAN DE MARKETING

III. PLAN DE MARKETING.

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

La investigación de mercados es "la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia" (Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico, Segunda Edición, de Malhotra Naresh, Págs. 21 y 22.)

3.1.1. Proyecto de investigación de mercados.

Con el presente estudio de mercado se podrá obtener información relevante y confiable; de tal manera que se pueda conocer las características que tienen nuestros clientes al momento de requerir este servicio y mediante un análisis de la información recolectada es muy importante conocer la aceptación o rechazo del servicio ofertado.

3.1.1.1. Problema gerencial.

¿Será factible económica y financieramente la implementación de una empresa que brinde un servicio de mudanza en la ciudad de Tarija-Cercado?

3.1.1.2. Problema de investigación de mercados.

En la actualidad en la ciudad de Tarija no hay una empresa formal de mudanzas establecida que pueda ofrecer a la población un servicio eficiente y garantizado, sin embargo, si hay personas que brindan servicios de mudanza de forma tradicional pero que no ofrecen ningún tipo de garantía o seguridad al momento de prestar sus servicios, de esa manera no satisfacen las necesidades y/o requerimientos que tienen los clientes

El problema que se plantea es que hoy en día, no hay una empresa que brinde un servicio eficiente y garantizado que pueda satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores o clientes.

De esta manera, a través de la investigación de mercado se pretende determinar cuáles son las necesidades y preferencias de la ciudad de Tarija-Cercado al momento de requerir un servicio de mudanza

3.1.1.3. Pregunta científica de investigación de mercados.

¿Cuáles son las características o factores que influyen en las preferencias de los clientes que se deban considerar para la implementación de una empresa de mudanza en la ciudad de Tarija?

3.1.1.4. Planteamiento de la hipótesis.

Las principales características o factores que la población considera al momento de requerir un servicio como este son; el buen servicio, el precio, la garantía, eficiencia.

3.1.2. Objetivos de la Investigación de Mercados.

3.1.2.1. Objetivo General.

Identificar cuáles son las características o factores que debe tener el servicio de mudanza que sea de preferencia de los clientes y el grado de aceptación que tendrá, para poder implementarlo en la ciudad de Tarija-Cercado.

3.1.2.2. Objetivos Específicos

- Identificar cuáles son las características o factores que más valoran los clientes a la hora de adquirir el servicio para poder determinar estrategias relacionadas
- Conocer la preferencia de adquisición del servicio de la población objetivo.
- Descubrir cuál es la frecuencia con la que adquieren los clientes el servicio para poder proyectar la demanda de mercado.
- Identificar los medios de comunicación de preferencia de los consumidores para realizar estrategias publicitarias.
- Delimitar el segmento de mercado para tener en claro nuestro mercado objetivo.

- Determinar el grado de aceptación de los clientes para poder llevar a cabo este plan de negocio.

3.1.2.3. Métodos y técnicas de investigación

Con el propósito de demostrar los objetivos planteados, se utilizarán los métodos de investigación exploratoria y descriptiva, además de la técnica de la encuesta, con el propósito de poder identificar variables de estudio, recopilar y analizar información precisa y oportuna, lo cual ayudará a describir las necesidades del mercado; así también conocer la aceptación del servicio que se ofrece.

3.1.3. Diseño de Investigación.

Investigación exploratoria. - Con la finalidad de identificar el problema de investigación y conocer cuáles son las características al momento de adquirir un servicio como este y el comportamiento de los clientes, se realiza una investigación de tipo exploratoria, para ello se realiza un análisis utilizando técnicas cualitativas como las entrevistas a profundidad.

Investigación descriptiva. - se lo realiza con el fin obtener los datos necesarios la cual nos permitirá encontrar la solución el problema, en la investigación de mercado se utilizará el método de encuesta debido a que es el más adecuado para la realización de la investigación de mercados.

3.1.3.1. Recopilación de la información.

Se realizará la recolección de fuentes primarias en la ciudad de Tarija-Cercado, los datos primarios son aquellos que originan en la investigación para tratar el problema a investigar.

Fuentes primarias. - Para la recopilación de información, se diseña un cuestionario para realizarse en la ciudad de Tarija y así conocer las características del mercado potencial.

Fuentes secundarias. - Se realizó la revisión de documentos con información y datos en relación a la población de la ciudad de Tarija del Instituto Nacional de Estadística (INE),

libros bibliográficos que servirán como guía, y páginas de Internet académicas que ayudarán a la búsqueda de información verídica.

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

La población definida para esta investigación es determinada en base a las personas de un rango de edad más aproximado de entre los años de 25 – 59 que son las personas que se mudan o viven en situación de alquiler o anticrético. Por tal razón se decidió investigar a las personas comprendidas dentro de este rango de edad.

El marco de la muestra se ha definido en base al tipo de negocio que se va emprender para hacer inferencia a la población sujeta a estudio, hacemos uso de los datos obtenidos del INE Tarija, que los mismos son proyecciones del año 2021; tomando en cuenta la población sujeta estará comprendida por personas de 25 a 59 años de edad del área urbana de la ciudad de Tarija.

La selección de la población entre los 25 a 59 años de edad se debe a que las personas ocupadas se encuentran en ese rango de edad según datos estadísticos del instituto nacional de estadística-encuesta continua de empleo.

Para determinar el tamaño de población o universo objetivo, se tuvo que extraer información de tres proyecciones publicadas por el INE de nuestro país, realizando cruces de datos para calcular la cantidad aproximada de personas en la ciudad.

CUADRO N° 1

Calculo de la población de estudio	(Datos estimados del INE 2021 Tarija)		
Población comprendida entre los 25-59 años de edad del Dpto. de Tarija	253 202		
Población que no cuenta con una vivienda propia(porcentaje)	41,08%		
Operacionalización	253202	*41,08%=	104015
Total población que no cuenta con una vivienda propia	104 015		
Población Dpto. Tarija	591 828		
Población Prov. cercado	267 378		
Operacionalización	267 378	/591828=	45%
Total tamaño de la población de estudio	104 015	*45%=	46 807
Fuente: Elaboración propia			

3.1.3.3. El tamaño de muestra hace referencia a la proporción significativa que se extrae de la población y que cumple con los objetivos planteados. La determinación de la muestrase efectuará a través del método aleatorio simple, para la cual se efectuó una encuesta piloto (**VER ANEXO 8**); con los objetivos de calcular la p (probabilidad de éxito) y laq (probabilidad de fracaso), además de comprobar y corregir las preguntas redactadas.

El resultado de la p y q es el siguiente:

Pregunta número 9 del Cuestionario Piloto:

Si en la ciudad de Tarija se implementara una empresa de mudanza que brinde un servicio eficiente y garantizado, ¿usted sería cliente de esta empresa? (**VER ANEXO 8**)

$$p = 14/20 = 0,70 = 70\%$$

$$q = 6/20 = 0,30 = 30\%$$

p = De los 20 encuestados, 14 de ellas estarían dispuestas en la adquisición del servicio, con una probabilidad de éxito del 70%.

q = De los 20 encuestados, 6 de ellos no estarían dispuestos en la adquisición del servicio, con una probabilidad de fracaso del 30%.

Fórmula para obtener el tamaño de la muestra

$$Z^2 * N * q * p$$

$$n = \frac{Z^2 * N * q * p}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Fuente: Estadística y Muestreo (Ciro Martínez Bercardino Pag. 691).

Datos obtenidos mediante los cálculos anteriores:

CUADRO N° 2

Población de Estudio	N = 46 807 Hab. de la ciudad de Tarija
Probabilidad de éxito	p = 70%
Probabilidad de fracaso	q = 30%
Margen de error estándar	e = 6%
Nivel de confianza	ZE/2= 95% (dist. Normal = 1,96)
Tamaño de la muestra provisional	n = ?

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * N * q * p}{e^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 46\ 807 * 0,30 * 0,70}{0,06^2 * (46\ 807-1) + 1,96^2 * 0,70 * 0,30}$$

n = 223 habitantes. Muestra definitiva

3.1.3.4. El cuestionario.

Para la búsqueda de la información se diseñó un cuestionario que está formado por un conjunto de 15 preguntas que tienen como finalidad recabar información necesaria acerca de las características o factores que más valoran y son de preferencia de los posibles clientes que adquirirán el servicio de mudanza a implementarse en la ciudad de Tarija (Ver anexo). La técnica de la encuesta (cuestionario), se aplicará a la muestra representativa de la población objetivo (población de entre los 25-59 años de la zona urbana del municipio de Tarija)

3.1.3.5. La entrevista.

Se utilizará la técnica de la entrevista para obtener información de las personas que prestan estos servicios, mediante esta entrevista se pretende obtener información del servicio ofertado en el área urbana del departamento de Tarija, para identificar a nuestros posibles competidores.

3.1.3.6. Presentación y análisis de resultados.

Con los resultados que se obtengan de las encuestas de investigación será posible conocer datos importantes relacionados a gustos y preferencias de los consumidores.

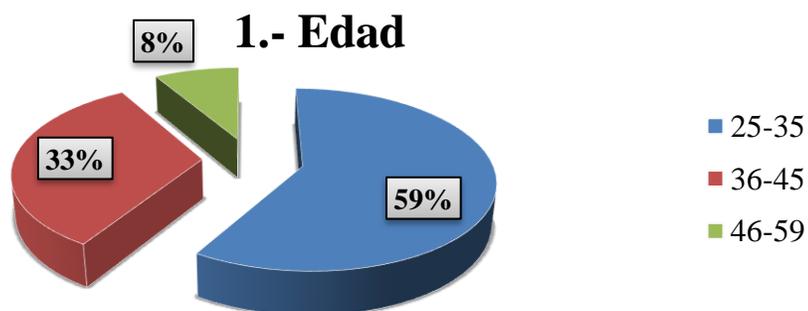
En los siguientes gráficos se detallan los resultados más sobresalientes, logrados por las encuestas efectuadas a una muestra de la población. Para el procedimiento y tabulación de datos se utilizó el programa SPSS y el programa Excel.

Pregunta N° 1.

TABLA N° 6

EDAD.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	25-35	131	58,7	58,7	58,7
	36-45	73	32,7	32,7	91,5
	46-59	19	8,5	8,5	100,0
	Total	223	100,0	100,0	

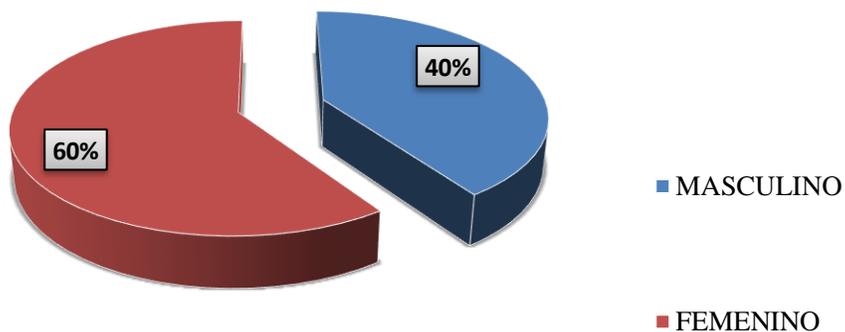
GRAFICO N° 1.



De los encuestados el 59% cuenta con la edad de entre los 25 a 35 años, seguido por un 33% de entre los 36 a 45 años, 8% de entre los 46 a 59 años.

Pregunta N°2

GRAFICO N° 2



En la pregunta 2 de las encuestas, indica que del 100% de los encuestados el 60% son de sexo femenino y un 40% son de sexo masculino.

TABLA N° 7

Tabla cruzada EDAD * SEXO				
Recuento				
		SEXO		Total
		MASCULINO	FEMENINO	
EDAD..	25-35	49	82	131
	36-45	32	41	73
	46-59	9	10	19
Total		90	133	223

Mediante la tabla se puede evidenciar que en el rango de edad entre los 25 a 35 años, 49 encuestados son del sexo masculino y 82 encuestados son del sexo femenino; mientras que, de 36 a 45 años, 32 encuestados son de sexo masculino y 41 encuestados son de sexo femenino; en cambio de 46 a 59 años, 9 encuestados son de sexo masculino y 10 encuestados son de sexo femenino. Haciendo un total de 223 encuestados entre hombres y mujeres

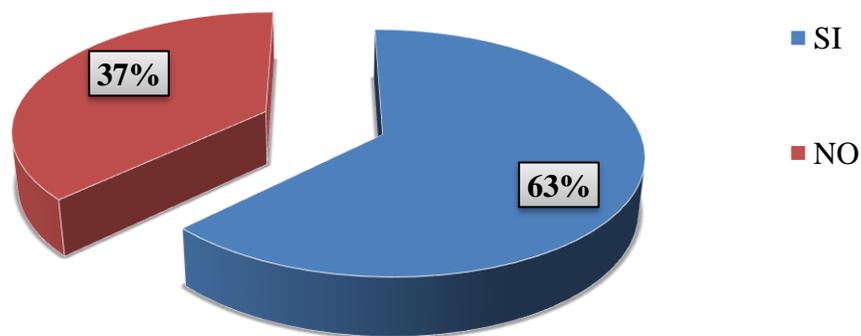
Pregunta N°3

TABLA N° 8

3. ¿Usted en la actualidad vive en situación de alquiler o en anticrético?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	140	62,8	62,8	62,8
	NO	83	37,2	37,2	100
	Total	223	100	100	

GRAFICO N° 3.

3. ¿Usted en la actualidad vive en situación de alquiler o en anticrético?



De un total de 223 encuestados en la ciudad de Tarija 63% respondieron que, si viven en situación de alquiler o en anticrético, mientras el 37% de los encuestados respondieron que no, que viven en casa propia.

TABLA N° 9

Tabla cruzada EDAD..*Preg.3				
Recuento				
		Preg.3		Total
		SI	NO	
EDAD..	25-35	57	74	131
	36-45	70	3	73
	46-59	13	6	19
Total		140	83	223

Mediante la tabla se puede evidenciar que en el rango de edad entre los 25 a 35 años, 57 encuestados respondieron que si viven en alquiler o en anticrético y 74 encuestados respondieron que no, que viven en casa propia; mientras que de 36 a 45 años, 70 encuestados respondieron que si viven en alquiler o en anticrético y 3 encuestados respondieron que no, que viven en casa propia; en cambio de 46 a 59 años, 13 encuestados que si viven en alquiler o en anticrético y 6 encuestados respondieron que no, que viven en casa propia. Haciendo un total de 223 encuestados.

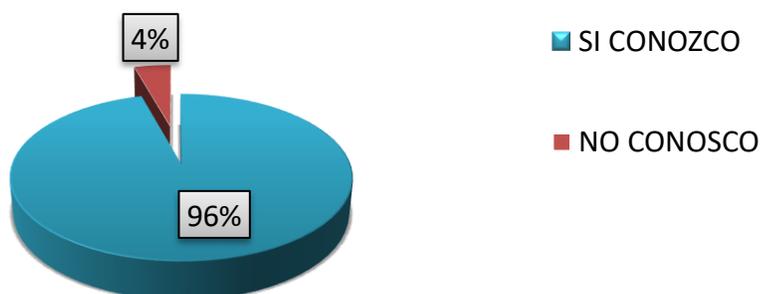
Pregunta N°4

TABLA N° 10

4. ¿Conoce usted el servicio tradicional de mudanzas que se ofrece en la ciudad de Tarija-Cercado?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI CONOZCO	134	60,1	95,7	95,7
	NO CONOZCO	6	2,7	4,3	100
	Total	140	62,8	100	
Perdidos	Sistema	83	37,2		
Total		223	100		

GRAFICO N° 4.

4. ¿Conoce usted el servicio tradicional de mudanzas que se ofrece en la ciudad de Tarija-Cercado?

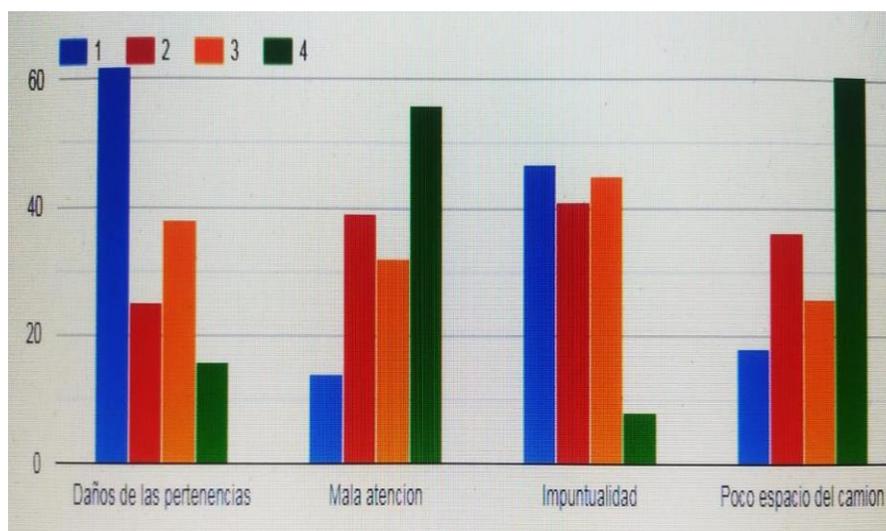


De un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 96% respondieron que si conocen el servicio tradicional que se ofrece en la ciudad, mientras el 4% de los encuestados respondieron que no conocen el servicio que ofertan.

Pregunta N°6

¿Ha tenido usted alguno de estos problemas al cambiarse de vivienda? Marque 1 siendo el más importante, 2 el segundo más importante, 3 el tercero en importancia y 4 siendo el cuarto en importancia.

GRAFICO N° 5.



Los problemas más importantes que atravesaron los encuestados son: en 1^{er} lugar 43.97% encuestados respondieron que tuvieron daños de sus pertenencias, 9.92% encuestados dijeron que atravesaron una mala atención, 33.33% encuestados respondieron la impuntualidad y 12.76% encuestados respondieron que el problema más importante por el que atravesaron al momento de mudarse es que el camión tenía poco espacio.

En 2^{do} lugar 17.73 encuestados respondieron que tuvieron daños de sus pertenencias, 27.65% encuestados dijeron que atravesaron una mala atención, 29.07% encuestados respondieron la impuntualidad y 25.53% encuestados respondieron que el 2^{do} problema por el que atravesaron al momento de mudarse es que el camión tenía poco espacio.

En 3^{er} lugar en importancia 26.95% encuestados respondieron que tuvieron daños de sus pertenencias, 22.69% encuestados dijeron que atravesaron una mala atención, 31.91% encuestados respondieron la impuntualidad y 18.43% encuestados respondieron que el 3^{er} problema por el que atravesaron al momento de mudarse es que el camión tenía poco espacio.

En 4^{to} lugar 11.35% encuestados respondieron que tuvieron daños de sus pertenencias, 39.71% encuestados dijeron que atravesaron una mala atención, 5.67% encuestados respondieron la impuntualidad y 43.26% encuestados respondieron que el 4^{to} problema por el que atravesaron al momento de mudarse es que el camión tenía poco espacio.

Pregunta N°7

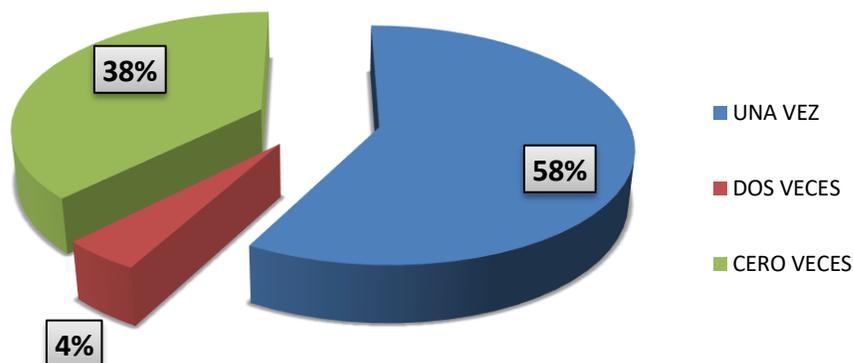
¿Con que frecuencia cambio de vivienda en este último año?

TABLA N° 11

7. ¿Con que frecuencia cambio de vivienda en este último año?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	UNA VEZ	80	35,9	58	58
	DOS VECES	6	2,7	4,3	62,3
	CERO VECES	52	23,3	37,7	100
	Total	138	61,9	100	
Perdidos	Sistema	85	38,1		
Total		223	100		

GRAFICO N° 6.

7. ¿Con que frecuencia cambio de vivienda en este último año?



De un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 58% respondieron que en el último año se cambiaron de vivienda solo una vez, mientras el 4% de los encuestados respondieron que se cambiaron de vivienda dos veces este último año, en cambio 38% de los encuestados indicaron que este último año no se cambiaron de casa.

Pregunta N°8

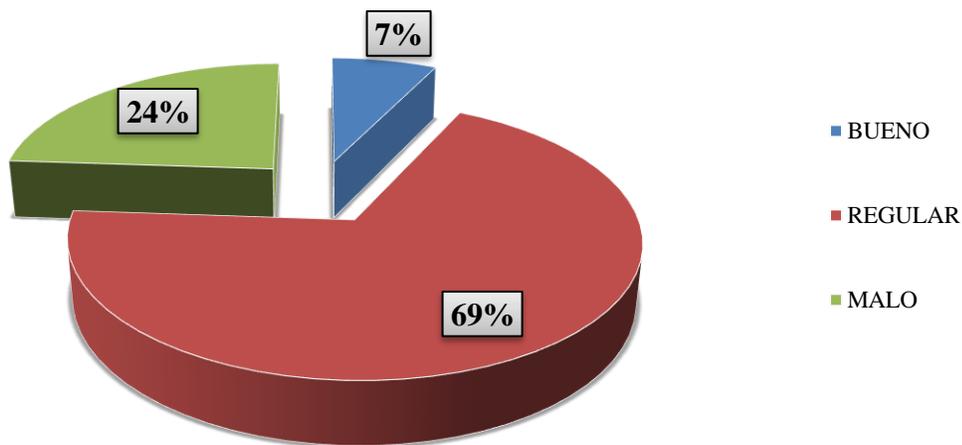
¿Cómo calificaría el servicio que le ofrecieron en ese momento?

TABLA N° 12

¿Cómo calificaría el servicio que le ofrecieron en ese momento?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	10	4,5	7,2	7,2
	REGULAR	95	42,6	68,8	76,1
	MALO	33	14,8	23,9	100
	Total	138	61,9	100	
Perdidos	Sistema	85	38,1		
Total		223	100		

GRAFICO N° 7.

8. ¿Cómo calificaría el servicio que le ofrecieron en ese momento



De los encuestados el 69% califico al servicio que recibieron como regular, mientras que el 24% de los encuestados indico que el servicio que recibió en ese momento era malo, y por último el 7% de los encuestados indico que el servicio que recibió en ese momento era bueno.

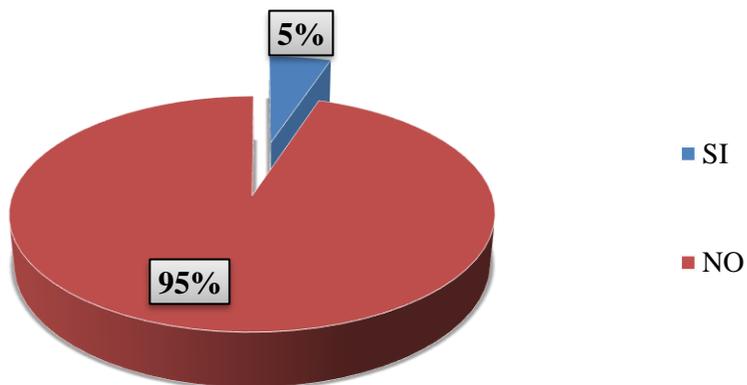
Pregunta N°9

TABLA N° 13

9. El servicio de mudanza que usted recibió ¿cumplió sus expectativas esperadas?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	7	3,1	5,1	5,1
	NO	131	58,7	94,9	100
	Total	138	61,9	100	
Perdidos	Sistema	85	38,1		
Total		223	100		

GRAFICO N° 8

9. El servicio de mudanza que usted recibió ¿cumplió sus expectativas esperadas?



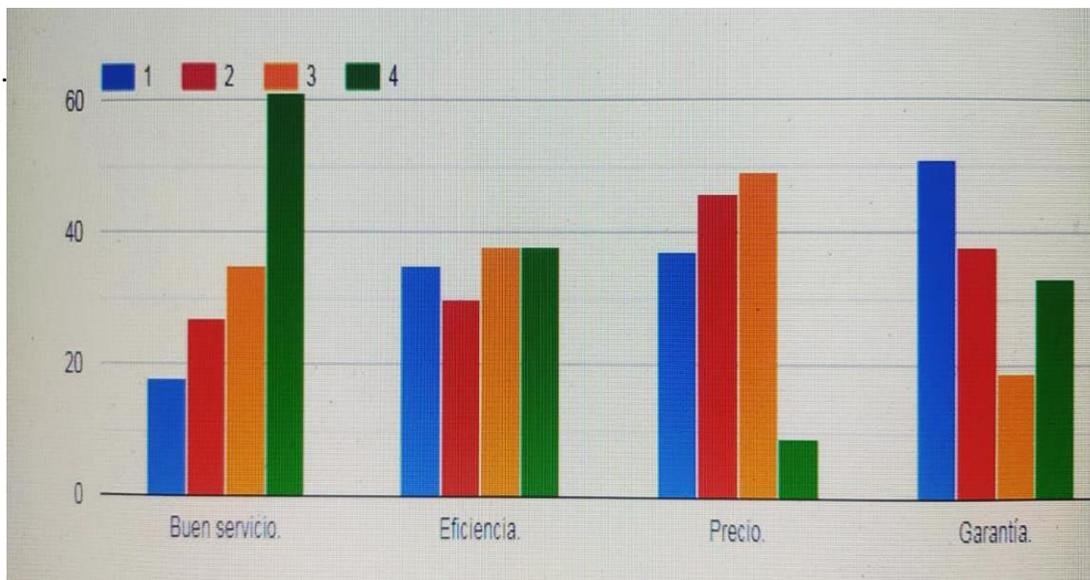
De un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 95% de los encuestados respondieron que no cumplió sus expectativas con el servicio que se ofrece en la ciudad, mientras el 5% de los encuestados indicaron que si cumplieron sus expectativas al momento de utilizar el servicio.

Pregunta N°10

¿Qué es lo que más valora usted al momento de buscar un servicio de mudanza?

Marque 1 siendo el más importante, 2 el segundo más importante, 3 el tercero en importancia y 4 siendo el cuarto en importancia.

GRAFICO N° 9.



Las características o factores que más valoran los encuestados al momento de buscar un servicio de mudanza son: en 1^{er} lugar 12.76% encuestados respondieron que el buen servicio es más importante, 24.82% encuestados dijeron que la eficiencia es primero, 26.24% encuestados respondieron el precio y 37.17% encuestados respondieron que lo más importante es la garantía. En 2^{do} lugar 19.14% encuestados respondieron que el buen servicio está en segundo plano más importante, 21.27% encuestados dijeron que la eficiencia, 31.20% encuestados respondieron el precio y 26.95% encuestados respondieron que el 2^{do} lugar está la garantía.

En 3^{er} lugar en importancia 24.82% encuestados respondieron que el buen servicio, 26.95% encuestados que la eficiencia, 34.75% encuestados respondieron que el precio está en tercer lugar y 13.47% encuestados respondieron que el 3^{er} lugar en importancia es la garantía que se ofrece.

En 4^{to} lugar 43.26% encuestados respondieron el buen servicio, 26.95% encuestados dijeron que la eficiencia está en cuarto lugar en lo que más valora, 6.38% encuestados

respondieron el precio y 23.40% encuestados respondieron que el 4^{to} lugar de los factores o características que más valoran es la garantía.

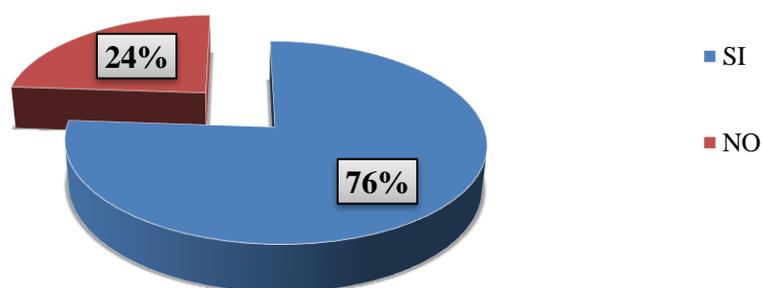
Pregunta N°12

TABLA N° 14

12. Si en la ciudad de Tarija se implementara una empresa de mudanza que brinde un servicio eficiente y garantizado, ¿usted sería cliente de esta empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	105	47,1	76,1	76,1
	NO	33	14,8	23,9	100
	Total	138	61,9	100	
Perdidos	Sistema	85	38,1		
Total		223	100		

GRAFICO N° 10.

12. Si en la ciudad de Tarija se implementara una empresa de mudanza que brinde un servicio eficiente y garantizado, ¿usted sería cliente de esta empresa?



De un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 76% respondieron que si serian clientes de una empresa que brinde un servicio eficiente y garantizado, mientras el 24% de los encuestados respondieron que no serían clientes de la empresa.

Tabla cruzada correspondiente a la variable sexo y la pregunta N°12 Si en la ciudad de Tarija se implementara una empresa de mudanza que brinde un servicio eficiente y garantizado, ¿usted sería cliente de esta empresa?

TABLA N° 15

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
SEXO * Preg.12	138	61,90%	85	38,10%	223	100,00%

TABLA N° 16

Tabla cruzada SEXO*Preg.12				
Recuento				
		Preg.12		Total
		SI	NO	
SEXO	MASCULINO	52	13	65
	FEMENINO	53	20	73
Total		105	33	138

Mediante la tabla cruzada de variables se puede visualizar que de una total de 138 encuestados que viven en alquiler o en anticrético, 52 encuestados de sexo masculino respondieron que si serian clientes de la empresa y 13 respondieron que no; mientras que 53 encuestados de sexo femenino respondieron que si serian clientes de la empresa y 20 encuestados de sexo femenino respondieron que no serían clientes de la empresa.

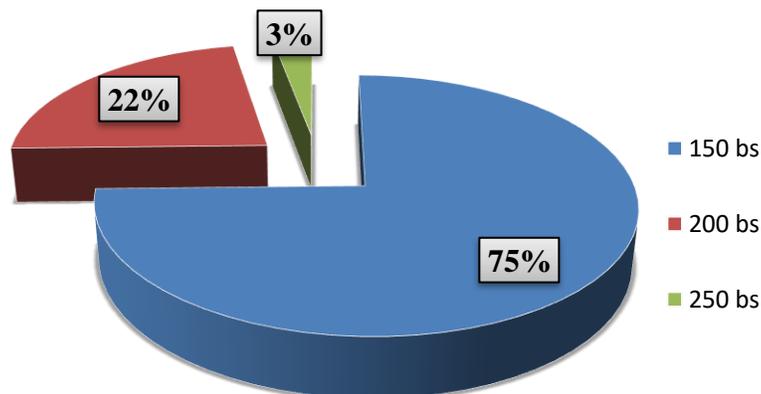
Pregunta N°13

TABLA N° 17

Usted ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio eficiente y garantizado de mudanza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	150 bs	103	46,2	74,6	74,6
	200 bs	31	13,9	22,5	97,1
	250 bs	4	1,8	2,9	100
	Total	138	61,9	100	
Perdidos	Sistema	85	38,1		
Total		223	100		

GRAFICO N° 11.

Usted ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio eficiente y garantizado de mudanza



De un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 75% respondieron que estarían dispuestos a pagar 150 bs por un servicio de mudanzas eficiente y garantizado, mientras el 22% de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a pagar 200 bs por este servicio, en cambio un 3% de los encuestados indicaron que pagarían 250 bs por un servicio eficiente y garantizado.

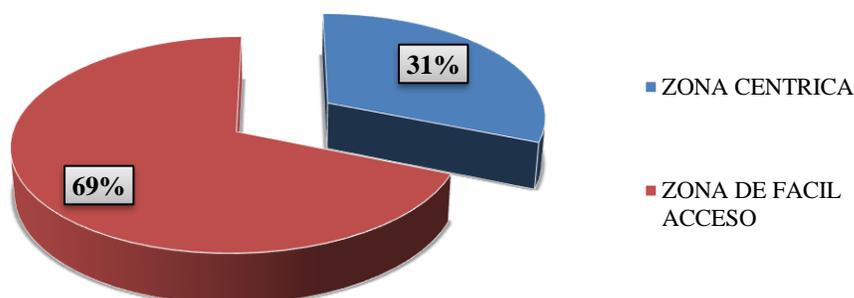
Pregunta N°14

TABLA N° 18

¿De preferencia donde le gustaría que se encuentre ubicada la empresa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ZONA CÉNTRICA	43	19,3	31,2	31,2
	ZONA DE FÁCIL ACCESO	95	42,6	68,8	100
	Total	138	61,9	100	
Perdidos	Sistema	85	38,1		
Total		223	100		

GRAFICO N° 12

¿De preferencia donde le gustaría que se encuentre ubicada la empresa?



De un total de 100% de las encuestas, el 69% de los encuestados respondieron que prefieren que la empresa esté ubicada en una zona de fácil acceso en la ciudad de Tarija, mientras que el 31% de los encuestados indicaron que prefieren que la empresa esté ubicada en zona céntrica.

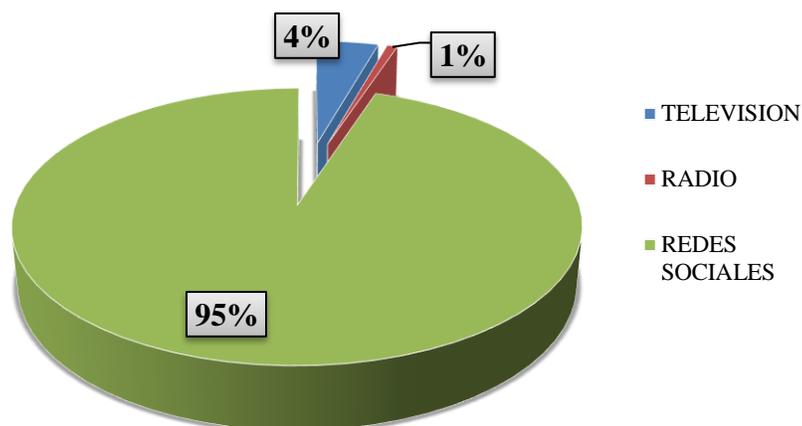
Pregunta N°15

TABLA N° 19

15. Le gustaría recibir información o propaganda de nuestro servicio mediante:					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	TELEVISIÓN	6	2,7	4,3	4,3
	RADIO	1	0,4	0,7	5,1
	REDES SOCIALES	131	58,7	94,9	100
	Total	138	61,9	100	
Perdidos	Sistema	85	38,1		
Total		223	100		

GRAFICO N° 13

15. Le gustaría recibir información o propaganda de nuestro servicio mediante:



De un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 95% respondieron que le gustaría recibir información o propaganda del servicio a través de redes sociales, mientras el 4% de los encuestados respondieron que le gustaría recibir información o propaganda del servicio por televisión, en cambio el 1% de los encuestados indicaron que les gustaría recibir información por radio.

3.1.4. Conclusiones de la investigación mercados realizada

De los resultados obtenidos de la interpretación, tabulación y análisis de la información obtenida, se puede precisar las siguientes conclusiones:

- Se puede concluir que, en la ciudad de Tarija, mediante la pregunta N°3 se puede evidenciar que el 63% respondieron que, si viven en situación de alquiler o en anticrético, mientras el 37% de los encuestados respondieron que no, que viven en casa propia.
- De acuerdo a los datos obtenidos en la pregunta N° 6, los problemas más importantes que atravesaron los encuestados son: en 1er lugar 43.97% encuestados respondieron que tuvieron daños de sus pertenencias. En 2do 27.658% encuestados dijeron que atravesaron una mala atención, 29.07%

encuestados respondieron la impuntualidad. En 3er lugar en importancia 26.95% encuestados respondieron que tuvieron daños de sus pertenencias. En 4to lugar 39.71% encuestados dijeron que atravesaron una mala atención.

- Con base a la pregunta N° 7, se puede evidenciar que de un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 58% respondieron que en el último año se cambiaron de vivienda solo una vez, mientras el 4% de los encuestados respondieron que se cambiaron de vivienda dos veces este último año, en cambio 38% de los encuestados indicaron que este último año no se cambiaron de casa.
- Mediante la pregunta N° 8 se pudo obtener resultados de gran importancia, nos indica que de los encuestados el 69% califico al servicio que recibieron como regular, mientras que el 24% de los encuestados indico que el servicio que recibió en ese momento era malo, y por último el 7% de los encuestados indico que el servicio que recibió en ese momento era bueno.
- Con base a la pregunta N° 12, se puede evidenciar que de un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 76% respondieron que si serian clientes de una empresa que brinde un servicio eficiente y garantizado, mientras el 24% de los encuestados respondieron que no serían clientes de la empresa.
- En conclusión, se llegó a conocer que de un 100% de los encuestados en la ciudad de Tarija 75% respondieron que estarían dispuestos a pagar 150 bs por un servicio de mudanzas eficiente y garantizado, mientras el 22% de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a pagar 200 bs por este servicio, en cambio un 3% de los encuestados indicaron que pagarían 250 bs por un servicio eficiente y garantizado.
- En la ciudad de Tarija 95% de los encuestados respondieron que le gustaría recibir información o propaganda del servicio a través de redes sociales, mientras el 4% de los encuestados respondieron que le gustaría recibir información o propaganda del servicio por televisión, en cambio el 1% de los encuestados indicaron que les gustaría recibir información por radio.

La hipótesis planteada anteriormente, fue aceptada por las personas encuestadas sobre las características o factores que la población considera al momento de requerir un servicio de mudanza son: en 1er lugar 36.17% encuestados respondieron que lo más importante es la garantía. En 2do lugar 31.20% encuestados respondieron el precio. En 3er lugar en importancia 26.95% encuestados respondieron que la eficiencia. En 4to lugar 43.26% encuestados respondieron el buen servicio.

3.1.5. Calculo de la demanda actual.

Para calcular la demanda actual primero se tomará la pregunta número doce, dónde se determina la aceptación de una empresa dedicada a prestar el servicio de mudanzas en la ciudad de Tarija.

$$N = 46807 \text{ habitantes} \quad 46807 * 9 \% = \mathbf{4\ 213 \text{ habitantes}}$$

TABLA N° 20

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	105	47,1
	NO	33	14,8
	Total	138	61,9
Perdidos	Sistema	85	38,1
Total		223	100

TABLA N° 21

	Porcentaje (%)	Operación	Total
Si demandan el servicio	47,1	47,1% - 38,1% =	9% = 0,09
No demandan el servicio.	38,1		

3.1.6. Proyección de la demanda futura.

Para realizar las proyecciones de la demanda se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional, que es del 1,58% (así lo prevén las proyecciones poblacionales del Instituto Nacional de Estadística para 2022 en Tarija).

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente formula:

$$Df = Da * (1+i)^n$$

Dónde:

Df = Demanda Futura.

Da = Demanda Actual.

i = Índice de crecimiento poblacional.

n = Número de años a proyectar.

$$Df1 = 4213 \times (1 + 0,0158)^1 = 4280 \text{ Demanda futura año 1}$$

$$Df2 = 4213 \times (1 + 0,0158)^2 = 4347 \text{ Demanda futura año 2}$$

$$Df3 = 4213 \times (1 + 0,0158)^3 = 4416 \text{ Demanda futura año 3}$$

$$Df4 = 4213 \times (1 + 0,0158)^4 = 4486 \text{ Demanda futura año 4}$$

$$Df5 = 4213 \times (1 + 0,0158)^5 = 4556 \text{ Demanda futura año 5}$$

Para ello, como se observa los resultados de nuestra proyección de la demanda es alta, se espera cubrir un 10% de la demanda actual del servicio de mudanza que no está siendo bien atendido por los presentes prestadores del servicio.

3.2. FUNCIÓN DEL MARKETING.

En este punto, se buscará mejorar la experiencia del cliente, mejorando el servicio de mudanza, y optimizando las formas en la que se conectará con los clientes potenciales, se establecerá el segmento de mercado, el público objetivo al que se pretende llegar y las estrategias de marketing mix.

3.2.1. Objetivos de Marketing.

- Determinar el mercado objetivo y sus características para orientar los esfuerzos de marketing.
- Buscar posicionar desde el principio a la empresa en la mente de las personas, como una empresa formal eficiente y garantizada.
- Demostrar la imagen de la empresa a través de promociones masivas durante el primer año y después de manera menos consecutivo.
- Hacer conocer a las personas sobre las ventajas de utilizar el servicio.
- Posicionar la empresa en el mercado en un periodo no mayor a dos años.

3.2.2. Segmentación de Mercado.

El segmento de mercado, al cual está dirigido el servicio está basado en parámetros geográficos, demográficos, psicográficos, los cuales son:

TABLA N° 22

Segmentación	Criterios	Detalle
Geográfica	Departamento	Tarija
	Municipio	Cercado-Tarija
Demográfica	Genero	Hombres y Mujeres
	Edad	25 a 59 años
Psicográfica	Clientes del servicio	Personas que utilizan el servicio de mudanza

3.2.3. MARKETING MIX

3.2.3.1. Servicio.

Para Kotler y Armstrong “El producto o servicio es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”

El servicio de Mudanzas “Q` Churo” S.R.L. que se prestará en la ciudad de Tarija-Cercado, es un servicio que integra todos los elementos o labores que se llevan a cabo en una mudanza. Se ofrecerá un servicio muy completo que permitirá a los clientes sentirse tranquilos y conformes en la organización de sus mudanzas desde la recolección de objetos en una casa, hasta la instalación total de todos los objetos en su nueva vivienda.

Mudanzas “Q` Churo” orientará sus actividades para prestar un servicio eficiente y garantizado, para cumplir con las expectativas de la población tarijeña. Brindando un servicio eficiente al momento del manejo de los objetos y/o pertenencias, buen trato al cliente, cumplir con los horarios establecidos, atendiendo las exigencias de los clientes, estableciendo una logística adecuada para la mudanza. Brindando un servicio garantizado obteniendo camiones adaptados que brinde la seguridad que serán transportados adecuadamente y brindar comodidad haciendo frente a los daños que puedan ocurrir en la carga, transporte y descarga.

Los servicios que ofrece la empresa de mudanza son:

- Servicio de transporte (carga y descarga) el más común a la hora de realizar una mudanza, este consiste en recoger en un lugar los objetos de su casa y transportarlo al nuevo hogar donde se descargará sus objetos y/o pertenencias.
- Servicio de embalaje, realizar un proceso de adecuado embalaje en sus objetos de forma que le brinde tranquilidad de no rayarse, quebrarse o sufrir algún desperfecto.

3.2.3.2. Precio.

Según Philip Kotler “El precio es la expresión monetaria del valor y como tal ocupa una posición central en el proceso del intercambio competitivo”

El precio es una variable fundamental, por lo cual se debe definir de manera correcta y asociarlo con los servicios ofertados. Será calculado en función a los costos de producción más el margen de utilidad y como referencia se tomará en cuenta los precios de la competencia indirecta que existen en el mercado actual.

Para determinar el precio se tomará en cuenta que cubra sus costos de producción, elementos que intervienen en el proceso productivo, materia prima, mano de obra y otros insumos también un porcentaje justo a cambio del esfuerzo y riesgo asumido.

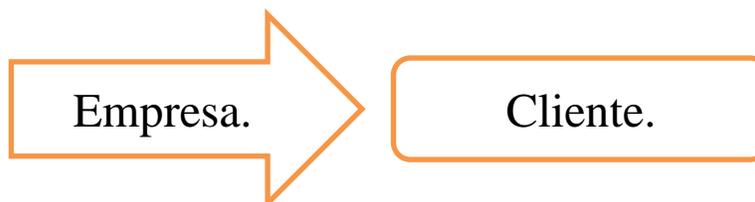
El precio determinado del servicio es de Bs 260 por un servicio completo explicado con anterioridad.

Según la investigación de mercado el 75% de los encuestados prefieren pagar Bs. 150 por solo el servicio de traslado, mientras nosotros con un servicio de traslado más dos ayudantes y el servicio de embalaje se podrá cubrir las necesidades de nuestros clientes.

3.2.3.3. Plaza.

La cobertura del servicio llega a toda la ciudad de Tarija-Cercado en zona urbana, lugar donde se inicia las operaciones de la empresa para brindar un servicio de mudanzas. La ubicación de las oficinas se encontrará estratégicamente en el Barrio la Pampa de manera que nuestros clientes tengan un fácil acceso para encontrar las oficinas y solicitar el servicio.

La empresa utilizara el canal de comercialización directo donde el cliente será atendido de forma inmediata, sin intermediarios, de esta manera se busca una distribución del servicio que no solo satisfaga a los clientes, sino que además de una ventaja competitiva de servicio.



3.2.3.4. Promoción.

Según Kloter y Armstrong; “la promoción comprende actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los consumidores meta de comprarlo”.

La promoción tiene como objetivo dar a conocer el servicio al cliente potencial, explicar sus ventajas y debe convencerle que cubre sus necesidades mejor que los de la competencia u otras soluciones alternativas.

Las campañas promocionales para Mudanzas “Q` Churo” S.R.L tienen como objeto generar una rápida penetración del servicio en su público objetivo y establecer una decisión relevante en relación a la competencia en la ciudad de Tarija.

La promoción que se buscará como empresa formal es crear una imagen corporativa que motive a las personas a adquirir un servicio eficiente y garantizado y así posicionarse en la mente de nuestros clientes, por lo que se utilizará medios digitales masivos de publicidad para ofertar nuestros servicios en las redes sociales (Facebook, WhatsApp, Telegram, Twitter,etc), el cual es uno de los recursos más importantes para ofrecer el servicio. De acuerdo a los resultados del estudio de mercado nos indica que el 95% de los encuestados prefieren recibir información o publicidad por las redes sociales, ya que el mensaje llegará de manera más rápida y precisa al cliente.

Mudanzas “Q` Churo” S.R.L empleara herramientas, actividades para comunicar y ofertar de manera eficaz el valor del servicio a nuestros clientes potenciales y así lograr

relaciones con los mismos. A continuación, se muestra las actividades para dar a conocer el servicio:

- Crear y realizar de manera consecutiva publicidad on line en las redes sociales sobre los servicios que brindamos a la población.
- Crear una página web en las redes sociales para poder ofrecer los servicios y brindar información a la población tarijeña sobre las ventajas que tiene el adquirir un servicio eficiente y garantizado.
- Participar de las distintas ferias que se realizan en la ciudad regalando folletos o trípticos y tarjetas a la población, para dar a conocer el servicio que se ofrece en Tarija-Cercado (ferias de la Avenida Gamoneda y Circunvalación que se realiza los días domingos, feria de villa Fátima que se realizan los sábados en la calle Bolívar y avenida La Paz.

Para todo este tipo de herramientas y actividades a realizar es necesaria la realización de tarjetas de presentación, folletos o trípticos, banners, rollers publicitarios.

3.2.3.5. Estrategia de posicionamiento.

La estrategia de posicionamiento se refiere a buscar un lugar en la mente del consumidor a través de la imagen del servicio ofrecido, con relación a la competencia existente ya que es una de las estrategias que se utilizará para el servicio de mudanza. Por lo tanto, el valor de este servicio es la eficiencia en el servicio y garantía, es sus pertenencias u objetos más preciados, estarán debidamente cuidados y tienen una garantía que hace que los clientes se sientan seguros al adquirir un servicio como este. Y para ello se valdrá de una buena imagen de marca, logo y slogan que una empresa formal y seria debe contar para ser distinguido, por otro lado, lo que nos diferenciará será el posicionamiento se logrará con nuestra estrategia de marketing descrita con anterioridad.

3.2.3.6. Estrategia de Branding.

Marca.

La marca permite que los compradores puedan identificar con mayor rapidez el servicio que necesitan, es por esto que se decide ponerle como nombre “**Mudanzas “Q` Churo” S.R.L.**”, el cual significa que es una empresa tarijeña y por ende, se decidió utilizar un vocablo típico característico chapaco para ser utilizado para la elaboración de un nombre original, por lo tanto la marca es el elemento clave que permite diferenciarse de los demás, ayuda a establecer una determinada posición en la mente del consumidor.

Mudanzas
Q` Churo S.R.L.

Logo.- Es sumamente importante considerar el logo, mismo que debe reflejar lo que es el servicio propiamente, por ello se propone como nombre del producto “**“Mudanzas “Q` Churo” S.R.L.**”. El envase tendrá un logotipo atractivo para tener una mejor aceptación con nuestros futuros clientes.

Mudanzas
Q` Churo S.R.L.



Slogan.

Es un lema publicitario expresión o frase corta que debe cumplir con ciertos requisitos para ser efectivo, como por ejemplo debe ser conciso y fácil de recordar, que sintetice la esencia e idea principal del producto.

“Eficiencia y Garantía”

3.2.4. Presupuesto de marketing.

TABLA N° 23

Presupuesto de marketing			
Detalle	Precio (Bs)	Cantidad	Total anual (Bs)
Roller con banner incluido	380	3	1.140,00
Folletos o trípticos	0.50	1200	600,00
Diseño y tarjetas de presentación	400bs =1000 unidades	2	800,00
Diseño de imagen y logo completo	140	1	140,00
Adhesivo publicitario (colocado en el vehículo)	120 bs el M2	16 M2	1.920,00
Total			4.600,00

CAPITULO IV
PLAN DE OPERACIONAL

IV. PLAN DE OPERACIONES.

En este capítulo se realizará el análisis del plan de operaciones para implementar la empresa con el fin de conocerla internamente, centrándonos en los diferentes aspectos que la caracterizan desde el punto de vista de las operaciones y procesos. Para ello se explicará cada una de las etapas.

4.1. Objetivos del área de operaciones.

4.1.1. Objetivo general.

Establecer los requerimientos de inversión en cuanto al equipamiento de la empresa, los procesos logísticos más adecuados de los servicios a ofrecer a nuestros clientes, determinar la capacidad de operaciones y se visualizara la organización operacional del servicio.

4.1.2. Objetivos Específicos.

- Garantizar y gestionar los recursos necesarios para brindar un mejor servicio.
- Establecer los requerimientos iniciales de materia prima, insumos y materiales para iniciar este plan de negocio.
- Implementar todos los procesos logísticos, actividades necesarias para la prestación de los servicios.
- Determinar la capacidad de operación para poder determinar cuántos servicios se podrán llevar a cabo
- Cumplir con todos los procesos para que los puestos de trabajo sean cubiertos eficientemente, logrando así brindar un servicio eficiente que satisfaga las necesidades de nuestros clientes.
- Incrementar las operaciones en 10% en un plazo de un año.

4.2. Ingeniería del Servicio. (Diseño y especificaciones)

Es importante que el servicio que se ofrece a la población tarijeña cuente con un diseño atractivo que se pueda distinguir y que cuando vean los colores de la marca, logotipo y eslogan de la empresa, sea fácil identificar el servicio que se brinda a la población. A continuación, se mostrará el diseño oficial del servicio.

4.2.1. Marca.

La marca permite que los compradores puedan identificar con mayor rapidez el servicio que necesitan, es por esto que se decide ponerle como nombre **“Mudanzas “Q` Churo” S.R.L.”**, el cual significa que es una empresa tarijeña y por ende, se decidió utilizar un vocablo típico característico chapaco para ser utilizado para la elaboración de un nombre original, por lo tanto la marca es el elemento clave que permite diferenciarse de los demás, ayuda a establecer una determinada posición en la mente del consumidor.

La especificación y diseño de la marca en color azul (mudanzas) refleja un carácter más formal y actitud profesional, protección, paz y confianza

La especificación y diseño de la marca en color gris (Q` Churo” S.R.L.) representa la exclusividad, fuerza o potencia, conocimiento y fiabilidad.

Mudanzas
Q` Churo S.R.L.

4.2.2. Logo. Es sumamente importante considerar el logo, mismo que debe reflejar lo que es el servicio propiamente, por ello se propone como nombre del producto **““Mudanzas “Q` Churo” S.R.L.”**. La empresa tendrá un logotipo atractivo para tener una mejor aceptación con nuestros futuros clientes.

El diseño del logo tiene un color blanco de fondo, ya que este color refleja la limpieza, la higiene y pureza. También se asocia con la tranquilidad y lo sofisticado.

Mudanzas Q' Churo S.R.L.



4.2.3. Slogan.

Es un lema publicitario expresión o frase corta que debe cumplir con ciertos requisitos para ser efectivo, como por ejemplo debe ser conciso y fácil de recordar, que sintetice la esencia e idea principal del producto.

“Eficiencia y Garantía”

La especificación y diseño del slogan se basó en un color naranja (eficiencia y garantía) que refleja un carácter de confianza, alegría y amistad.

4.3. Descripción de Proceso de Servucción.

El proceso Servucción es una serie de operaciones y procesos necesarios que se realizan de forma planificada y sucesiva para lograr la eficiencia en la prestación de los servicios de mudanza y lograr que el cliente se sienta satisfecho con el servicio.

1.- Solicitud del servicio.

Para que el cliente pueda solicitar el servicio o caso contrario lo podrá realizar a través de la página de Facebook, WhatsApp o por llamada telefónica. Y de esa manera concretar una cita en oficinas de la empresa y ponerse de acuerdo en la logística de traslado.

2.- Pago del servicio.

Terminada la conversación y elección del tipo de servicio que requiere se procede a elaborar el recibo y/o facturación y luego se procederá al pago del servicio.

3.- Contacto con el cliente para ingresar a su domicilio.

Ingreso del personal de mudanzas al domicilio, la casa, departamento, del cliente en donde se comunicará sobre el servicio de la manera más cordial posible y control del estado de las pertenencias.

4.- Se procede al empaquetado y recolección de muebles y enseres.

Se procede al empaquetado de los distintos accesorios y/o pertenencias, también con la recolección de todos los muebles y enseres del domicilio, casa, departamento, para proceder a la mudanza.

5.- Procedimiento de cargado de los objetos y/o pertenencias del cliente.

Se procede con la cargada de todo lo que posee el cliente, al camión de mudanzas a cargo de los trabajadores.

6.- Servicio de traslado.

Se procede al traslado de las pertenencias del cliente, hacia el nuevo domicilio, departamento.

7.- Llegado al destino se procede a la descarga.

Una vez llegado al destino, se procede a bajar las cosas del camión y llevarlas al nuevo domicilio de nuestro cliente.

8.- Finalización del servicio y control.

Se realiza el control que cada una de las pertenencias no tenga ningún desperfecto y estén en buenas condiciones, como cuando salieron del domicilio. Con este procedimiento se finaliza el servicio de mudanza.

4.3.1. Flujograma del Proceso.

CUADRO N° 3

N° de paso	Descripción del paso.	Operación ●	Transporte ➔	Inspección ■	Tiempo
1	Solicitud del servicio.	X			-
2	Pago del servicio.			X	-
3	Partida del camión al domicilio del cliente	X			10 min.
4	Contacto con el cliente para ingresar al domicilio.			X	10 min.
5	Se procede al empaquetado y recolección de muebles y enseres.	X			20 min

6	Procedimiento de cargado de los objetos y/o pertenencias del cliente.	X			30 min.
7	Servicio de traslado.		X		20 min.
8	Llegado al destino se procede a la descarga.	X			30 min.
9	Finalización del servicio y control.			X	10 min.
	Total.				2 hrs y 10 min.

4.4. Características de la Tecnología

CUADRO N° 4

N°	Equipo	Detalle	Cantidad (Unid.)	Precio Unitario (Bs.)	Precio Total (Bs.)
1		Celular marca Redmi Note 10	1	1.111	1.111
2		Computadora de escritorio: Equipo Corei7, monitor de 22 pulgadas Samsung	1	5.000	5.000
3		Impresora y fotocopiadora marca. Epson	1	1.000	1.000
	Total			7111	7111

4.4.1. Requerimiento de Equipos.

4.4.1.1. Muebles y Enseres.

CUADRO N° 5

Muebles y Enseres				
Instrumento.	Características	Cantidad	Precio Unitario	Total
	Mueble, escritorio en modelo L, de melanina coreana	1	1800	1800
	Silla ejecutiva de escritorio	1	550	550
	Silla de escritorio	6	150	900

	Escritorio en L	1	1350	1350
	Mueble de oficina de melamina	1	300	300
	Estante de melamina nacional	1	480	480
TOTAL			4630	5380

4.4.1.2. Requerimiento de Indumentaria de Trabajo para el Personal.

CUADRO N° 6

Indumentaria de Trabajo					
Instrumento.	Caract.	Cantidad	Precio Unit.	Total (Bs)(meses)	Total (Bs) Año
	Overol de trabajo para operarios.	2	90	180 bs (cada 6 meses)	360 bs
	Botas de seguridad de trabajo punta de fierro, marca Caterpillar	2 pares	190	380 bs (cada 12 meses)	380 bs
	Guantes de protección.	6 pares	5	30 bs (cada 6 meses)	60 bs
TOTAL				590 bs	800 bs

4.4.1.3. Material de limpieza.

CUADRO N° 7

MATERIAL DE LIMPIEZA					
Material	Características	Cantidad	Precio Unitario (Bs)	Total (Bs)(meses)	Total (Bs) Año
	Guantes de látex para limpieza	2 pares	5	10 bs (cada 6 meses)	20 bs
	Balde de plástico de limpieza	3	8	24 bs (cada 6 meses)	44 bs
	Haragán de palo de plástico y de base de goma	2	10	20 bs (cada 6 meses)	40 bs
	Escoba de palo de madera y alzadera de plástico	2 pares	20	20 bs (cada 6 meses)	40 bs

	Detergente de marca Todo Brillo	1 unid. De 5 kilos	60	60 bs (cada 6 meses)	120 bs
	Lavandina	1 unid. De 4 litros	20	20 bs (cada 6 meses)	40 bs
	Papel higiénico nacional	6 paquetes de 20 unidades	20	120 bs (cada 6 meses)	240 bs
TOTAL				274 bs	544 bs

4.4.1.4. Requerimiento de Equipos de Emergencia.

CUADRO N° 8

N°	Equipos de Emergencia	Detalle	Cantidad (Unidades)	Precio Unitario(Bs.)	Total (Bs.)(meses)	Total (Bs) Año
1		Botiquín de primeros auxilios	1	70	70 (cada 12 meses)	70 bs
2		Extintor para incendios	1	120	120(cada 6 meses)	240 bs
TOTAL					190 bs	310 bs

4.4.1.5. Material de escritorio.

CUADRO N° 9

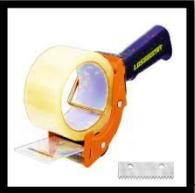
Material Escritorio					
Material	Detalle	Cantidad (Unidades)	Precio Unitario	Total (Bs.)(meses)	Total (Bs) Año
	Porta lapiceros de metal	3	8	24 bs (cada 12 meses)	24 bs
	Resaltadores marca Estabilo	15	5	75 bs (cada 12 meses)	75 bs
	Organizador escritorio	3	20	60 bs (cada 12 meses)	60 bs
	Lapicera marca Pilot	9	5	45 bs (cada 12 meses)	45 bs

	Lapiz, borrador y tajador	3 unidades de tres	3	9 bs (cada 6 meses)	18 bs
	Hoja de papel bond tamaño carta	3 paquetes de 500 unidades cada una	32	96 bs (cada 12 meses)	296 bs
	Archivador de palanca	4	16	64 bs (cada 12 meses)	64 bs
	Calculadora rápida.	1	50	50 bs (cada 12 meses)	50 bs
TOTAL				423 bs	432 bs

4.4.1.6. Accesorios de Materia Prima. (Materiales directos)

CUADRO N° 10

N°	Equipos de Materia Prima	Detalle	Cantidad (Unidades)	Precio Unitario(Bs.)	Total(Bs.) (meses)	Total (Bs) Año
1		Carton	500	2	100 bs (cada 6 meses)	2000 bs

2		Pistola dispensadora de cinta.	4	80	320 bs (cada 6 meses)	640 bs
3		Cinta Adhesiva de embalaje transparente de 100 yardas	15 paquetes de 6 unid.	54	810 bs (cada 6 meses)	6120 bs
4		Estilete	4	15	60 bs (cada 6 meses)	6120 bs
TOTAL					1290 bs	4380 bs

4.4.1.7. Materiales Directos de la Maquinaria.

CUADRO N° 11

N°	Descripción	Detalle	Cantidad (Unidades)	Precio Unitario (Bs.)	Total(Bs.) (meses)	Total (Bs) Año
1		Mantenimiento del vehículo	1 mantenimiento cada dos meses	150	900bs (cada 6 meses)	1800 bs
2		Diesel	21.50 litros de diesel al día por 8 hrs trabajadas	3.72 bs el litro. 80 bs día(mes=2400)	12 000 bs (6 meses por 150 días laborables)	24 000 bs
3		Llantas.	6	350 (700 bs)	2100 bs (cada 12 meses)	2100 bs
TOTAL					15 000 bs	27 900 bs

4.5. Administración de Materiales.

4.5.1. Necesidad de Materia Prima.

La necesidad de la materia prima que se requiere para la empresa se puede adquirir en las distintas tiendas de la ciudad de Tarija, las cuales son:

- Con respecto al equipo necesario hay una empresa que ofrece computadoras, celulares e impresoras denominada “A Y S” Technology ubicada en la avenida La Paz, casi esquina la Madrid, con la ejecutiva de ventas Danitza Quispe Tapia. Cuya empresa nos brindara el equipamiento necesario para la implementación de la empresa.
- Los muebles y enseres serán adquiridos de los puntos de venta del barrio la loma sobre la avenida Cochabamba entre calle Salomón Benites y Hugo López a precios muy accesibles y competitivos
- La indumentaria de trabajo para los operarios será adquirida de la zona del campesino donde se encuentra una serie de modelos y colores la ropa necesaria para la empresa
- El material de limpieza será comprado por inmediaciones de la zona del mercado campesino.
- El equipo de emergencia será adquirida de la zona del campesino
- El material de escritorio será adquirido de la zona central de la ciudad, una librería llamada YIREH ubicada sobre la calle campero entre la calle bolívar y la calle domingo paz.
- La materia prima necesaria será adquirida de la zona central de la ciudad, una librería llamada YIREH ubicada sobre la calle campero entre la calle Bolívar y la calle Domingo Paz.
- Los materiales directos serán adquiridos por distintos sectores de la ciudad; combustible diésel de un punto de venta autorizado (surtidores); mantenimiento será llevado a la empresa NANDITO MOTORS quien realiza todo tipo de

mantenimiento en general y las llantas se adquirirían de la zona del campesino avenida circunvalación.

4.5.2. Proveedores de Servicio.

En cuanto a los proveedores de servicio son:

- Compañía de telecomunicaciones que provee servicios de telefonía celular y fija, televisión e internet TIGO (servicio de internet)

CUADRO N° 12

N°	Descripción	Detalle	Precio Unitario(Bs.)	Total(Bs.) (meses)	Total (Bs) Año
1		TIGO (servicio de internet)	169 bs	169 bs	2 028 bs
	TOTAL				2 028 bs

4.5.3. Sistema de compra.

Para determinar los volúmenes y frecuencia para cada pedido, se tomó en cuenta los siguientes aspectos:

- Nivel de operación diaria y la cantidad de insumos que se requiere para la prestación de cada servicio. El abastecimiento de los cartones será cada mes se realizará el pedido y el podrá entregar el pedido al momento en que se apersonemos a las oficinas, al igual que la cinta de embalaje
- Capacidad de almacenamiento que posee la empresa es limitada ya que el ambiente que se tiene no es muy amplio, pero tampoco es necesario tener almacenado la materia prima.

- En el momento de realizar la recepción de la materia prima, el encargado de supervisión, realizará el respectivo control de calidad. Algunos de los controles a realizar serán: que los cartones no vengan en mal estado como arrugados, rotos, o mojados, y que la cinta de embalaje llegue de acuerdo a la cantidad requerida, que los estiletes lleguen con sus distintas hojas de respaldo.

4.6. Administración de inventarios.

4.7. Capacidad Instalada.

En el caso de la empresa de servicio de mudanzas, la capacidad instalada es el nivel máximo de servicio que puede realizar la empresa. Para esto se tiene que recurrir a la utilización de determinadas maquinarias con las que cuenta y el personal considerado para los servicios

La capacidad de servicio de la empresa “Q` Churo” S.R.L depende directamente de la cantidad de operaciones a realizar en el día Los 2 obreros podrán realizar 3 servicios diarios de mudanzas en la ciudad de Tarija con una duración aproximada de 2 horas y 10 min por servicio.

CUADRO N° 13

N° de servicios	Tiempo por cada servicio	Mano de obra requerida	Hrs de trabajo por día
1	2 hrs y 10 min	2 trabajadores	8 hrs
2	2 hrs y 10 min	2 trabajadores	8 hrs
3	2 hrs y 10 min	2 trabajadores	8 hrs
Total 3 servicios	6 hrs y 30 min	2 trabajadores	8 hrs por día

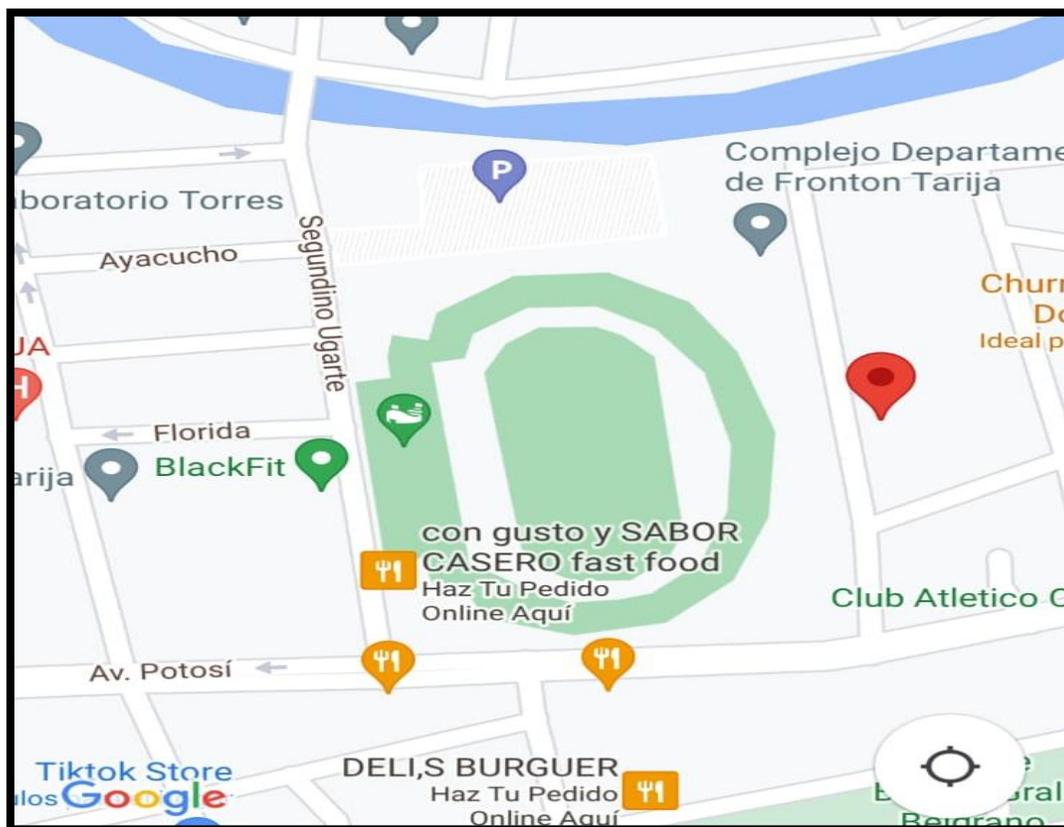
En total según las estimaciones se tardaría 6 horas y 30 min para realizar 3 servicios de mudanza al día como capacidad máxima de operaciones, resultando quedar 1 hora y 30 min de tiempo para cubrir cualquier imprevisto en algún servicio de mudanza solo para cubrir cualquier tipo de previsiones al momento de brindar un servicio eficiente.

4.8. Localización de la Empresa.

La localización consiste en describir donde se va ubicar geográficamente la empresa, para ello se debe tomar en cuenta ciertos factores que determinen la zona más idónea para determinar la localización de la misma.

4.8.1. Micro localización.

La Micro localización tiene el propósito de seleccionar y delimitar de forma precisa el área en donde se localizará y operará la empresa, siendo esta área la que permita cumplir con los objetivos de lograr una rentabilidad idónea del negocio. La ubicación exacta de la empresa será en la calle ejercito prolongación entre avenida potosí y el estadio IV Centenario, en el punto rojo más específico.



4.9. Presupuesto de Plan de Operaciones.

TABLA N° 24

Presupuesto de Plan de Operaciones		
Detalle	Total (Bs)(meses)	Total (Bs) Año
Requerimiento de equipo	8990 bs	8990 bs
Muebles y Enseres	5380 bs	5380 bs
Requerimiento de Indumentaria de Trabajo	800 bs	800 bs
Material de limpieza	274 bs	544 bs
Requerimiento de Equipo de Emergencia	190 bs	310 bs
Material de Escritorio	432 bs	432 bs
Accesorios de Material Prima (Materiales directos)	4380 bs	4380 bs
Materiales Directos de Maquinaria.	21 000 bs	21 000 bs
Total	41 446 bs	41 836 bs

CAPITULO V
PLAN ORGANIZACIONAL Y DE
RECURSOS HUMANOS

V. Plan Organizacional y de Recursos Humanos.

5.1. Objetivos del Área de Recursos Humanos.

5.1.1. Objetivo general.

Diseñar una estructura organizacional e identificar el personal profesional más adecuado que sea eficiente para poder alcanzar los objetivos estratégicos planteados.

5.1.2. Objetivos específicos.

- Diseñar la estructura organizacional para poder establecer las relaciones de jerarquía entre las mismas.
- Contar con personal profesional que tenga el perfil más adecuado para ocupar los diferentes puestos para que este recurso humano genere valor en la empresa.
- Diseñar un sistema de reclutamiento y selección del personal para la organización de la empresa.
- Cumplir con las normas y reglamentos establecidos por la ley general del trabajo para no tener ningún inconveniente de ámbito legal.

5.2. Diseño Organizacional.

El diseño organizacional es el proceso de construir y adaptar continuamente la estructura de la organización para que alcance sus objetivos y estrategias. La estructura representa la interrelación entre los órganos y las tareas dentro de una organización.

Es complejo debido a la existencia de muchos puestos y unidades cuya integración y coordinación exige mucho más que la simple acumulación o unión de puestos o unidades. Las relaciones entre los puestos de una organización deben tomar en cuenta que cada uno está vinculado con otros. Cada puesto funciona como un sistema propio que interactúa con los demás. (Chiavenato, Gestión del Talento Humano, 2008)

5.2.1. Estructura organizacional.

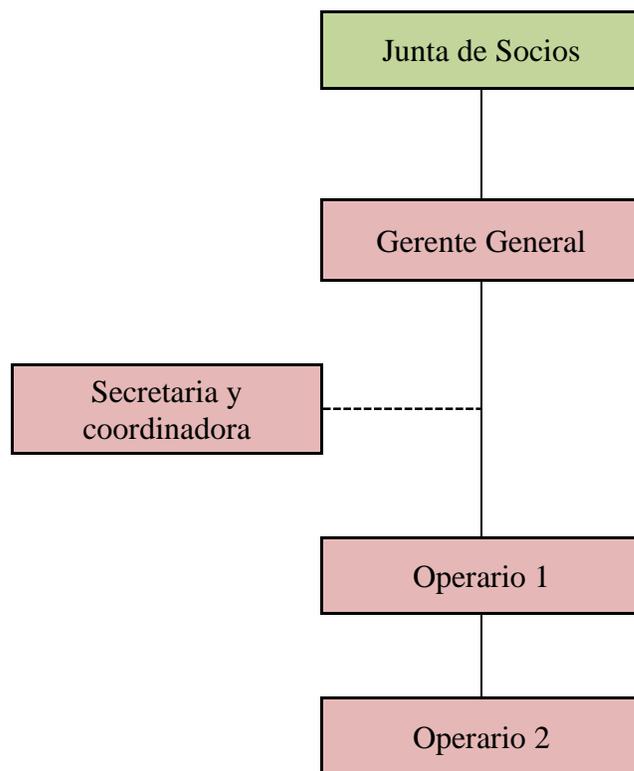
Una estructura organizacional debe diseñarse para especificar quién realizará las tareas y quién será responsable de los resultados.

A través del organigrama, el cual es la representación sintética de la estructura organizacional, mostramos en forma ordenada sus unidades organizacionales sus relaciones, los canales de autoridad formal y los niveles jerárquicos que la constituirán.

5.2.1.1. Niveles Jerárquicos.

- Nivel Estratégico: Corresponde al nivel más alto dentro de la organización. Está compuesto por los directores, propietarios o accionistas y por los altos ejecutivos. Es el nivel en el que se toman las decisiones y en el que se establecen tanto los objetivos de la organización, como las estrategias necesarias para alcanzarlas. (Chiavenato, 2007)
- Nivel Táctico: Se encarga de adecuar las decisiones tomadas en el nivel institucional (en la alta dirección) a las acciones realizadas en el nivel operacional (en la base de la organización). Corresponde a la línea de medio campo y está formado por la administración media, o sea por las áreas o personas que transforman en programas de acción las estrategias elaboradas para alcanzar los objetivos organizacionales. (Chiavenato, 2007)

5.2.1.2. Estructura organizacional.



5.2.2. Descripción de Puestos o Manual de Funciones.

	Nombre de la empresa:	N.º de Hoja
	Mudanzas “Q` Churo” S.R.L	1
Manual de funciones		
I. Identificación del puesto o cargo		
Nombre del Puesto: Gerente General		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Ubicación: 1º nivel estratégico		
Tipo de contratación: Tiempo completo		
Ámbito de operación: Toda la organización		
II. Relaciones de autoridad		
Jefe inmediato: Junta de Socios		
Subordinado directo: Secretaria y coordinadora, Operador 1, Operador 2		
III. Funciones		
Función General: Encargado de la empresa, tomar decisiones, dirigir, gestionar, ver sus necesidades, controlar y supervisar las acciones de los subordinados.		
Funciones específicas: <ul style="list-style-type: none"> • Controlar las operaciones de planeación, organización, dirección y control. • Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la empresa • Contratar y evaluar al personal adecuado para la empresa. • Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la empresa. • Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestas. 		
IV Requisitos del puesto		
Formación: Licenciatura en Administración de empresas y ramas afines		
Experiencia: En área de recursos humanos, área financiera, administrativa y marketing. Mínimo dos años de experiencia en cargos similares		

	Nombre de la empresa:	N.º de Hoja
	Mudanzas “Q` Churo” S.R.L	2
Manual de funciones		
I. Identificación del puesto o cargo		
Nombre del Puesto: Secretaria y coordinadora		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Ubicación: 2º nivel (Tactico)		
Tipo de contratación: Tiempo Completo		
II. Relaciones de autoridad		
Jefe inmediato: Gerente general		
Subordinado directo:		
III. Funciones		
Función General: Encargada de la gestión cotidiana, recepcionar, registrar, coordinar y distribuir información.		
Funciones específicas: <ul style="list-style-type: none"> -Recibir e informar asuntos que se relacionen con la empresa. -Hacer y recibir llamadas telefónicas para mantener informado al gerente sobre compromisos y demás asuntos. -Recibir y coordinar las solicitudes de servicio. -Atender y orientar al público que solicite los servicios. -Administrar la página web y redes sociales 		
IV Requisitos del puesto		
Formación: Técnico Superior en Administración, Secretariado Ejecutivo		
Experiencia: En administración, manejo de paquetes informativos. Mínimo dos años de experiencia en cargos similares		

	Nombre de la empresa:	N.º de Hoja
	Mudanzas “Q` Churo” S.R.L	3
Manual de funciones		
I. Identificación del puesto o cargo		
Nombre del Puesto: Operador 1		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Ubicación: 2º Nivel operativo		
Tipo de contratación: Tiempo completo		
Ámbito de operación: Área de operaciones		
II. Relaciones de autoridad		
Jefe inmediato: Gerente General		
Subordinado directo: Operador 2		
III. Funciones		
Función General: Supervisar el estado del vehículo y su debido mantenimiento, encargarse la logística adecuada al momento de brindar un servicio, y ayudar en todo lo concerniente a la mudanza.		
Funciones específicas:		
<ul style="list-style-type: none"> -Supervisar que todo marche conforme a los procesos que se tiene para brindar un servicio eficiente y garantizado. -Fomentar buenas relaciones con los clientes -Cualidades para la organización de los tiempos y las tareas -Valorar y obedecer las indicaciones de los clientes con respecto a sus necesidades y preferencias 		
IV Requisitos del puesto		
Formación: Tener licencia categoría tipo B o C, tener facilidad de palabra y buen trato al cliente, que conozca muy bien la ciudad de Tarija		
Experiencia: Mínimo 2 años en el rubro de autotransporte		

	Nombre de la empresa:	N.º de Hoja
	Mudanzas “Q` Churo” S.R.L	4
Manual de funciones		
I. Identificación del puesto o cargo		
Nombre del Puesto: Operador 2		
Nombre de la persona que ocupa el cargo:		
Numero de plaza: 1		
Ubicación: 3º Nivel operativo		
Tipo de contratación: Tiempo completo		
Ámbito de operación: Área de operaciones		
II. Relaciones de autoridad		
Jefe inmediato: Operador 1		
III. Funciones		
Función General: Supervisar que la materia prima no falte y apoyar en la logística adecuada al momento de brindar un servicio, ayudar en todo lo concerniente a la mudanza		
Funciones específicas: -Encargarse de que todo marche conforme a los procesos que se tiene para brindar un servicio eficiente y garantizado. -Realizar el empaquetado y asegurado de las pertenencias de nuestros clientes de la manera más adecuada posible. -Verificar que todas las pertenencias estén en el camión bien acomodadas de manera que no sufra ningún desperfecto en el traslado. -Valorar y obedecer las indicaciones de los clientes con respecto a sus necesidades y preferencias.		
IV Requisitos del puesto		
Formación: Tener licencia categoría tipo B , tener facilidad de palabra y buen trato al cliente, que conozca muy bien la ciudad de Tarija		
Experiencia: En el manejo y cuidado de objetos (traslado o mudanza). Experiencia un año		

5.2.3. Proceso de Integración del Personal.

El reclutamiento de personal según el autor (Chiavenato, 2007) es "un conjunto de técnicas y procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización." Es así que en esta parte se describen las etapas que se usarán en el reclutamiento del personal, para la empresa **Mudanzas “Q` Churo” S.R.L**

1ra etapa: Divulgación.

En esta primera etapa la empresa Mudanzas “Q` Churo” S.R.L realizara la divulgación que se necesita personal a través de las redes sociales y la radio Fides Tarija en donde se puede dar avisos de solicitud de personal para trabajar de manera gratuita:

- Personal administrativo (gerente general),
- Personal administrativo (secretaria),
- Personal operativo (para colaborar en la mudanza)

Los requisitos para optar por el cargo son:

Personal administrativo (gerente general)

- **Formación:** Técnico Superior en Administración de empresas y ramas afines
- **Experiencia:** En área de recursos humanos, área financiera, administrativa y marketing

Personal administrativo (secretaria)

- **Formación:** Licenciatura en Administración, Secretariado Ejecutivo
- **Experiencia:** En administración, manejo de paquetes informativos

Personal operativo (para colaborar en la mudanza)

- **Formación:** Tener licencia categoría tipo B o C, tener facilidad de palabra y buen trato al cliente, que conozca muy bien la ciudad de Tarija
- **Experiencia:** Mínimo 2 años en el rubro de autotransporte

2da etapa: Entrevistas estandarizadas sólo en cuanto a preguntas.

Las entrevistas serán personales para evitar la omisión de algún detalle que sea necesario y terminar el proceso de entrevistas rápidamente. Las personas que lleguen al lugar serán entrevistadas por orden de llegada. Haciendo una serie de preguntas sobre su curriculum vitae, su experiencia en el rubro y se indagara sobre sus trabajos anteriores y los actuales y también el tipo de experiencia que obtuvo en todo ese tiempo.

3ra etapa: Preselección.

Se hará un análisis de los currículums y las entrevistas. Llegado a este punto nos quedaremos con las personas con mejores puntuaciones en cuanto a experiencia.

4ta etapa: Selección del Personal.

Se realiza la selección del personal capacitado con los requisitos debidamente completados, para conformar la organización.

Una vez seleccionadas, se procede a hacer una revisión final de los currículums, tomando la decisión final con las personas que han sido consideradas ideales para el puesto por sus conocimientos, experiencia, presentación personal y personalidad.

5ta etapa: Contratación.

Una vez contratado el personal más idóneo para ocupar el puesto, se realizará un programa de Capacitación. Se preparará un paquete de orientación el cual incluirá lo siguiente:

- Presentación por escrito, de la misión de la empresa, visión de la empresa para hacer que ellos compartan y formen parte del objetivo de la misma, de esta manera conformar el mejor equipo posible.
- Una descripción escrita del cargo y funciones a desempeñar, junto a un listado de lo que se espera que cumplan.
- Proporcionar información sobre el servicio, la preparación y presentación para que el personal conozca y sienta que forma parte de la empresa y brindarles los

datos necesarios que pueda ayudar al empleado a conocer de qué manera opera el negocio.

- Se informará a todo el personal sobre lo que deben portar antes de ingresar al servicio, ya que por seguridad e higiene estos deberán contar con un uniforme adecuado.

6ta etapa: Inducción en el área laboral. - Inducción es el conjunto de procedimientos e iniciativas que una empresa lleva a cabo para que un nuevo empleado que acaba de llegar se inserte de forma rápida en la organización

En cuanto a la inducción del personal en la empresa, se realizará una socialización del equipo de trabajo mediante actividades de iniciación, tales como presentación del personal de la empresa, se mostrará el lugar de trabajo, objetivos de cada área de trabajo, entrega de medios necesarios. Con esto se pretende que todo el personal se conozca e intercambien ideas para poder formar una cultura organizacional de trabajo en equipo.

7ma etapa. - Evaluación del Desempeño.

La evaluación del desempeño nos da muchos beneficios tanto para los empleadores como para los empleados.

5.2.3.1. Método de Evaluación del Desempeño mediante Escalas Gráficas.

Ventajas del método de escalas gráficas:

1. Ofrece a los evaluadores un instrumento de evaluación fácil de entender y sencillo de aplicar.
2. Permite una visión integral y resumida de los factores de evaluación, es decir, las características del desempeño más importantes para la empresa y la situación de cada evaluado ante ellas.
3. Simplifica en gran medida el trabajo del evaluador, y el registro de la evaluación no es muy complicado.

Desventajas del método de escalas gráficas:

1. No brinda flexibilidad al evaluador, pues se debe ajustar al instrumento en lugar de ajustarlo a las características del evaluado.
2. Está sujeto a distorsiones e interferencias personales de los evaluadores, quienes tienden a generalizar su apreciación de los subordinados en todos los factores de evaluación.

El método de escalas gráficas mide el desempeño de las personas con factores ya definidos y graduados. Así, utiliza un cuestionario de doble entrada, en el cual las líneas horizontales representan los factores de evaluación del desempeño, y las columnas verticales, los grados de variación de esos factores. Éstos se seleccionan y escogen para definir las cualidades que se pretende evaluar en las personas. Cada factor se define mediante una descripción sumaria, simple y objetiva. Según el autor (Chiavenato, Administración de Recursos Humanos 2009, pág. 207)

5.2.3.2. Método de Evaluación del Desempeño mediante Escalas Gráficas.

CUADRO N° 14

Cargo:					
Competencias	Muy bueno 4	Bueno 3	Regular 2	Malo 1	Puntos
Operaciones: Cantidad de trabajo ejecutado sin errores	Con frecuencia sobrepasa las exigencias	Satisface las exigencias	A veces está por debajo de las exigencias	Nunca cumple las exigencias	
Calidad del servicio: Dedicación, esmero y cuidado de las pertenencias	Es muy cuidadoso con los objetos	Hace bien su trabajo	A veces comete errores	Permanentemente comete errores	

Responsabilidad: Con los horarios de llegada y entrega	Cumple con los plazos establecidos	Con presión cumple con las entregas	No siempre cumple con los plazos de entrega	Casi siempre incumple con las entregas	
Conocimiento del trabajo	Conoce el trabajo muy bien	Conoce lo necesario del trabajo	Conoce parcialmente el trabajo	No posee ningún conocimiento del trabajo	
Asesoramiento al cliente	Siempre da sugerencias en cuanto a cómo acomodar las pertenencias	Ayuda a elegir un mejor lugar para colocar las cosas	Alguna vez da sugerencias que ayudan	No da buenas sugerencias	

5.3. Administración de Sueldos y Salarios.

5.3.1. Escala Salarial Mensual.

1. Gerente General: 2 600 Bs.
2. Secretaria y coordinadora: 2 500 Bs.
3. Operador 1: 2 470 Bs.
4. Operador 2: 2 370 Bs.

TABLA N° 25

Planilla de Sueldos y Salarios

Nombre o razón social:

N° de NIT:

N° Identificador del empleador ante el ministerio de trabajo.

N° de empleador (Caja de Salud):

Mes:		Mudanzas "Q` Churo" S.R.L				FECHA:	
CARGO	TOTAL GANADO	CUENTA INDIVIDUAL	RIESGO COMÚN	COMISIÓN AFP	APORTE SOLIDARIO	TOTAL DESCUENTOS	LIQUIDO PAGABLE
		10%	1,71%	0,50%	0,50%		
GERENTE GRAL.	Bs 2.600,00	Bs 260,00	Bs 44,46	Bs 13,00	Bs 13,00	Bs 330,46	Bs 2.269,54
SECRETARIA Y COORDINADORA	Bs 2.500,00	Bs 250,00	Bs 42,75	Bs 12,50	Bs 12,50	Bs 317,75	Bs 2.182,25
OPERARIO 1	Bs 2.470,00	Bs 247,00	Bs 42,24	Bs 12,35	Bs 12,35	Bs 313,94	Bs 2.156,06
OPERARIO 2	Bs 2.370,00	Bs 237,00	Bs 40,53	Bs 11,85	Bs 11,85	Bs 301,23	Bs 2.068,77
TOTAL	Bs 9.940,00	Bs 994,00	Bs 169,97	Bs 49,70	Bs 49,70	Bs 1.263,37	Bs 8.676,63

Nombre del representante legal.

Firma y N° de documento de identidad.

Fecha:

TABLA N° 26

APORTE PATRONAL						
TOTAL GANADO	CAJA	INDEMNIZACION	RIESGO PROFESIONAL	VIVIENDA	APORTE SOLIDARIO	TOTAL
	10%	8,33%	1,71%	2%	3%	
Bs 9.940,00	Bs 994,00	Bs 828,00	Bs 169,97	Bs 198,80	Bs 298,20	Bs. 2488,97

TOTAL GANADO	Bs 9.940,00
TOTAL APOORTE PATRONAL	Bs 2488,97
CHEQUE TOTAL	Bs 12428,97

	Total mensual	N° de meses()	Total anual (Bs)
TOTAL GANADO	Bs 9.940,00	13 meses más aguinaldo	129.220,00
TOTAL APOORTE PATRONAL	Bs 2488,97	12 meses	29.867,64
TOTAL			159.087,64

Nombre del representante legal.

Firma y N° de documento de identidad

Fecha:

5.4. Marco legal de la organización.

5.4.1. Registros de constitución legal.

La sociedad de responsabilidad limitada, es aquella cuyo capital está integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, cuyo giro se efectúa bajo una razón social o denominación, seguido del aditamento Sociedad de Responsabilidad Limitada, o su abreviatura S.R.L, o, la palabra Limitada o la abreviatura Ltda., en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.

La empresa **Mudanzas “Q` Churo” S.R.L** deberá seguir todos los procedimientos necesarios para ser establecida formalmente. La información presente en esta parte del proyecto fue obtenida de la página Bolivia Emprende, página de SEPREC, páginas oficiales de las entidades públicas, decretos y una investigación personal individual.

Al ser una sociedad de responsabilidad limitada debe cumplir los siguientes requisitos:

5.4.1.1. Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC)

Requisitos de forma presencial:

1. Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.
2. Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art.127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
3. Cancelar el costo para Publicación in extenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio
4. Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea.

Si el representante legal es extranjero, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF el documento que acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año, permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también cargar en formato PDF certificación extendida por la Autoridad Migratoria Nacional.

5. En caso de ser sociedad regulada por Ley, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF la autorización emitida por el ente regulador.

Requisitos trámite virtual:

1. Formulario web de Solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el representante legal y con aprobación vía ciudadanía digital.
2. Cargar en formato PDF el Testimonio de escritura pública de constitución social con firma digital del Notario de Fe Pública. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
3. Cancelar el costo para Publicación in extenso del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio.
4. Cargar en formato PDF Testimonio de poder del representante legal con firma digital del Notario de Fe Pública, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF el documento que acredite la radicatoria en el país (únicamente

para verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año, permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también cargar en formato PDF certificación extendida por la Autoridad Migratoria Nacional.

5. En caso de ser sociedad regulada por Ley, al momento de llenar el formulario web de solicitud de inscripción, cargar en formato PDF de la autorización emitida por el ente regulador.

Procedimiento para trámite presencial:

Llenado el formulario web de solicitud de inscripción, generado el código de trámite, código de pago y realizado el mismo en línea o en los puntos autorizados por el Registro de comercio, el usuario se apersona a Plataforma de servicios para presentar la documentación requerida, se efectúa la constatación del cumplimiento de los requisitos exigidos, y se procede a la recepción respectiva.

Ingresado el trámite, se realiza el análisis legal correspondiente, generando el registro de la sociedad otorgando la matrícula de comercio o en su caso la observación del trámite y cómo subsanar el mismo, derivándose la documentación del trámite a Plataforma de servicios, para su devolución.

El usuario podrá obtener la matrícula de comercio descargando el certificado desde la sección «Mis certificados» del Sistema del Registro de Comercio Plurinacional-RECOP o imprimir el certificado en las terminales de impresión a nivel nacional del Registro de Comercio.

En caso que se adviertan observaciones, se enviarán las mismas a través del sistema a la bandeja de Observados en la que claramente se determinan las razones por las que el mismo ha sido observado y cómo puede subsanarse, pudiendo reingresar el trámite subsanado en línea, adjuntando testimonio de aclarativa, complementación o

modificación al instrumento de constitución, se procederá al análisis legal y posterior registro u observación según corresponda.

Procedimiento para trámite virtual.

Ingresar al portal web de trámites, obtener credenciales de acceso vía ciudadanía digital, seleccionar el tipo de unidad económica, realizar el control de homonimia, llenar el formulario virtual de inscripción, aprobar el formulario vía ciudadanía digital, obteniendo el código de trámite como constancia de ingreso y generar el código de pago. Posteriormente cancelar el costo del trámite y publicación en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio ya sea en línea a través de cualquier medio disponible o de manera física en los puntos autorizados del Registro de Comercio obteniendo el código de trámite como constancia de ingreso.

Una vez concluido el proceso, el Registro de Comercio verificará el llenado del formulario web de solicitud de inscripción, los documentos cargados en PDF y si corresponde inscribirá la empresa.

El usuario podrá obtener la matrícula de comercio descargando el certificado desde la sección «Mis certificados» del Sistema del Registro de Comercio Plurinacional-RECOP o imprimir el certificado en las terminales de impresión a nivel nacional del Registro de Comercio.

En caso que se adviertan observaciones, se enviarán las mismas a través del sistema a la bandeja de «Observados» en la que claramente se determinan las razones por las que el mismo ha sido observado y cómo puede subsanarse, pudiendo reingresar el trámite subsanado en línea, adjuntando testimonio de aclarativa, complementación o modificación al instrumento de constitución, se procederá al análisis legal y posterior registro u observación según corresponda.

Costo del trámite. - El costo para una S.R.L./Soc. Colectiva y en Comandita Simple: Bs. 455. (Cuatrocientos Cincuenta y Cinco 00/100 bolivianos)

Publicación en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio: Bs. 192 (Ciento noventa y dos 00/100 bolivianos)

5.4.1.2. Servicio de impuestos nacionales. (SIN)

El SIN de manera transparente se encarga de la recaudación de controlar, fiscalizar y recaudar los impuestos, proporcionando facilidades para la realización del pago de los mismos, así como también se encarga de diseñar estrategias enfocadas en la cultura tributaria, con el fin de que cada persona sea consciente de la necesidad del país.

El trámite del SIN sirve para la obtención del número de identificación tributaria (NIT) el cual permite ejercer una actividad comercial, en el marco de la legalidad y así poder evitar multas y/o sanciones. De esta manera el SIN individualiza e identifica a todos los contribuyentes; quienes pueden proceder a realizar diversos trámites ante la Administración Tributaria.

Según el artículo 3 de la ley N° 2166. Artículo 160 y 161 del Código Tributario.

Trámites de inscripción a realizar:

- Documento de identidad vigente.
- Factura o aviso de consumo de energía eléctrica del domicilio habitual y fiscal, cuya fecha de emisión no tenga una antigüedad mayor a 60 días calendario a la fecha de inscripción.
- Croquis del Domicilio Fiscal y del Domicilio Habitual.
- Llenar formulario MASI 001 (formulario de inscripción) para obtener el trámite.

Plazos para realizar los trámites. - Se realizan de manera inmediata.

Costos. - Todos los costos en Servicio de Impuestos Nacionales son gratuitos

Obligaciones tributarias.

- IVA (Impuesto al Valor Agregado). - Se aplica el 13% sobre las ventas (Débito) menos las compras (Crédito), de un periodo fiscal. Se debe declarar mensualmente en el formulario 200, de acuerdo al último dígito del NIT.

- IT (Impuesto a las Transacciones). - El IT grava los ingresos brutos devengados, durante el periodo fiscal (mes, por ejercicio de la actividad. Se aplica el 3% sobre los ingresos brutos. Se debe declarar mensualmente en el formulario 400 de acuerdo al último dígito del NIT (con o sin movimiento).
- IUE (Impuesto sobre las Utilidades de las Empresas). - Se aplica el 25% sobre la utilidad neta. Se debe declarar en el formulario 500 para empresas obligadas a llevar registros contables y en el formulario 605 para presentación digital de Estados Financieros (anual).

5.4.1.3. Gobierno Autónomo Municipal de Tarija.

Para emisión de la licencia de funcionamiento según ordenanza N° 030/2003 del Gobierno Municipal de la ciudad de Tarija y la provincia Cercado, los requisitos son los siguientes:

1. Formulario de inspección (declaración jurada).
2. Fotocopia de cedula de identidad del propietario y/o representante legal (actualizado).
3. Fotocopia de NIT.
4. Autorización de tráfico y transporte del municipio.

Plazos para realizar los trámites. - El trámite de la licencia de funcionamiento toma como máximo cinco días hábiles desde la fecha de ingreso del expediente.

Costos. - Licencia de funcionamiento requiere carátulas con valor de Bs 100 y pago por otros conceptos. - Bs 300.

5.4.1.4. Caja nacional de salud. (CNS)

La Caja Nacional de Salud (CNS), es una institución descentralizada de derecho público sin fines de lucro, con personalidad jurídica, autonomía de gestión y patrimonio independiente, encargada de la gestión, aplicación y ejecución del régimen de Seguridad Social a corto plazo (Enfermedad, Maternidad y Riesgos Profesionales).

Trámites de inscripción a realizar.

- Form. AVC-01 (solo firma y sello empleador)
- Form. AVC-02 (Vacío)
- Form. RCI-1A (solo firma y número cédula identidad)
- Solicitud dirigida al Jefe Depto. Afiliación
- Fotocopia C.I. del responsable o representante legal
- Fotocopia NIT
- Fotocopia del balance de apertura aprobado y firmado por el SIN
- Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado)
- Nómina del personal con fecha de nacimiento
- Croquis de ubicación de la Empresa
- Examen Pre – Ocupacional (100.- Bs. por trabajador) se debe efectuar el depósito en la ventanilla (división de tesorería)

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.

5.4.1.5. Gestora Pública

Todas las empresas públicas o privadas que cuenten con dependencia tienen la obligación de registrarse para el bienestar de sus empleados con pensiones justas y dignas.

Trámites de inscripción a realizar:

Llenando el Formulario de Registro electrónico por cualquiera de los siguientes canales que la Gestora ha puesto a disposición de la población:

- Oficina virtual de la Gestora ingresando a la Página web: www.gestora.bo
- Plataformas de Atención al Cliente de las oficinas regionales distribuidas a nivel nacional.

1.- Entregar una fotocopia de memorándum, escribir al medio el número de celular y el correo electrónico vigente.

2.- Entregar en digital, fotografía nítida del carnet de identidad anverso y reverso.

3.- Entregar en digital, fotografía nítida (una selfie) del nuevo aportante mostrado la parte de la fotografía de su carnet de identidad.

Nota: De forma obligatoria, una vez entregado lo solicitado, debe dirigirse a la gestora pública para la firma correspondiente para la asignación del número cua. (el nuevo número de cua obtenido, debe enviar al número de celular 71243145, indicando su nombre completo). Es el Código Único de Asegurado - CUA que se asigna a una persona (dependiente o independiente) cuando se registra en el SIP.

Los trabajadores dependientes voluntariamente pueden registrarse al SIP en un plazo máximo de 10 días hábiles de iniciada la relación laboral. En caso de no hacerlo, el empleador tiene la obligación legal de registrar al trabajador dependiente dentro de los siguientes 15 días hábiles.

Costos. - Todos los trámites son personales y gratuitos.

5.4.1.6. Ministerio de trabajo.

Registra como empleador ante el MTEPS (Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social) 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 (fuente “Bolivia impuestos.com. Última actualización 29-05-2023):

1. Formulario Registro Obligatorio de Empleadores (ROE) llenado (3 Copias)
2. Depósito de 80 Bs a la cuenta número: 501-5034475-3-17 del Banco de Crédito de Bolivia normas legales vigentes en el país.

El Empleador y/o Empresa inscritos en el mencionado registró, deberá presentar obligatoriamente el trámite de Visado de Planillas Trimestrales de Sueldos y Salarios.

5.4.1.7. Presupuesto de Gastos de Organización.**TABLA N° 27**

Presupuesto de Gastos de Organización	
Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC)	Bs 647
Servicio de impuestos nacionales (SIN)	Bs 0
Gobierno Autónomo Municipal de Tarija	Bs 400
Caja nacional de salud (CNS)	Bs 400
Administradora de Fondo de Pensiones (AFP)	Bs 0
Ministerio de trabajo	Bs 80
Total presupuesto	Bs 1527

CAPITULO VI
PLAN FINANCIERO

VI. Plan financiero.

6.1. Objetivos del área financiera.

6.1.1. Objetivo general.

Determinar y evaluar la rentabilidad económica y financiera a través del flujo de caja e indicadores como VAN (Valor Actual Neto), la TIR (Tasa Interna de Retorno), el PR (Periodo de Recuperación)

6.1.2. Objetivos específicos:

- Establecer los recursos económicos necesarios para realizar el plan de negocios.
- Determinar los costos reales del negocio (costos de marketing, operaciones, de recursos humanos y de administración) para poder estimar los recursos económicos necesarios para este plan de negocio.
- Definir el precio de venta de servicio, tomando en cuenta los costos totales incurridos en operaciones para establecer el precio del servicio.
- Elaborar un flujo de caja para poder conocer la proyección financiera los próximos 5 años, gestión 2023 al 2028, haciendo uso del simulador financiero.
- Interpretar los resultados obtenidos de la VAN, TIR, PR, para conocer la rentabilidad del negocio.

6.2. Estimación de la inversión total.

En esta parte del estudio, se determina un presupuesto de inversiones para saber cuál es la cantidad de dinero que demanda el plan de negocio para su materialización y posterior funcionamiento, en este sentido, se detallará a continuación los activos necesarios para la inversión.

6.2.1. Inversión en activos fijos.

Para la puesta en marcha del nuevo emprendimiento es necesario que los socios realicen diferentes inversiones en diferentes activos fijos, necesarios para el adecuado.

funcionamiento de la empresa. Dicha inversión requerida en activos fijos son los siguientes puntos que se mencionan a continuación:

TABLA N° 28

Inversión en maquinaria(Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario Bs	Precio Total Bs
Vehículo	1	80000	80.000,00

TABLA N° 29

Inversión en equipo (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario Bs	Precio Total Bs
Celular	1	1.111,00	1.111,00
Computadora	1	5.000,00	5.000,00
Impresora	1	1.000,00	1.000,00
Total		7.111,00	7.111,00

TABLA N° 30

Inversión en muebles y enseres (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario Bs	Precio Total Bs
Mueble	1	1800	1.800,00
Silla ejecutiva	1	550	550,00
Silla de escritorio	6	150	900,00
Escritorio	1	1350	1.350,00
Mueble ofic.	1	300	300,00
Estante	1	480	480,00
Total		4630	5.380,00

TABLA N° 31

Inversión en material de limpieza (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario Bs	Precio Total anual (Bs)
Guantes látex	2 pares	5	20,00
Balde de plástico	3	8	44,00
Haragán	2	10	40,00
Escoba y alzada	2	20	40,00
Detergente	1 de 5 Kg	60	120,00
Lavandina	1 de 4 litros	20	40,00
Papel higiénico	4 paquetes	22	88,00
Total			392,00

TABLA N° 32

Inversión en material de escritorio (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario (Bs)	Precio Total anual (Bs)
Porta lapiceros	3	8	24,00
Resaltadores	15	5	75,00
Organizador	3	20	60,00
Lapicera	9	5	45,00
Lápiz, borrador y tajador	3	3	18,00
Hoja papel	3 paquetes	32	96,00
Calculadora	1	50	50,00
Archivador de palanca	4	16	64,00
Total			432,00

TABLA N° 33

Inversión en equipo de emergencia (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario (Bs)	Precio Total anual (Bs)
Botiquín	1	70	70,00
Extintor	1	120	240,00
Total			310,00

TABLA N° 34

Inversión Total en Activos Fijos		
Detalle	Unidad	Precio Total Bs
Vehículo	Bs	80.000,00
Equipo	Bs	7.111,00
Total	Bs	87.111,00

6.2.2. Inversión en activos diferidos.

La inversión diferida son todos aquellos gastos de organización realizados para que la empresa pueda iniciar sus actividades legalmente constituidas, es decir son gastos pre operacionales. Distribuidos de la siguiente manera:

TABLA N° 35

Presupuesto de marketing			
Detalle	Precio (Bs)	Cantidad	Total (Bs)
Roler con banner incluido	380	3	1.140,00
Folletos o trípticos	0.50	1200	600,00
Diseño y tarjetas de presentación	400bs =1000 unidades	2	800,00
Diseño de imagen y logo completo	140	1	140,00
Adhesivo publicitario (colocado en el vehículo)	120 bs el M2	16 M2	1.920,00
Total			4.600,00

TABLA N° 36

Presupuesto de Gastos de Organización		
Detalle	Unidad	Total (Bs)
Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC)	Bs	647,00
Servicio de impuestos nacionales (SIN)	Bs	-
Gobierno Autónomo Municipal de Tarija	Bs	400,00
Caja nacional de salud (CNS)	Bs	400,00
Administradora de Fondo de Pensiones (AFP)	Bs	-
Ministerio de trabajo	Bs	80,00
Total presupuesto	Bs	1.527,00

TABLA N° 37

Inversión diferida total		
Detalle	Unidad	Total (Bs)
Presupuesto de marketing	Bs	4.600,00
Total inv. Diferida	Bs	4.600,00

6.2.3. Inversión en capital de trabajo.

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

TABLA N.ª 38

Sueldos y salarios	
Cargo	Total, ganado (Bs)
Gerente general	Bs 2.600,00
Secretaria y coordinadora	Bs 2.500,00
Operario 1	Bs 2.470,00
Operario 2	Bs 2.370,00
TOTAL	Bs 9.940,00
Total mensual (mensual)	9.940,00
Total anual (mensual*13 meses más aguinaldo)	129.220,00

TABLA N° 39

Inversión en indumentaria de trabajo (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario Bs	Precio Total anual Bs
Overol	2	90	360,00
Botas	2 pares	190	380,00
Guantes	6 pares	5	60,00
Total			800,00

TABLA N° 40

Mat. Directos de maquinaria (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario Bs	Precio Total (anual) Bs
Mantenimiento	1 cada 2 meses	150	900,00
Combustible-Diésel	4838,70 litros año	3,72	
Llantas	6 unidades año	350	2.100,00
Total			21.000,00

TABLA N° 41

Accesorios de materia prima (Bs)			
Nombre	Cant. Unid.	Precio Unitario Bs	Precio Total (anual)Bs
Cartón	500	2	2.000,00
Dispensador	4	80	640,00
Cinta adhesiva	15 paquetes	54	1.620,00
Estilete	4	15	120,00
Total			4.380,00

TABLA N° 42

Inversión Total en capital de trabajo		
Nombre	Precio Total (mes)Bs	Precio Total (anual)Bs
Sueldos y salarios	9940	129.220,00
Aporte patronal	2488,97	19.931,64
Alquiler (1300)	1300	15.600,00
Internet (169)	169	2.028,00
Indumentaria de trabajo	800	800,00
Total	14.697,97	167.579,64

6.3. Inversión total

Como se puede ver en el siguiente cuadro la inversión total requerida para Mudanzas “Q` Churo” S.R.L implementado en la ciudad de Tarija es de **Bs 239.742,64**

TABLA N° 43

Inversión Total		
Detalle	Unidad	Monto Total Bs
Inversión total en activos fijos	Bs	87.111,00
Inversión total diferida	Bs	4.600,00
Inversión total en capital de trabajo	Bs	14.697,97
Total inversión		106.408,97

6.4. Estimación del costo total y unitario.

6.4.1. Determinación de los costos anuales.

6.4.1.1. Costos fijos anuales.

TABLA N° 44

Costos fijos administrativos anuales (Bs)		
Nombre	Unidad de medida	Costo total anual (Bs)
Alquiler	12 Meses	15.600,00
Material de escritorio	12 Meses	432,00
Material de limpieza	12 Meses	544,00
Equipo de emergencia	12 Meses	310,00
Internet	12 Meses	2.028,00
Total		18.914,00

TABLA N° 45

Costos variables operativos anuales (Bs)		
Nombre	Unidad de medida	Costo total anual (Bs)
Sueldos y salarios	13 Meses	129.220,00
Aportes patronales	12 Meses	2.488,64
Mat. directos de maquinaria (Bs)	12 Meses	21.000,00
Indumentaria de trabajo	12 Meses	800,00
Accesorios de materia prima	12 Meses	4.380,00
Total	12 Meses	157.888,64

TABLA N° 46

Costos variables de comercialización (Bs)		
Nombre	Unidad de medida	Costo total anual (Bs)
Folletos o trípticos	12 Meses	600,00
Diseño y tarjetas de presentación	12 Meses	800,00
Total	12 Meses	1.400,00

6.4.1.2. Determinación del costo total y unitario.

TABLA N° 47

Calculo del costo total anual (Bs)			
CT=	CF	+	CV
CT=	18914	+	157.888,64
CT=	178202,64		
El costo total anual de operación es de Bs. 178202,64			

6.4.1.3. Costo unitario del servicio.

CU.=Costo total anual / N° total servicios realizados en el año

TABLA N° 48

Costo total anual	178202,64	Son todos los costos incurridos en el proceso de operaciones al momento de brindar el servicio
N° total de servicios realizados en el año	1080 servicios	Son el número de servicios que se llegarían a realizar en un año

TABLA N° 49

Calculo del costo unitario total (Bs)		
CU=	CT anual /	N° de servicio anuales
CU=	178202,64 /	1.080,00
CU=	165	
El costo total unitario de operación es de Bs. 165		

6.4.1.4. Determinación del precio de venta.

La fórmula que se utilizara para la determinación del precio de venta es la siguiente:

$$PV = \text{costo unitario} / (1 - \% \text{ de utilidad})$$

TABLA N° 50

El precio de venta (Bs)		
PV=	Costo unitario /	(1 - % de utilidad)
PV=	165 /	(1 - 0,20)
PV=	206,25	
El precio de venta con un margen de utilidad de 20% es de Bs. 206,25		

6.4.1.5. Precio de venta facturado. $PVF = PV + (PV * IVA)$

TABLA N° 51

Calculo del precio de venta con factura (Bs)		
PVF=	Precio de venta +	(PV*IVA)
PVF=	206,25	(206,25*0,1494)
PVF=	237,06 = 240 bs	
El precio de venta con factura es de Bs. 240		

6.5. Proyección de los ingresos.

6.5.1. Proyección de la demanda actual.

Para realizar las proyecciones de la demanda se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional, que es del 1,58% (así lo prevén las proyecciones poblacionales del Instituto Nacional de Estadística para 2022 en Tarija).

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente formula: $Df=Da *(1+i)^n$

Dónde:

Df = Demanda Futura.

Da = Demanda Actual.

i= Índice de crecimiento poblacional.

n= Número de años a proyectar.

Df1 = $4213 \times (1 + 0,0158)^1 = 4280$ Demanda futura año 1

Df2 = $4213 \times (1 + 0,0158)^2 = 4347$ Demanda futura año 2

Df3 = $4213 \times (1 + 0,0158)^3 = 4416$ Demanda futura año 3

Df4 = $4213 \times (1 + 0,0158)^4 = 4486$ Demanda futura año 4

Df5 = $4213 \times (1 + 0,0158)^5 = 4556$ Demanda futura año 5

TABLA N° 52

Proyección de ingresos						
Año	Demanda	Oferta	Incremento		Precio (bs)	Total (bs)
			(%)	(serv.)		
1	4280	1080			206	222480
2	4347	1080	0,1	108	206	244728
3	4416	1080	0,1	108	206	244728
4	4486	1080	0,1	108	206	244728
5	4556	1080	0,1	108	206	244728

6.6. Ingeniería financiera.

6.6.1. Requerimiento de activos fijos y estructura de capital de trabajo.

TABLA N° 53

Inversión Total en Activos Fijos		
Detalle	Unidad	Precio Total Bs
Vehículo	Bs	80.000,00
Equipo	Bs	7.111,00
Inversión total fija	Bs	87.111,00
Inversión diferida		
Presupuesto de marketing	Bs	4.600,00
Inversión total diferida	Bs	4.600,00
Inversión en capital de trabajo		
Sueldos y salarios	Bs	9.940,00
Aporte patronal	Bs	2.488,97
Alquiler (1300)	Bs	1.300,00
Internet (169)	Bs	169,00
Indumentaria de trabajo	Bs	800
Total inversión en capital de trabajo	Bs	14.697,97
Total Inv. Fija-Dif-Cap. De trab.	Bs	106.408,97

En la tabla se muestra toda la inversión que se tendrá Mudanzas “Q` Churo” S.R.L para que pueda funcionar, teniendo así que la inversión necesaria para el negocio es de **106.408,97 Bs.**

6.6.2. Estructura de inversiones.

TABLA N° 54

Estructura total de inversiones		
Detalle		Total Bs
Inversión Total en Activos Fijos		87.111,00
Inversión Total diferida		4.600,00
Inversión Total en capital de trabajo		14.697,97
Total		106.408,97

De esta manera de se muestra la estructura de las inversiones totales y el porcentaje que implica cada inversión dentro del total, además de la inversión de forma general.

6.6.2. Fuentes de Financiamiento.

TABLA N° 55

Fuentes de financiamiento		
Detalle	Porcentaje (%)	Total (Bs)
Fin. Interno (socios o dueños)	100,00%	106.408,97
Total	100,00%	106.408,97

6.6.3. Balance de apertura.

TABLA N° 56

Balance de apertura			
(Expresado en Bolivianos)			
Activo circulante		Pasivo	
Activo		Préstamo Bancario	Bs. 00
Caja	0	Patrimonio	
		Socio 1	Bs. 53.204,48
Activo no circulante		Socio 2	Bs. 53.204,48
Vehículo	Bs. 80.000,00		
Equipo	Bs. 7.111,00		
Activo intangible y tangible			
Sueldos y salarios más aportes	Bs. 9.940,00		
Aporte patronal	Bs. 2.488,97		
Indumentaria de trabajo y materia prima	Bs. 800,00		
Internet	Bs. 169		
Alquiler de oficina	Bs. 1.300		
Gastos de marketing	Bs. 4.600,00		
Total activo	Bs. 106.408,97	Total pasivo más capital	Bs. 106.408,97

TABLA N° 57

Incremento del costo variable				
		Incremento		
Año	Monto inicial	(%)	(bs)	Total anual (bs)
1	159288,64			159288,64
2	159288,64	0,10	15928,86	175217.50
3	159288,64	0,10	15928,86	175217.50
4	159288,64	0,10	15928,86	175217.50
5	159288,64	0,10	15928,86	175217.50

TABLA N° 58

Depreciación					
N°	Activos tangibles	Monto (BS)	Tasa de depreciación	Vida útil/año	Depreciación anual
1	Vehículo	80.000,00	20%	5	16.000,00
2	Muebles y enseres	5.380,00	10%	10	538,00
3	Maquinaria y equipo	8.990,00	12,50%	8	1123,75
4	Herramientas generales	2.086,00	25%	4	521,50
	Totales				18.183,25

Tabla N° 59

6.6.4. Flujo de caja proyectado.

Flujo de caja proyectado (expresado en bolivianos)						
Detalle	Inversion (años)	1	2	3	4	5
	Año base	2024	2025	2026	2027	2028
(+) Ingresos de efectivo		222.480,00	244.728,00	244.728,00	244.728,00	244.728,00
(+) Ingreso por ventas		222.480,00	244.728,00	244.728,00	244.728,00	244.728,00
(+) Valor residual						
(-) Egresos de efectivo		196.386,14	212.315,00	212.315,00	212.315,00	212.315,00
(-) Inversión Fija	-87.111,00					
(-) Inversión Diferida	-4.600,00					
(-) Capital de Trabajo	-14697,97					
(-) Costo Variable		159.288,64	175.217,50	175.217,50	175.217,50	175.217,50
(-) Costo Fijo		18.914,00	18.914,00	18.914,00	18.914,00	18.914,00
(-) Depreciación		18.183,50	18.183,50	18.183,50	18.183,50	18.183,50
Utilidades antes de int. e impuestos		26.093,86	32.413,00	32.413,00	32.413,00	32.413,00
(-) IUE (25%)		6.523,47	8.103,25	8.103,25	8.103,25	8.103,25
Utilidad neta		19.570,40	24.309,75	24.309,75	24.309,75	24.309,75
(+) Depreciación		18.183,50	18.183,50	18.183,50	18.183,50	18.183,50
Flujo de caja neto	-106408,97	37.753,90	42.493,25	42.493,25	42.493,25	42.493,25
Flujo de caja acumulado	-106408,97	68.655,08	26.161,83	16.331,43	58.824,68	101.317,93

6.7. Análisis de indicadores financieros.

TABLA N° 60

5,15%	Indicadores financieros	
106408,97	VAN	72.296,99
	TIR	27%
	PR	2,62

Para el análisis financiero se tomó en cuenta la tasa de ahorro del BANCO UNION S.A. que brinda un 5.15 % por ahorrar en plazo de un año.

Conclusiones de los indicadores financieros.

- **VAN:** En el cuadro anterior se puede apreciar que el VAN de Mudanzas “Q` Churo” S.R.L para el escenario probable nos arroja un monto positivo de 72.296.99 Bs., es decir que, además de recuperar la inversión y cubrir los costos de operación nos deja unas ganancias netas para los inversionistas.
- **TIR:** Para la tasa interna de retorno TIR es de 27%, porcentaje que representa la tasa de rentabilidad de tendrá el negocio.
- **PRI:** El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, seis meses, es decir que en ese lapso de tiempo se va a recuperar la totalidad de la inversión.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIOS.

7.1. CONCLUSIONES.

Para implementar una empresa que ofrece los servicios de mudanza, se pudo llegar a las siguientes conclusiones:

- Después de realizar el análisis del entorno, se pudo llegar a la conclusión de que el nuevo emprendimiento tiene oportunidades en el mercado puesto que existe un incremento en la economía y la población del territorio nacional y, por ende, hay una mayor demanda de todo tipo de servicios ya que se puede destacar el apoyo del gobierno nacional y departamental en la apertura de varios emprendimientos. Se puede evidenciar que en la ciudad de Tarija no hay empresas formales consolidadas en este segmento de mercado, y esto se traduce en una oportunidad muy importante de mercado.
- Al realizar una investigación de mercados se concluye que los factores que más valora el cliente potencial es la garantía, en segundo lugar, es el precio, eficiencia y por último el buen servicio, y que las redes sociales son los medios de comunicación más usados por los clientes potenciales para enterarse de la existencia de una empresa de mudanza.
- Así mismo, se pudo determinar que de un 100% de los encuestados, 76 % respondieron que si serian clientes de una empresa de mudanza que brinde un servicio eficiente y garantizado en la ciudad de Tarija.
- Mediante el plan de marketing se logró determinar la estrategia de posicionamiento, se refiere a buscar un lugar en la mente del consumidor a través de la imagen del servicio ofrecido, con relación a la competencia existente ya que es una de las estrategias que se utilizará para nuestro servicio de mudanza, como también, se determinó que la publicidad se realizará por los medios digitales, banners y las redes sociales mediante Facebooky WhatsApp.

- Mediante el plan de operación se logró definir los procesos a ofrecer, se determinó la localización, se definieron los requerimientos de activos y la capacidad para prestar el servicio, así mismo, se realizó un plan agregado de producción para conocer la cantidad de trabajadores que se requiere para implementar este proyecto
- Mediante el plan de organización se logró diseñar un marco de referencia estratégico tras la elaboración de la misión, visión y la estructura organizacional, como también se determinó la escala salarial para cada cargo que requiere Mudanzas “Q` Churo” S.R.L.
- Tras la elaboración del plan financiero se pudo determinar la viabilidad del nuevo emprendimiento puesto que tiene un VAN de Bs. **72.296,99** al ser un monto mayor a cero significa que el negocio es rentable, por otro lado, se obtuvo una TIR del 27% que es mayor al costo de capital (5%) por lo tanto conviene invertir en este nuevo emprendimiento.

7.2. RECOMENDACIONES.

Las recomendaciones para Mudanzas “Q` Churo” S.R.L. el son las siguientes:

- Incorporar la cantidad de personal necesaria en el área operativa de Mudanzas “Q` Churo” S.R.L. para brindar un servicio eficiente y garantizado.
- Diseñar estrategias promocionales enfocadas en la publicidad on-line para atraer a nuevos clientes potenciales que adquieran nuestros servicios de mudanza a través de promociones en y descuentos.
- Dado que la demanda del servicio es elevada se recomienda ampliar la oferta del servicio de mudanzas, incluyendo a una mayor cantidad de vehículos.
- Se recomienda cumplir con todos los trámites legales para la implementación y puesta en funcionamiento de la empresa, garantizando la legalidad del mismo ante la sociedad.

- Hacer uso eficiente de los recursos que serán invertidos en las diferentes áreas.
- Es recomendable utilizar todos los pasos estipulados en la propuesta para la realización del plan de negocio, que se obtuvo mediante la investigación de mercado.