PERFIL DEL PLAN DE NEGOCIOS

PERFIL DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Definición del tema de investigación:

San Cristóbal es una localidad de Bolivia ubicado en el municipio de Colcha K de la provincia Nor Lipez del Departamento de Potosí. Era un pueblo que se encontraba en medio de cerros, de difícil acceso y familias que vivían de su producción agrícola, la crianza de llamas y en menor medida la explotación de minerales. Lo que los habitantes no sabían era que se encontraban asentados sobre una inmensa veta de plata, que no podían explotar por falta de maquinaria y equipamiento moderno. Fue así hasta que en 1997 una transaccional Minera descubrió que San Cristóbal tenía uno de los yacimientos de zinc, plomo y plata más grandes del mundo, ofreció encargarse del traslado del pueblo, incluida su iglesia y cementerio para explotar el lugar aceptando una serie de condiciones.

Así en un nuevo terreno se construyó 145 casas de material con todas las dependencias, energía eléctrica, agua y alcantarillado. En 1999 una vez hecho la construcción de las casas en el nuevo terreno los habitantes se trasladaron al actual San Cristóbal. Este traslado cambió por completo la vida de los lipeños, hasta antes del ingreso de la empresa Minera San Cristóbal la mayoría de los jóvenes estaban predestinados a emigrar a otros departamentos o incluso a otro país para un forjar futuro. Hoy en día los jóvenes se encuentran estudiando en escuelas, colegios y asistiendo a universidades en los departamentos de Potosí, Oruro, Cochabamba, Sucre y Tarija.

En la población de San Cristóbal se encuentra uno de las empresas mineras más grandes del país la cual es la empresa Minera San Cristóbal que produce el 2.5% del PIB de Bolivia al exportar 600 mil toneladas anuales de concentrados de zinc, plata y plomo, lo que genera alrededor de $us125 mil/día en regalías para la Gobernación de Potosí, $us22 mil/día para el Municipio de Colcha K y $us500 mil/día por Impuesto a las Utilidades de las Empresas (IUE) al TGN.

En 2015, la empresa minera San Cristóbal generó 508,4 millones de dólares por la venta de concentrados de plata y zinc (399.315 toneladas), y plomo y plata (75.298), según el Reporte de Sostenibilidad de la firma, citado por el diario paceño Página Siete.

Es precisamente ese flujo de dinero el que ahora se observa en este pueblo, donde la gente tiene empleo en la trasnacional y una calidad de vida, superior a la de otras poblaciones.

Pero los lugareños son conscientes de que en algún momento la riqueza se va a terminar. Por ello, desde hace un par de años, apoyados por la Fundación Codespa y la propia empresa Minera San Cristóbal se ha iniciado un proyecto de turismo comunitario, que permita desarrollar una nueva fuente de ingresos, una vez que se termine la actividad minera. La idea es que los visitantes que van al Salar de Uyuni puedan pernoctar o adquirir servicios de los pueblos que están antes de llegar a ese destino. Para ello se inició la capacitación a la gente, la apertura de negocios y una serie de estrategias.

También se ha generado empleos para la población del lugar, así también a personas provenientes de otros departamentos lo cual permiten el crecimiento del lugar y la generación de proyectos de trabajo en otras áreas. Así mismo son varias familias que también viven del comercio, Turismo, ganadería y otras actividades. (La región 2019).

Figura 1

Centro Poblado San Cristóbal

Fuente: Revista COSAS – MARZO, 2020

El sector de servicios ha estado en crecimiento durante los últimos años, cada vez se puede encontrar empresas que ofrecen bienes y servicios no tangibles alrededor de Bolivia, no es la excepción el Departamento de Potosí.

Actualmente existe varias empresas de servicios de lavandería en varias zonas del Departamento de Potosí, estos negocios están en su mayoría ubicados en ciudades y zonas con mayor crecimiento poblacional, sin embargo, también hay regiones que no cuentan con este servicio, tal es el caso de la localidad de San Cristóbal.

2. Problema de investigación

En la localidad de San Cristóbal las temperaturas climatológicas son muy bajas que a veces llega alcanzar temperaturas bajo 0^{o} C. Lo cual, dificulta el lavado manual de ropa, con algunas excepciones de personas que utilizan máquinas para lavar. Para acceder a un servicio de lavado se tiene que enviar a otros municipios cercanos como Uyuni, el cual, esto es demoroso y es un costo extra.

2.1.Planteamiento del problema

Según el instituto nacional de estadística la población proyectada en el 2022 del municipio de Colcha K es de 13288 habitantes. La comunidad más poblada en dicho municipio es San Cristóbal ya que son varias familias que se asientan allí por el tema del trabajo, actualmente dicha localidad tiene un aproximado de 5000 habitantes.

El ingreso económico familiar promedio es de 7.414 Bs/mes, y la minería representa la principal actividad económica. El 71% de las familias de esta población poseen vivienda propia, la cobertura a los servicios básicos es en promedio 93%, en el cual se cuenta con sistemas de agua, alcantarillado y energía eléctrica domiciliaria. (Reporte de sostenibilidad MSC 2022).

San Cristobal cuenta con infraestructura educativa a nivel inicial, primario y secundario; además de dos centros infantiles. Tienen un centro de salud acreditado, e infraestructura para el funcionamiento de un hospital de segundo nivel. Cuenta con un edificio de oficinas públicas, escenarios deportivos y de recreación. Existe un centro turístico cultural, hotel, alojamientos y restaurantes. Cuenta con una fundación con fines empresariales, y diversos emprendimientos productivos y de prestación de servicios.

Las empresas como la Minera San Cristóbal, La tesorera S.A. los bancos Prodem, Bisa y microempresas que están en el lugar ha dado empleo a varias personas del lugar y otros municipios cercanos como ser Atocha, San pedro de Quemes, etc. También por el tema de trabajo son varias las personas que llegan a asentarse en San Cristóbal haciendo que la población se incremente aún más.

Como se hizo conocer anteriormente San Cristóbal no cuenta con un servicio de lavado de ropa, donde cualquier persona pueda adquirir este servicio facilitando la tarea de lavar, secar y planchar la ropa.

Debido al clima en esta zona no siempre es fácil lavar y secar la ropa, la mayoría de las personas no cuentan con una máquina de lavar. Si una persona quisiera adquirir este servicio lo que normalmente puede hacer es viajar a ciudades de otros municipios donde hay este servicio, pero esto también lleva tiempo además de que los gastos se incrementarían por el traslado de un lugar a otro. Así también los turistas, personal contratado de otros departamentos por la empresa Minera San Cristóbal que no están acostumbradas a lavar ropa a bajas temperaturas

2.2.Formulación del problema

¿Cuáles son las oportunidades y riesgos reales que existe en la población de San Cristóbal para crear e implementar una empresa de servicios de lavandería?

2.3.Justificación

El servicio de lavandería de ropa que se implementará es para satisfacer necesidades como ser:

- ✓ Ahorro de tiempo, hay personas que se encuentran ocupadas con otras actividades y no cuentan con el tiempo suficiente para realizar esta tarea.
- ✓ Minimiza costos, ya que no solo ahorrarán costos del servicio de agua sino también no tendrán que trasladarse de la localidad a la ciudad ahorrando los costos de viaje.

- ✓ No lavar de manera manual bajo temperaturas bajas, el clima de la localidad de San Cristóbal es baja especialmente en temporada de otoño e invierno.

Así mismo este servicio no solo beneficia a la localidad de San Cristóbal, sino también a municipios cercanos.

2.4. Delimitación

La delimitación es reducir o precisar un tema o problema a estudiar, en este caso la delimitación del tema de estudio es la siguiente:

2.4.1. Delimitación geográfica

Está idea se realizará para crear e implementar una lavandería de ropa en la localidad de San Cristóbal del municipio Colcha K. de la provincia Nor Lipez del departamento de Potosí.

2.4.2. Delimitación temporal

Para el desarrollo del presente documento, se realizará un análisis de datos actualizados (2020-2024) relacionados con el tema de interés.

3. Objetivos

3.1.Objetivo general

- ✓ Elaborar un plan de negocios para determinar la viabilidad de implementar una lavandería de ropa en la localidad de San Cristóbal.

3.2.Objetivos específicos

- ✓ Determinar las oportunidades y amenazas de la idea de negocio para conocer la viabilidad de implementar una lavandería de ropa en la localidad de San Cristóbal.
- ✓ Identificar las necesidades, gustos y preferencias de los potenciales consumidores mediante una investigación de mercados.
- ✓ Diseñar estrategias de marketing para la introducción y comercialización del servicio de lavandería en la localidad de San Cristóbal.

- ✓ Determinar los recursos económicos, humanos y materiales que requiere la idea de negocio para su implementación.
- ✓ Analizar la factibilidad económica y financiero del proyecto utilizando los indicadores de evaluación.

4. Marco metodológico

4.1.Nivel de investigación

Los tipos de investigación que se utilizarán para la realización del plan de negocios para una lavandería en la localidad de San Cristóbal son:

4.1.1. Investigación Exploratoria

Este tipo de investigación se efectúa sobre un tema de estudio poco conocido o estudiado, permitirá tener una visión general sobre el objeto de estudio. Entonces, el presente trabajo hará uso, en primer lugar, de la investigación exploratoria ya nos permitirá indagar y obtener una visión aproximada sobre el tema de estudio además que esta investigación nos servirá como base para la investigación descriptiva.

4.1.2. Investigación Descriptiva

Este tipo de investigación permitirá identificar y describir las características de un objeto de estudio como afirma Salkind (1998) "Se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio" y también según Cerda (1998) una de las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad de seleccionar y describir las características fundamentales del objeto de estudio.

Por tanto, se hará uso de este tipo de investigación para identificar características fundamentales y plasmarlas en el documento sobre el tema de estudio.

4.2.Diseño de investigación

Para la recolección de datos se hará uso de los siguientes tipos de métodos y técnicas.

4.2.1. Investigación documental

Se basa en la búsqueda, análisis e interpretación de datos secundarios, datos obtenidos de otros investigadores en fuentes documentales impresas, audiovisuales o electrónicas. Con el fin de brindar un aporte de nuevos conocimientos. En ese sentido, para obtener información se hará uso de fuentes impresas como libros, revistas y boletines informativos; fuentes electrónicas de páginas web, publicaciones periódicas y no periódicas.

4.2.2. Investigación de campo

Es aquella que recopila datos directamente de los sujetos de investigación o de la realidad de donde ocurren los hechos es decir de datos primarios. Por tanto, para la recolección de datos primarios se hará uso de encuestas e información del censo, y de esa forma tener información más precisa para la idea de negocio.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DE CONTEXTO

1. ANÁLISIS DE CONTEXTO

Con la finalidad de determinar las amenazas y oportunidades que existe para implementar un servicio de lavandería de ropa consideramos en el presente trabajo que se efectuara el análisis del contexto, misma que consiste en analizar factores tanto del entorno externo e interno.

1.1. Análisis del macro entorno

En el análisis del macro entorno se presentan los factores que se pueden encontrar en el ambiente externo de la empresa, con el fin de identificar oportunidades y amenazas para la idea de negocio de un servicio de lavado de ropa. Considerando aquellos factores como ser: político y legal, económico, social y tecnológico.

1.1.1. Factor político legal

En este factor se consideran aquellos aspectos políticos y legales que podrían influir de manera positiva o negativa en la implementación de una lavandería.

1.1.1.1. Ley N° 947, de 11 de mayo de 2017, de micro y pequeñas empresas.

Según la Disposición Transitoria Segunda de la Ley Nº 947, de 11 de mayo de 2017, de Micro y Pequeñas Empresas, determina que el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, reglamentará la presente Ley en el plazo de ciento ochenta (180) días a partir de la promulgación.

Que es necesario potenciar, fortalecer y desarrollar a las Micro y Pequeñas Empresas, estableciendo políticas de desarrollo que permitan el acceso y promoción comercial, registro e incentivos al consumo, desarrollo de capacidades, fomento a la productividad, priorizando estructuras asociativas, con el fin de mejorar la calidad de vida y el vivir bien.

En Bolivia según el decreto Supremo N° 3564 reglamenta la Ley N° 947 de Micro y Pequeñas Empresas, así como establece la clasificación del tamaño de empresas. Este decreto tiene por objeto reglamentar la Ley N° 947 y establecer la clasificación del tamaño de empresas. Además, establece que el Estado, a través del Banco de Desarrollo Productivo, otorgará financiamiento y asistencia técnica a las Micro y Pequeñas Empresas de transformación manufacturera. Estas leyes proporcionan un marco regulatorio que busca promover el

desarrollo y fortalecimiento de las MyPes en Bolivia, incluyendo medidas de apoyo financiero y asistencia técnica

1.1.1.2. Decreto supremo N°3567.

El decreto supremo N° 3567 Parágrafo 11 del Artículo 47 de la Constitución Política del Estado, establece que las trabajadoras y los trabajadores de pequeñas unidades productivas urbanas o rurales, por cuenta propia, y gremialistas en general, gozarán por parte del Estado de un régimen de protección especial, mediante una política de intercambio comercial equitativo y de precios justos para sus productos, así como la asignación preferente de recursos económicos financieros para incentivar su producción.

1.1.1.3. Ley N° 1333 de Medio Ambiente.

La ley ambiental que una pequeña y mediana empresa (PYME) en Bolivia debe cumplir es la Ley N° 1333 de Medio Ambiente. Esta ley establece las normas y regulaciones para proteger y conservar el medio ambiente en el país.

De acuerdo con esta ley, las Pymes en Bolivia están obligadas a cumplir con los siguientes requisitos ambientales:

- ✓ **Conservación del agua**: Las Pymes deben tomar medidas para conservar el agua y utilizarla de manera eficiente. Esto puede incluir la implementación de tecnologías y prácticas que reduzcan el consumo de agua, como la reutilización y el reciclaje.
- ✓ **Control de emisiones**: Las Pymes deben controlar y reducir las emisiones de gases contaminantes y otros agentes que puedan afectar la calidad del aire. Esto implica el uso de tecnologías limpias y la adopción de prácticas que minimicen la generación de emisiones.

1.1.1.4. Código de Comercio.

El Código de Comercio de Bolivia es un cuerpo legal que regula las actividades comerciales en el país. Este código establece las normas generales que rigen las relaciones entre los comerciantes, así como los derechos y obligaciones de las empresas. Las disposiciones que presenta el código de comercio son:

- ✓ Requisitos para ser comerciante: El código establece los requisitos que deben cumplir las personas para ser consideradas comerciantes, como la capacidad legal para contratar y la mayor de edad.
- ✓ Obligaciones de los comerciantes: El código establece las obligaciones que deben cumplir los comerciantes, como llevar una contabilidad, inscribirse en el Registro de Comercio y obtener la patente comercial.
- ✓ Tipos de sociedades comerciales: El código regula los diferentes tipos de sociedades comerciales que pueden constituirse en Bolivia, como las sociedades de responsabilidad limitada, las sociedades anónimas y las sociedades comanditarias.
- ✓ Contratos mercantiles: El código regula los diferentes tipos de contratos mercantiles que pueden celebrarse entre las empresas, como los contratos de compraventa, los contratos de arrendamiento y los contratos de transporte.
- ✓ Títulos de crédito: El código regula los diferentes tipos de títulos de crédito que pueden emitirse en el ámbito comercial, como las letras de cambio, los pagarés y los cheques.
- ✓ Procedimiento concursal: El código regula el procedimiento concursal que se aplica en caso de insolvencia de una empresa.

En resumen, la Ley 947 tiene un impacto positivo en las MyPes ya contribuye en crear un entorno más favorable para el desarrollo de estas empresas lo que ha llevado al crecimiento de las MyPes y a la creación de empleos. Por otro lado, la ley ambiental tiene un influye mucho en la creación de una lavandería ya que establece requisitos que deben cumplir las empresas para que su actividad no afecte en gran escala al medio ambiente. También el Código de Comercio de Bolivia tiene un impacto significativo en las empresas, ya que establece las reglas básicas que rigen su funcionamiento. Es por ello que es importante conocer las disposiciones del código de comercio para la apertura de la idea de negocio de una lavandería de ropa.

1.1.2. Factor económico

En el factor económico se pretende examinar aquellos aspectos económicos externos que puedan influir en la implementación de una lavandería, por lo que se considera los siguientes aspectos:

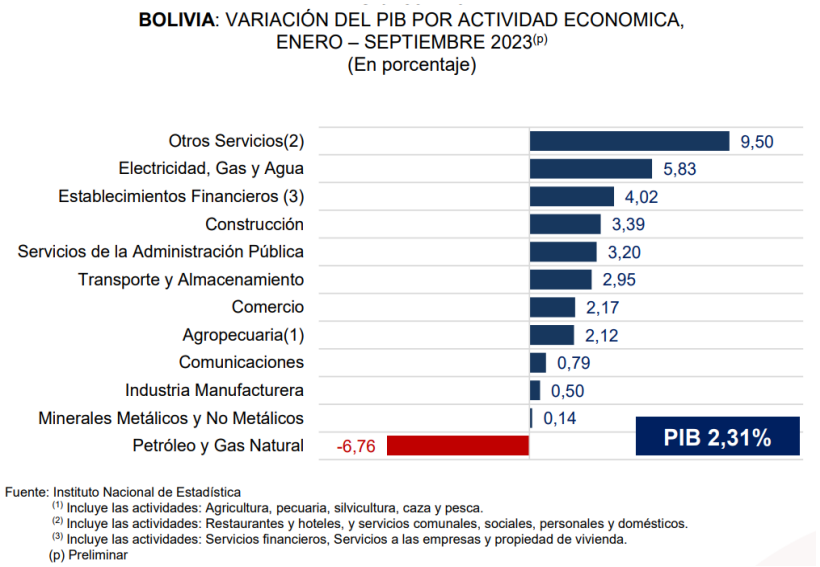
1.1.2.1. Producto interno bruto (PIB)

A pesar de un contexto internacional difícil por la persistencia de los conflictos armados que repercuten en la economía mundial y que derivan en problemas inflacionarios, endurecimiento de las condiciones financieras y la desaceleración económica, como señales contemporáneas de la crisis internacional, con relación a la gestión 2022 Bolivia registró un crecimiento del PIB de 2,31% al tercer trimestre de 2023. Este resultado se debe a las medidas adecuadas de política económica, que posibilitan la reactivación económica en un marco de estabilidad de precios (INE, 2024)

De enero a septiembre de 2023, las actividades económicas con mayor incidencia positiva sobre el crecimiento fueron servicios de electricidad, gas y agua, establecimientos financieros y otros (servicios comunales, sociales y personales, y restaurantes y hoteles).

Figura 2

Variación del PIB por actividad económica de Bolivia



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

La economía en Bolivia se ha recuperado gradualmente desde la crisis de 2020 causada por la pandemia del COVID-19, así mismo se espera que este año, de acuerdo con los reportes oficiales del Presupuesto General del Estado (PGE) 2024, se prevé un 3,71% de crecimiento en el Producto Interno Bruto (PIB) y una inflación del 3,60% para finales de este 2024.

1.1.2.2. Tasa de desempleo poblacional

Por otra parte, en el año 2021 la tasa de la población desocupada, de personas de más de 14 años de edad del área urbana de Bolivia, fue de 5,2%, mientras que en el cuarto trimestre de del 2022 alcanzo el 4,3%, este aspecto indica una disminución de 0,9 puntos porcentuales (p.p.) de personas desocupadas. Los datos corresponden a la Encuesta Continua de Empleo (ECE) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE) que reporta información trimestral de las principales estadísticas e indicadores del mercado laboral del área urbana de Bolivia siendo una temática abordada el comportamiento de la desocupación urbana en el país.

En consecuencia, estos indicadores como ser el PIB nos refleja la situación económica de nuestro país proporcionándonos información valiosa sobre la demanda de bienes y servicios, la inversión, el consumo y las tendencias económicas considerando esto el PIB de Bolivia tienen un impacto positivo ya que hubo un crecimiento del 2,31% en el 2023, así mismo fueron los servicios quienes tuvieron mayor incidencia en el crecimiento del PIB. Por otra parte, hubo una disminución de la tasa de desempleo en relación del 2021 al 2022, lo que indica la estabilidad económica del país.

1.1.3. Factor social

En la actualidad, San Cristóbal es un pueblo minero cuya población depende directa o indirectamente de la empresa Minera San Cristóbal S.A. No obstante, la compañía ha implementado programas de desarrollo comunitario que buscan mejorar las condiciones de vida de la población, el entorno social de San Cristóbal se ha visto influenciado por su pasado agrícola y por la transición hacia una economía minera, lo cual ha generado cambios significativos en su estructura y dinámicas sociales. Los habitantes realizan el lavado de ropa de manera manual que es un proceso laborioso que puede durar horas e incluso días debido al clima y dependiendo del número de prendas que hubiera que lavar. Este comportamiento indica que la población no se encuentra satisfecha con las condiciones del lavado de prendas lo cual significa que existe la oportunidad de implementar una lavandería de ropa en la población de San Cristóbal.

El cuanto al fomento y apoyo a las pequeñas y medianas empresas se muestra una realidad compleja, también se presentan diversos desafíos que requieren atención. Según el Instituto Nacional de Estadística de Bolivia (INE), el 99,5% del total de empresas en Bolivia son micro, pequeñas y medianas empresas (MI Pymes), y en su mayoría son empresas familiares, lo que evidencia la relevancia de estas en la economía del país.

Otro aspecto importante en el análisis social de las PYMES en Bolivia es la generación de empleo y la calidad del mismo. Según el Ministerio de Trabajo, la mayoría de las empresas del país son informales, lo que limita la protección laboral de los trabajadores. Además, la pandemia de COVID-19 ha afectado gravemente a la economía del país y a las pymes en particular, lo que ha generado un aumento en el desempleo y en la precarización laboral.

Por último, en cuanto a la responsabilidad social empresarial, se ha observado un creciente interés de las pymes en Bolivia por implementar prácticas sostenibles y responsables, tanto desde el punto de vista ambiental como social. Según un estudio del Observatorio de Responsabilidad Social Empresarial (ORSE) de Bolivia, las pymes están comenzando a adoptar prácticas de responsabilidad social, como la implementación de políticas de equidad de género y la reducción del impacto ambiental de sus operaciones.

En resumen, Bolivia evidencia la necesidad de continuar impulsando políticas y programas que promuevan la formalización de las empresas, ya que la mayoría de las Pymes son las que más generan empleo. Asimismo, se destaca la importancia de fomentar la adopción de prácticas responsables y sostenibles en el sector empresarial, para contribuir al desarrollo sostenible del país.

1.1.4. Factor tecnológico

En 1901 Alva J. Fisher patentó una de las primeras lavadoras eléctricas, incorporando mejoras como una puerta superior con bisagras para evitar salpicaduras y un mecanismo de cambio de dirección del tambor para evitar que la ropa se apelmazara. Dando inicio a la innovación en tecnología de las máquinas de lavar.

La tecnología en las lavadoras de ropa ha aportado numerosos beneficios, mejorando la eficiencia y la calidad del lavado, así como la comodidad para los usuarios. Algunas de las formas en que la tecnología ha impactado positivamente en las lavadoras incluyen:

- ✓ Reducción del consumo de agua y energía
- ✓ Desinfección y cuidado de tejidos
- ✓ Ahorro de tiempo y esfuerzo

Con el tiempo las lavadoras han ido evolucionando y las empresas fabricantes no han desaprovechado la oportunidad de mejorar o implementar nuevas tecnologías en las lavadoras. Así como fue avanzando la tecnología en las lavadoras también fue avanzando la incorporación de negocios que ofrecen servicios de lavandería de ropa.

Hoy en día, comprar una lavadora está al alcance de cualquiera que trabaje, pero los hábitos relacionados con la limpieza de la ropa no han dejado de evolucionar. Cada vez más gente prefiere contratar un servicio de lavandería de ropa por el ahorro y rapidez que ofrecen.

Las lavanderías aparecieron prácticamente al mismo tiempo que las primeras lavadoras, si bien no fue hasta principios del siglo XIX cuando se convirtieron en habituales en las ciudades. La primera lavandería de autoservicio nació en Nueva York a finales de los años 50. Desde entonces, no han dejado de proliferar por el mundo haciendo que mucha gente se replantee el uso de las lavadoras. Y es que, desde el punto de vista racional, ir a una lavandería tiene más sentido y es más ecológico que tener una lavadora en cada casa. (Lavandería Sant Andreu 2024).

En el caso de Bolivia, no existe registro exacto de cuando aparecieron las lavanderías modernas, sin embargo, su evolución está estrechamente ligada al desarrollo socioeconómico del país. A medida que las ciudades crecían y los estilos de vida se volvían más acelerados, la necesidad de servicios externos como la lavandería se hizo más evidente. Así también la introducción de electrodomésticos como las lavadoras, marcó un hito en la historia de la limpieza siendo un objeto necesario en el hogar. Por otro lado, el desarrollo del sector hotelero y hospitalario también fueron consecuencia de la aparición de lavanderías, ya que,

por sus propias características, requirieron desde sus inicios de servicios de lavandería especializados.

Por otra parte, el avance tecnológico es un factor clave para el desarrollo de las empresas en Bolivia, ya que este medio si es bien aprovechado puede significar grandes oportunidades y fortalezas en emprendimientos. Según el estudio realizado por Microsoft, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 44 % del Producto Interno Bruto (PIB) nacional y movilizan el 70 % del empleo privado del país, y la pandemia aceleró la inversión en tecnología. El informe señala que el 86 % de las pymes afirmaron que la pandemia aceleró los procesos de transformación digital y el 90 % remarcó que esta se vio acompañada del uso de datos para la toma de decisiones. Además, 3 de cada 10 PYMES bolivianas ya desarrollan aplicaciones propias. (News Center Microsoft Latinoamérica 2022).

En resumen, la tecnología en las lavadoras ha ido evolucionando con el tiempo, siendo un electrodoméstico importante para las personas, sin embargo, también con el paso de los tiempos las personas optan en no adquirir estos productos sino más bien contratar el servicio de lavandería de ropa. Por otra parte, el avance tecnológico es un aspecto importante para las empresas, ya que puede ser una fuente de oportunidades si es usada de manera correcta, está claro que la pandemia significo un punto clave para las empresas y en consecuencia estas se vieron obligadas en acelerar su transformación digital.

1.2. Análisis del micro entorno

En el análisis del micro entorno se presenta los factores que están relacionados de forma permanente con la empresa y que influye tanto en las operaciones diarias como en los resultados, es por ello que se debe tener en cuenta dicho análisis para la idea de negocio. Se tomó en cuenta a los competidores, proveedores y a los clientes.

1.2.1. Competidores

Es de gran importancia analizar los competidores en cualquier plan de negocios, ya que permite identificar a los competidores clave en el mercado y comprender cómo diferenciarse de ellos. En el caso de una lavandería de ropa, en la localidad de San Cristóbal, es importante tener en cuenta que la competencia puede ser tanto directa como indirecta.

Actualmente en San Cristóbal no existe un servicio de lavandería, pero si hay en los municipios vecinos como ser en la ciudad de Uyuni, ubicado a menos de 100 km de distancia de la localidad, se toma en cuenta esta ciudad ya que al ser un lugar cercano a San Cristobal los pobladores optan por hacer un viaje de 45min a una hora por carretera asfaltada a Uyuni para adquirir este servicio.

Específicamente en la ciudad de Uyuni se encuentran las siguientes lavanderías.

- ✓ Lavandería Industrial "MayApa"
- ✓ "Laver@p UYUNI" Laundry Service
- ✓ Eco Bubble Lavandería & Laundry

Por otra parte, la competencia indirecta para la idea de negocio son las lavadoras en los hogares. Según los datos obtenidos de una encuesta que se llevó a cabo en la investigación de mercados (Ver anexo 1), aproximadamente el 60% de la población utiliza una lavadora y el restante realiza el lavado de sus prendas de manera manual o adquiere un servicio de lavandería. Sin embargo, el lavado en las lavadoras, aunque es más rápida, esta utiliza grandes cantidades de agua y energía eléctrica, también no todas las prendas de vestir pueden ponerse en la lavadora ya que puede ser de un material delicado. Así también el lavado manual requiere de mucho esfuerzo y tiempo debido al clima de la localidad.

1.2.2. Proveedores

Los proveedores son fundamental para una empresa ya que es aquella que se encarga de abastecer mercancía ya sea materias primas o productos terminados para que la empresa desarrolle su actividad económica. Es importante encontrar proveedores de confianza que ofrezcan productos de calidad a precios competitivos.

En este caso para una lavandería de ropa se requiere proveedores de insumos, y de servicios de agua y luz eléctrica.

En el caso de los insumos que se requieren en la lavandería, existen varias marcas nacionales e internacionales de detergentes, suavizantes u otros productos especializados para lavadoras y necesarios para el lavado y cuidado de la ropa. Actualmente, existen en el mercado proveedores locales o nacionales de estos insumos.

Entre los proveedores nacionales se encuentran:

- ✓ ENVAQUIM: Es una empresa que fabrica productos de limpieza, tanto de Hogar, Personal, también fabrica para terceras personas como ser instituciones y empresas de limpieza, donde tiene una cartera de clientes bien establecidos en el ámbito local, provincial y nacional
- ✓ INALQUIM S.R.L: Es una empresa que importa detergentes en polvo bajo la marca LIDER y fabrica detergentes líquidos ofreciendo una variedad de productos de limpieza.
- ✓ COIMSA S.R.L. Es una empresa que ofrece artículos para el hogar y productos de limpieza para cocina, lavandería, desinfección de ambientes y para pisos y alfombras.

Así como existen empresas nacionales que importan detergentes también hay tiendas mayoristas y distribuidoras de productos de lavandería en los municipios cercanos a San Cristóbal tal es el caso de Uyuni y la localidad misma.

Por otra parte, para la implementación de una lavandería se requiere proveedores de servicios de agua y luz eléctrica, en este caso quienes brindarían este servicio son los siguientes:

- ✓ Comité de Agua Potable y Saneamiento (CAPyS)
- ✓ Servicios eléctricos Potosí S.A. (SEPSA)

En resumen, los proveedores son clave para el negocio ya que brindan productos o servicios necesarios para las operaciones de una empresa, en el caso de la lavandería existe variedad de marcas de detergentes especializadas para lavadoras y no existe problema en adquirirlos.

1.2.3. Clientes

Los clientes son aquellos que adquieren productos o servicios de un negocio para satisfacer sus necesidades. En el caso de una lavandería de ropa los clientes son los individuos que requieran de este servicio con la necesidad de lavar, secar y planchar sus prendas ya sea por falta de tiempo, espacio o recursos para hacerlo ellos mismos.

Es importante tener en cuenta las características de los clientes en lo social y económico. Según el Reporte de Sostenibilidad de la MSC el ingreso económico familiar promedio es de 7.414 Bs/mes de la población de San Cristóbal.

Como clientes potenciales para una lavandería de ropa en la localidad de San Cristóbal se encuentran, trabajadores, ya sean de oficina de los diferentes negocios de la localidad o trabajadores de la empresa Minera San Cristóbal; las familias, el tamaño de promedio de las familias de San Cristóbal es de 4,79 miembros; turistas y viajeros, San Cristóbal cuenta con un centro turístico cultural, hotel, alojamientos y restaurantes, para acoger a los turistas y viajeros que se encuentran de paso por la localidad.

1.2.4. Síntesis del análisis del contexto

En el factor político, la Ley 947 tiene un impacto positivo en las MyPes ya contribuye en crear un entorno más favorable para el desarrollo de estas empresas lo que ha llevado al crecimiento de las MyPes y a la creación de empleos. Por otro lado, la ley ambiental tiene un influye mucho en la creación de una lavandería ya que establece requisitos que deben cumplir las empresas para que su actividad no afecte en gran escala al medio ambiente. También el Código de Comercio de Bolivia tiene un impacto significativo en las empresas, ya que establece las reglas básicas que rigen su funcionamiento. Es por ello que es importante conocer las disposiciones del código de comercio para la apertura de la idea de negocio de una lavandería de ropa.

En el factor económico, los indicadores como ser el PIB refleja la situación económica de nuestro país proporcionándonos información valiosa sobre la demanda de bienes y servicios, la inversión, el consumo y las tendencias económicas considerando esto el PIB de Bolivia tienen un impacto positivo ya que hubo un crecimiento del 2,31% en el 2023, así mismo fueron los servicios quienes tuvieron mayor incidencia en el crecimiento del PIB. Por otra parte, hubo una disminución de la tasa de desempleo en relación del 2021 al 2022, lo que indica la estabilidad económica del país.

En el factor social, se puede observar que la población no se encuentra satisfecha con las condiciones del lavado de prendas lo cual significa que existe la oportunidad de implementar una lavandería de ropa en la población de San Cristóbal. Por otra parte, Bolivia evidencia la

necesidad de continuar impulsando políticas y programas que promuevan la formalización de las empresas, ya que la mayoría de las Pymes son las que más generan empleo. Asimismo, se destaca la importancia de fomentar la adopción de prácticas responsables y sostenibles en el sector empresarial, para contribuir al desarrollo sostenible del país.

En el factor tecnológico, la tecnología en las lavadoras ha ido evolucionando con el tiempo, siendo un electrodoméstico importante para las personas, sin embargo, también con el paso de los tiempos las personas optan en no adquirir estos productos sino más bien contratar el servicio de lavandería de ropa. Por otra parte, el avance tecnológico es un aspecto importante para las empresas, ya que puede ser una fuente de oportunidades si es usada de manera correcta, está claro que la pandemia significo un punto clave para las empresas y en consecuencia estas se vieron obligadas en acelerar su transformación digital.

En el análisis del micro entorno se pudo observar las oportunidades para la implementación de una lavandería de ropa en la localidad de San Cristóbal ya que existe un mercado insatisfecho y el nivel de competencia es bajo ya que no existe como tal una empresa que ofrezca este servicio. En cuanto a los proveedores el nivel es media por una parte existe las nuevas tecnologías y más equipadas en las máquinas y por otra parte esta los proveedores de los insumos el cual estaría alejado de la localidad.

1.3. Oportunidades y Amenazas

Después de analizar el macro entorno y micro entorno, se logró identificar las siguientes oportunidades y amenazas en el sector de servicios de lavandería.

1.3.1. Oportunidades

- ✓ La Ley 947 de micro y pequeñas empresas establece políticas que busca promover el desarrollo y fortalecimiento de las MyPes, incluyendo medidas de apoyo financiero y asistencia técnica.
- ✓ El desarrollo socio económico en la localidad, debido a los empleos que genera la MSC la localidad fue creciendo tanto en su población como en su economía dando oportunidad a la creación de nuevos emprendimientos.
- ✓ Las bajas temperaturas del clima en San Cristóbal, lavar ropa puede ser muy tardado ya que el clima no permite a los pobladores tener la comodidad de realizar esta tarea.

- ✓ Actualmente en San Cristóbal no existe un servicio de lavandería de ropa, lo que significa que no hay una competencia directa para el establecimiento una lavandería en la localidad.
- ✓ Existe una variedad de opciones en cuanto a marcas de detergentes especiales para lavadoras, así también los proveedores se pueden encontrar tanto nacional como a nivel local, ya que, en San Cristóbal y Uyuni hay tiendas distribuidoras de estos productos.

1.3.2. Amenazas

- ✓ Las regulaciones ambientales que las empresas, independientemente de su actividad y tamaño, están obligadas a cumplir con las políticas establecidas en protección y conservación del medio ambiente.
- ✓ La llegada de nueva tecnología en electrodomésticos a San Cristóbal, las lavadoras se encuentran al alcance de los pobladores, según la investigación de mercados (Ver anexo 1) el 60% de la población cuenta con lavadoras. Lo que significa que existe gran competencia indirecta para el establecimiento de una lavandería.
- ✓ También existe el riesgo de la entrada de nuevos competidores al mercado ya que se trata de un servicio nuevo en la localidad de San Cristóbal.

CAPÍTULO II

PLAN DE MARKETING

2. PLAN DE MARKETING

El plan de marketing es un documento que define estrategias y acciones que se llevara a cabo en una empresa para alcanzar los objetivos de marketing en un periodo determinado. El plan de marketing contiene la definición de objetivos de marketing, análisis del mercado y determinación de la demanda, acciones y estrategias de marketing, y el presupuesto asignado para el cumplimiento de los objetivos. Se realiza este plan con el fin de comprender la realidad de la empresa en el mercado, así también, el plan de marketing, sirve como instrumento para evaluar las estrategias establecidas.

2.1. Objetivos del plan de marketing

- ✓ Determinar la demanda para un servicio de lavandería en la localidad de San Cristóbal.
- ✓ Definir estrategias de marketing que permita el posicionamiento de la empresa en el mercado, y en la mente del consumidor.
- ✓ Asignar recursos financieros a las estrategias que se llevaran a cabo en la Lavandería para el cumplimiento de los objetivos.

2.2. Segmento de mercado

El segmento de mercado consiste en un grupo grande que se puede identificar dentro de un mercado y que tiene deseo, poder de compra, ubicación geográfica y actitudes de compra similares. Los servicios a ofrecer se encuentran dirigidos a los siguientes segmentos, los cuales presentan las siguientes características:

- ✓ Segmentación geográfica: Se enfocará en la localidad de san Cristóbal, provincia Nor Lipez, del Departamento de Potosí.
- ✓ Segmentación demográfica: Se enfocará en la población de las personas de entre 18 a 60 años de edad, con ingresos medios-altos.
- ✓ Segmentación psicografica: Se enfocará en aquellas personas que busquen comodidad al realizar sus actividades.

2.3. Determinación de la demanda

Debido a la inexistencia de datos históricos de la demanda para el servicio de lavandería que es de nueva creación se utilizó la investigación de mercados siendo la misma un instrumento de análisis, es aplicable para determinar la demanda en negocios cuyos datos históricos no existe o es difícil de obtener.

Para determinar la demanda se tomó en cuenta la población de la localidad de San Cristóbal, según el Instituto Nacional de Estadística la población proyectada en el 2022 del municipio de Colcha K es de 13288 habitantes, de los cuales aproximadamente 5000 son habitantes de San Cristóbal. De acuerdo al resultado de la pregunta 3 de la encuesta en la investigación de mercados (Ver anexo 1) el cual indica la decisión de la adquisición del servicio, siendo el 91.67% de respuestas "sí". El cálculo de la población objetivo es:

$$\text{Mercado objetivo} = 5000 * 91{,}67\% = 4583{,}5$$

Para obtener datos más precisos se determinó el mercado meta, según el resultado de la primera pregunta, de la encuesta en la investigación de mercado (Ver anexo 1), en el cual indicaron que el 35% no cuenta con una lavadora en su hogar. En este sentido, se realizó el siguiente cálculo:

$$\text{Mercado meta} = 4583{,}5 * 35\% = 1604{,}23$$

Luego de determinar la población meta se realizó el cálculo de la demanda. Según el análisis de la pregunta 10 de la investigación de mercados la cantidad de que una persona lava ropa, en promedio (Ver anexo 1 y 2), es de 6,39 kilos por semana y por año es de 332,8 kilos. Entonces el cálculo de la demanda es lo siguiente:

$$\text{Demanda} = 1604{,}23 * 332{,}8 = 533886{,}08 \text{ kilos/año}$$

Siendo la demanda alta en el mercado al cual se pretende llegar se determinó que se trabajara en los posteriores análisis con el 6,74% de la demanda, el cual nos da un resultado de:

Demanda = 36000 kilos/año

Este resultado es la demanda que se pretende cubrir en el mercado el cual corresponde a la capacidad instalada que se muestra en la tabla 9 del plan de operaciones.

- ✓ **Frecuencia de consumo:** Nos interesa conocer la frecuencia de consumo ya que con esta información podemos estimar el número de servicios que se van adquirir en un determinado tiempo. Para lo cual se utilizó la pregunta 6 de la encuesta realizada en la investigación de mercados (Ver anexo 1) donde se indica que el 61,82% de las personas acudirían una vez a la semana a la lavandería de ropa y un 38,18% acudiría dos veces a la semana a utilizar el servicio de la lavandería

2.3.1. Análisis de la demanda por escenarios

Para el análisis de escenarios se tomó en cuenta el total de demanda de 36000 kilos al año, así también se consideró la frecuencia de consumo.

2.3.1.1. Escenario optimista

Para este escenario se tomó en cuenta el 90% de la demanda que se pretende cubrir y se realizó la estimación de la demanda anual y semestral en el caso de que acudiría una y dos veces a la semana. A continuación, se muestra en la tabla del siguiente cálculo.

Tabla 1

Demanda escenario optimista

Optimista				
Veces a la semana	**%**	**Población**	**Dda. Kg/año**	**Dda, kg/semestre**
Una vez	61,82%	60	20029,68	10014,84
Dos veces	38,18%	37	12370,32	6185,16
Total	100,00%	97	32400,00	16200,00

Fuente: Elaboración propia

2.3.1.2. Escenario esperado

De igual forma para el escenario esperado se tomó en cuenta el 80% de la demanda, también se realizó la estimación de la demanda en el caso de acudir una vez a la semana y dos veces a la semana.

Tabla 2

Demanda escenario esperado

Esperado				
Veces a la semana	**%**	**Población**	**Dda. Kg/año**	**Dda. kg/semestre**
Una vez	61,82%	53	17804,16	8902,08
Dos veces	38,18%	33	10995,84	5497,92
Total	100,00%	87	28800,00	14400,00

Fuente: Elaboración propia

2.3.1.3. Escenario pesimista

En el escenario pesimista se tomó en cuanta el 60% de la demanda y de igual forma que los anteriores escenarios se realizó la estimación con la frecuencia de consumo.

Tabla 3

Demanda escenario pesimista

Pesimista				
Veces a la semana	**%**	**Población**	**Dda. Kg/año**	**Dda. kg/semestre**
Una vez	61,82%	40	13353,12	6676,56
Dos veces	38,18%	25	8246,88	4123,44
Total	100,00%	65	21600,00	10800,00

Fuente: Elaboración propia

2.3.2. Análisis de la demanda proyectada por escenarios y con la tasa de crecimiento poblacional

Según el Instituto Nacional de Estadística del crecimiento anual del Departamento de Potosí es de 2,5%, entonces, realizando los cálculos correspondientes la tasa de crecimiento poblacional por semestre es de 1,25%. Con este dato se realizó la siguiente proyección de la demanda para un periodo de 6 semestres:

Tabla 4

Proyección de la demanda para un periodo de 6 semestres

Semestre	Tasa	Optimista	Esperado	Pesimista
1	1,25%	16200,00	14400,00	10800,00
2	1,25%	16402,50	14580,00	10935,00
3	1,25%	16607,53	14762,25	11071,69
4	1,25%	16815,13	14946,78	11210,08
5	1,25%	17025,31	15133,61	11350,21
6	1,25%	17238,13	15322,78	11492,09

Fuente: Elaboración propia

2.4. Estrategias de Marketing Mix

El marketing mix o también conocido como la mezcla de marketing es un conjunto de herramientas tácticas controlables que se utilizan para obtener la respuesta que se desea en el mercado meta, consiste en todo lo que la empresa es capaz de hacer para influir en la demanda de su producto o servicio. El marketing mix se clasifica en cuatro grupos conocidos como las ¨cuatro P¨: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

En este sentido, a continuación, desarrollaremos cada una de estas áreas para lograr los objetivos y la satisfacción de los clientes.

2.4.1. Estrategia de Producto

La lavandería principalmente se enfoca en ofrecer servicios de lavado, secado y planchado de prendas de vestir, este servicio está dirigido a todas las personas de la localidad de San

Cristóbal que requieran de este servicio como ser: Amas de casa, trabajadores, turistas, deportistas, empresas o instituciones que utilicen un determinado uniforme, etc.

El servicio que ofrece la lavandería busca minimizar el tiempo y esfuerzo en cuanto al lavado de las prendas ya que realizar esta tarea requiere de mucho tiempo en especial si son grandes cantidades de prendas.

En otras palabras, este servicio ofrece a los clientes los siguientes beneficios:

- ✓ Es una forma más rápida de lavar la ropa ahorrando tiempo, para que las personas puedan disponer de ese tiempo en otras actividades.
- ✓ Evita hacer esfuerzos, es una forma de tomar un descanso ya que lavar la ropa implica poner mucho esfuerzo en especial si esta se realiza de forma manual.
- ✓ No será una preocupación para el cliente la cantidad de agua que se gasta lavando la ropa de manera manual o en una máquina de lavar.
- ✓ Evita que los clientes tengan que lavar en las bajas temperaturas del clima de la localidad de San Cristóbal, y de esta forma cuidar de su salud.

2.4.1.1. Marca:

El nombre comercial que representara a la lavandería es “A-TIEMPO” ya que se relaciona con la rapidez de lavar la ropa adquiriendo este servicio, además que hace referencia al tiempo que uno puede tardar en lavar la ropa y no tenerla lista en los momentos que se necesita, es por eso que sin importar el tiempo o el clima la lavandería tendrá lista sus prendas al momento que lo necesite.

2.4.1.2. Isólogo

Según las características del diseño, la combinación de las figuras o imagen con el texto representan el isólogo, es decir no puede dividirse los elementos que forman la figura.

Este isólogo está compuesto por las figuras de prendas de vestir, el agua, el texto correspondiente a la marca y el slogan haciendo una combinación llamativa, así mismo transmiten un mensaje directo del servicio.

Figura 3

Ilustración del Isólogo para la Lavandería

Fuente: Elaboracion propia

2.4.1.3. Colores:

Los colores utilizados en el isólogo son el azul y el blanco que juntos se relacionan principalmente con la frescura y limpieza así también está asociada con la confianza y la seguridad precisamente lo que se busca reflejar.

2.4.1.4. Slogan:

"*Servicio al instante*" representa el propósito de la lavandería ofreciendo un servicio único, rápido y personalizado, ofreciéndole al cliente tiempo para que realice sus actividades sin la preocupación de tener que lavar la ropa.

2.4.2. Estrategias de precios

Para fijar el precio de venta del servicio de lavandería A-tiempo, se realizó en base a la encuesta realizada a la población seleccionada (Ver anexo 1) por lo que el resultado fue que las personas están dispuestas a pagar 12 bs. Por kilo de ropa. Es importante mencionar que los servicios serán más solicitados por la población de ingresos medios y altos de la localidad de san Cristóbal, al cual se le ofrecerá el servicio completo incluyendo el lavado de ropa, planchado y secado, por lo que brinda, en un inicio, la opción de ofrecer un descuento, para promocionar los servicios de manera conjunta, además, se considera el precio de otras lavanderías cercanas a la localidad de San Cristóbal como ser Uyuni.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente se determinó el siguiente precio de venta:

Tabla 5

Determinación del precio de venta considerando la competencia

Descripción	Unidad	Precio (Bs)
Servicio completo	1 kilo	12
Servicio de planchado	1 unidad	1

Fuente: Elaboración propia

En el caso de que el cliente requiera solo el servicio de planchado el precio será de 1bs por unidad, ya que esta puede tratarse de camisas o trajes.

2.4.3. Estrategias de promoción

La estrategia de promoción de la empresa, buscará comunicar, informar y resaltar los beneficios de adquirir un servicio de lavandería de ropa, brindando una propuesta de valor de ahorro de tiempo y evitar el lavado de ropa a bajas temperaturas. Donde se aplicarán herramientas digitales que permitirán llegar a clientes de toda la población de san Cristóbal mostrando los beneficios de adquirir el servicio.

Estas herramientas digitales se determinaron de acuerdo de la pregunta 9 de la encuesta realizada en la investigación de mercados en la cual se indica que existe una gran preferencia de interacción con las redes sociales por lo cual la lavandería A-Tiempo contara con una página de Facebook, WhatsApp y tik tok.

Así mismo para comunicar la apertura de este servicio se realizará publicidad mediante el canal de televisión Lipez TV la cual tiene su sede en la población de San Cristobal. Así mismo dicho canal se encarga de informar noticias, novedades y demás de la localidad y el municipio.

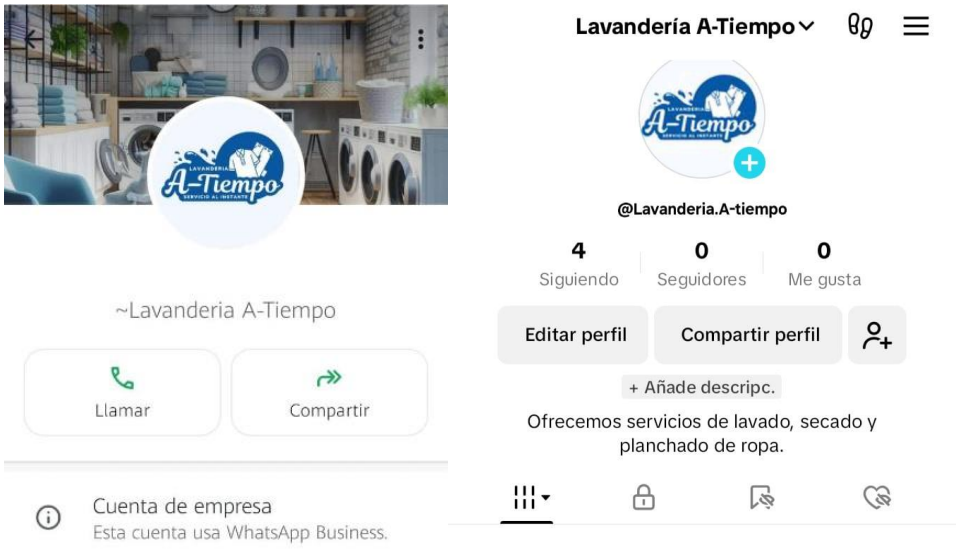
Figura 4

Modelo de la Página de Facebook para la lavandería A-Tiempo

Fuente: Elaboración Propia

Figura 5

Modelo de WhatsApp y Tiktok para la lavandería A-Tiempo



Fuente: Elaboración Propia

2.4.4. Estrategia de plaza

Para esta estrategia se considera los siguientes canales de distribución

- ✓ La forma en que se adquirirá este servicio será de manera directa en un establecimiento físico que estará ubicado en la zona central de la localidad de San Cristóbal, así también los clientes pueden realizar sus consultas sobre el servicio (Ver anexo 6).
- ✓ Servicio personalizado, es decir que la lavandería A- Tiempo contara con un medio de transporte que permitirá recoger y entregar las prendas de vestir en la puerta de los hogares de los clientes.
- ✓ Como se mencionó anteriormente la lavandería A-Tiempo contara con plataformas en las redes sociales para que el cliente pueda conocer los servicios que ofrece la lavandería y así mismo se podrán comunicar con la misma para resolver sus consultas y al mismo tiempo puedan indicar el tipo de servicio que requiere.

2.5. Presupuesto de Marketing

El presupuesto de marketing es la asignación de recursos para los esfuerzos dedicados a la publicidad, campañas, estrategias de comunicación y otras tácticas que estén relacionados a esta área. En el caso del presupuesto del plan de marketing es lo siguiente:

Tabla 6

Presupuesto de las estrategias de marketing

Descripción	Unidad	Costo mensual
Anuncio publicitario (Facebook)	3 veces por semana	Bs 217
Spot publicitario	1 vez al mes	Bs 200
Volantes	100 unidades	Bs 50
Tarjeta personalizada	100 unidades	Bs 50
TOTAL		**Bs 517**

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

PLAN DE OPERACIONES

3. PLAN DE OPERACIONES

El plan de operaciones es un documento que permite definir el cómo una empresa llevara a cabo sus actividades diarias para alcanzar sus objetivos. El plan de operaciones contiene los objetivos operativos, los procesos de producción y de servicio incluyendo diagramas y descripciones del proceso operativo y contiene la descripción de recursos necesarios para llevar acabo las operaciones. Se realiza este plan con el fin de optimizar los procesos operativos, mejorar el desempeño en las actividades y alcanzar los objetivos de manera eficiente.

3.1. Objetivos del plan de operaciones

- ✓ Describir los procesos de operaciones del servicio de lavado, secado y planchado de prendas de vestir.
- ✓ Determinar el requerimiento de maquinaria y equipo y la distribución de planta de la lavandería de ropa.
- ✓ Determinar la capacidad instalada de la maquinaria a utilizar en la lavandería de ropa.

3.2. Descripción del servicio

La lavandería A-Tiempo es un establecimiento que brinda servicios de limpieza de prendas de vestir en general entre los servicios a ofrecer esta el lavado y secado de ropa y el planchado de ropa.

- ✓ Servicio de lavado y secado: Este servicio permitirá que los clientes tengan la comodidad de lavar sus prendas de vestir sin la necesidad de realizar esfuerzos y pérdida de tiempo, ya que la lavandería A-Tiempo se encargara de dejar sus prendas limpias utilizando maquinaria como ser lavadoras para el lavado de sus prendas, siguiendo un proceso de selección en cuanto al tipo y color de prenda, posteriormente del lavado se realizara el secado de las prendas en una secadora, de igual forma se realizara de acuerdo al tipo de prenda.

- ✓ Servicio de planchado: este servicio permitirá a los clientes tener un servicio completo, este servicio consiste básicamente en quitar las arrugas de las prendas de vestir en una máquina de planchar el cual estará a cargo de un operario.

3.3. Proceso del servicio

A continuación, se detallan los procedimientos del servicio:

- ✓ **Recepción:** En esta primera fase el cliente indica el servicio que desea adquirir posteriormente se realiza el pesaje de la ropa y se registran los datos del cliente en un formulario más la cantidad de ropa y el tipo de prendas que está dejando, este proceso estará a cargo de un recepcionista quien también hará el cobro por el servicio y otorgará al cliente un recibo con el cual puede pasar a recoger sus prendas una vez estén listas.
- ✓ **Clasificación:** Una vez las prendas sean trasladadas de recepción al área del lavado, el personal encargado realizara la clasificación de prendas blancas y prendas de color, también clasificara las prendas según el tipo de prenda, es decir, blusas, faldas, jeans, tejidos, etc.
- ✓ **Lavado y centrifugado:** En esta fase se depositará la ropa en la máquina de lavar conjuntamente con el detergente que más se adecue a las prendas este proceso estará a cargo del personal de lavado y secado.
- ✓ **Secado:** Una vez la ropa sea lavada esta será trasladada a la máquina de secar el cual será programado de manera manual por el personal de lavado y secado. En el caso de que el cliente solo requiera un servicio de lavado y secado la ropa pasara a la etapa de empaquetado.
- ✓ **Planchado:** Luego de que las prendas estén limpias, a cargo del personal de lavado y secado, las prendas serán trasladadas al área de planchado en el cual se pondrán las prendas una a una sobre la mesa de planchar y se utilizaran agua y vapor para tener un acabado agradable al tacto. También en el caso de que el cliente solo necesite el servicio de planchado, se seguirá el procedimiento de la primera etapa y posteriormente la etapa de planchado.
- ✓ **Empaquetado:** Una vez que las prendas estén listas se procederá a ser empaquetado por el personal de planchado así mismo se realizara el conteo de

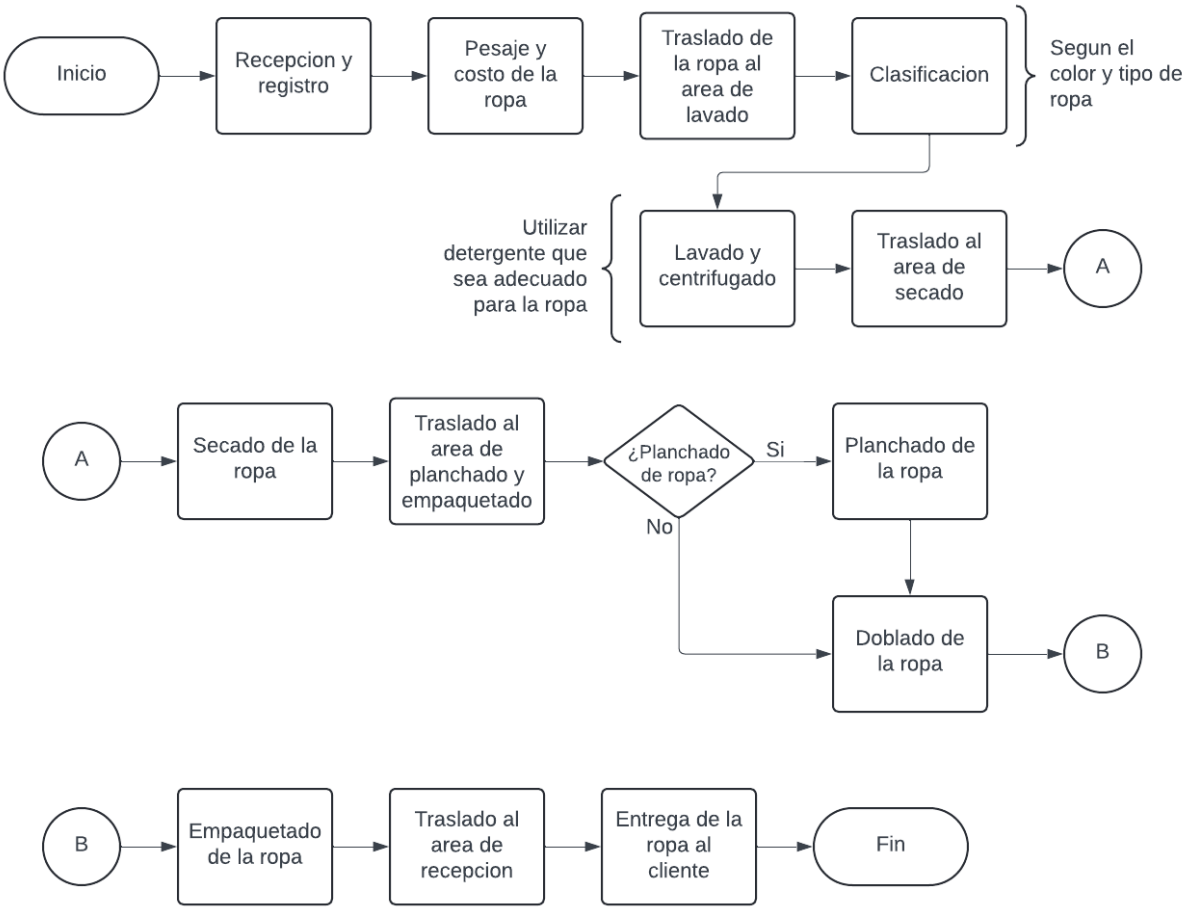
prendas con una copia del formulario llenado en un inicio para tener un mejor control de las operaciones.

- ✓ **Entrega:** Luego del empaquetado las prendas serán trasladadas al área de recepción donde se realizará la entrega al cliente, esta etapa estará a cargo del personal de recepción y también se encargará de verificar el recibo que se le otorgo al cliente.

3.3.1. Diagrama de flujo

Figura 6

Diagrama de flujo del proceso del servicio de lavandería



Fuente: Elaboración propia

3.4. Requerimiento de Maquinaria y equipamientos

3.4.1. Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo que requiere la lavandería A-TIEMPO está compuesta por dos lavadoras, una secadora, una plancha a vapor y una báscula. Se muestran los detalles de cada máquina en los siguientes cuadros.

Cuadro 1

Detalles de la máquina de lavar 1

Datos	**Descripción**	
Tipo de maquina	Lavadora industrial	
Marca	DOMUS	
Industria	Española	
Modelo	DLS-27 TOUCH II	
Precio	7264 dólares	
Capacidad	25 - 28 Kg	
Velocidad de lavado/centrifugado	48/682 r.p.m.	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2

Detalles de la máquina de lavar 2

Datos	**Descripción**	
Tipo de maquina	Lavadora	
Marca	INNOVA	
Modelo	IN-LAVASECA-15-MI	
Precio	1783 dólares	
Capacidad	15 - 8 Kg	
Velocidad de lavado/Secado	1400 r.p.m.	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 3

Detalles de la máquina de secar

Datos	**Descripción**	
Tipo de maquina	Secadora industrial	
Marca	DOMUS	
Industria	Española	
Modelo	DTP-28	
Precio	6450 dólares	
Capacidad	28 - 31 Kg	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4

Detalles de la máquina de planchar

Datos	**Descripción**	
Tipo de maquina	Mesa de repaso/ plancha	
Marca	DOMUS	
Industria	Española	
Modelo	TCC + SB5	
Precio	1898 dólares	

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 5

Detalles de la báscula

Datos	**Descripción**	
Tipo de maquina	Bascula	
Marca	FERTON	
Capacidad	150 kg	
Precio	720 Bs	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Resumen de la maquinaria y equipo

Descripción	**Cantidad**	**Precio unitario en Bs**	**Total**
Lavadora de 25kg	1	50412,16	50412,16
Lavadora de 15Kg	1	12374,02	12374,02
Secadora 28kg	1	44763,00	44763,00
Plancha/mesa de repaso	2	13172,12	26344,24
Bascula	1	720,00	720,00
TOTAL			134613,42

Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Muebles y Enseres:

Tabla 8

Requerimiento de muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Precio unitario en Bs	Total
Estantante	3	310,00	930,00
Escritorio	2	800,00	1600,00
Silla de escritorio	2	650,00	1300,00
Sillas de espera	4	230,00	920,00
Canastilla de ropa con ruedas	3	300,00	900,00
Gavetero metalico de 4 cajones	1	800,00	800,00
Mesa de Trabajo 1.20x60	2	200,00	400,00
Canasto plástico de ropa	3	105,00	315,00
Material de oficina	1	563,50	563,50
Material de limpieza	1	115,00	115,00
TOTAL			7843,50

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. Equipo de computación

Tabla 9

Requerimiento de equipo de computación

Descripción	Cantidad	Precio unitario en Bs	Total
Computadora de escritorio	2	6158,00	12316,00
Impresora/Fotocopiadora	1	2150,00	2150,00
TOTAL			14466,00

Fuente: Elaboración propia

3.4.4. Insumos

Tabla 10

Requerimiento de insumos

Descripción	Cantidad	Precio unitario en Bs	Total
Quitamanchas en polvo 450g	12	58,40	700,80
Detergente ropa delicada 2L	10	49,30	493,00
Detergente en polvo 5kg	10	75,00	750,00
Suavizante 1.4L	12	59,90	718,80
Bolsas 60x85cm	50	1,20	60,00
TOTAL			**2722,60**

Fuente: Elaboración propia

3.5. Capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad o departamento, puede lograr durante un periodo de tiempo determinado teniendo en cuenta todos los recursos que tiene disponible, sea equipos de producción, instalaciones o recursos humanos.

Tabla 11

Calculo de la capacidad instalada de la maquinaria de producción

Servicio	Capacidad por ciclo	Tiempo	Servicios por día	Kg/día	Kg/mes	Kg/Año
Lavado	40	40	15	600	18000	216000
Secado	28	25	24	672	20160	241920
Planchado	10	60	10	100	3000	36000

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla indica la capacidad de cada máquina requerida en la Lavandería, para lo cual se tendrá dos lavadoras una con una capacidad de 25 Kg y otra con una capacidad de 15 Kg, ambas lavadoras tardan por ciclo 40 minutos. Se realizó el cálculo, considerando 10 horas de trabajo, dando un resultado de que las lavadoras pueden producir 15 lavadas al día y pueden lavar hasta 600 kg de ropa.

La máquina secadora tiene una capacidad de 28Kg y tarda 25 minutos por ciclo, en el día puede producir 24 servicios y puede secar hasta 672 kg de ropa.

En el caso de la máquina de planchar, esta es manipulada manualmente y la lavandería requerirá de dos planchas, cada una puede planchar en una hora 5kg de ropa y durante el día produce 10 servicios de planchado y se puede planchar hasta 100kg de ropa en el día.

Siendo esta ultima la capacidad instalada para el servicio completo que incluye lavado, secado y planchado.

CAPÍTULO IV

PLAN ORGANIZACIONAL

4. PLAN ORGANIZACIONAL

El plan organizacional es un documento estratégico que define la estructura y funcionamiento de una empresa, en este plan se detallan como se distribuye las tareas, responsabilidades y recursos de una empresa. El plan organizacional contiene la definición de objetivos organizacionales, los componentes estratégicos, la estructura organizacional, la descripción de los puestos y los recursos humanos necesarios para la empresa.

Este plan hace posible el análisis de la estructura interna de una empresa, define el organigrama, la división de departamento y funciones. Así también este plan nos ayuda a delimitar responsabilidades y obligaciones de cada empleado para el correcto funcionamiento de las actividades que se llevaran a cabo en la empresa.

4.1. Objetivos

- ✓ Identificar los requisitos legales para la implementación de la lavandería A-Tiempo
- ✓ Determinar la misión, visión y los valores de la lavandera
- ✓ Diseñar una estructura organizacional que facilite la comunicación y toma de decisiones de la lavandería A-Tiempo.
- ✓ Elaborar un manual de funciones para el aprovechamiento óptimo del recurso humano.

4.2. Aspectos Legales para la constitución del negocio

4.2.1. Tipo de empresa:

La lavandería se constituirá como una empresa unipersonal, es decir, la empresa está gestionada por una sola persona sin involucrar socios y es el propietario el único en tomar las decisiones del negocio.

4.2.2. Razón social:

La razón social es el nombre único por el cual la empresa se denomina legalmente y este documento aparece en todos los documentos oficiales de la empresa. En este sentido, la empresa tendrá el nombre de “Lavandería A-TIEMPO”.

4.2.3. Requisitos legales para la constitución de la empresa:

Para constituir la Lavandería A-TIEMPO de manera legal se debe seguir una serie de registros en distintas instituciones públicas, los cuales son:

- ✓ **Gobierno Municipal**

Para la emisión de licencia de funcionamiento según ordenanza del Gobierno Municipal de Colcha K los requisitos son lo siguiente

- Fotocopia de cedula de identidad del propietario y/o representante legal (actualizado)
- Factura de luz del lugar donde funcionara la empresa.
- Factura de agua del lugar donde funcionara la empresa.

El costo de trámite para la licencia de funcionamiento es de Bs 200.00

- ✓ **Servicio Plurinacional De Registro De Comercio (SEPREC)**

Este organismo se encarga de otorgar la Matrícula de Comercio, en el caso de una empresa unipersonal la reserva del nombre es de 3 días hábiles, y los requisitos son los siguientes:

- Formulario Virtual de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado por el propietario con aprobación vía ciudadanía digital.
- Realizar el pago correspondiente a través de la plataforma de pagos habilitada al efecto.
- Solo en caso de ser Comerciante Individual o Empresa Unipersonal regulada por Ley, al momento de llenar el Formulario Virtual de Inscripción, cargar en formato PDF la autorización emitida por el ente regulador.

Procedimiento único: Ingresar al portal web https://tramites.seprec.gob.bo con credenciales de acceso del propietario, vía ciudadanía digital, llenar todos los campos del Formulario Virtual de Inscripción incluyendo el control de homonimia y realizar el pago correspondiente a través de la plataforma de pagos habilitada al efecto.

Una vez concluido el proceso, el Registro de Comercio realiza el análisis legal y si corresponde se inscribe la empresa. En caso de existir observaciones, las mismas pueden

ser visualizadas en el portal de Trámites del SEPREC en la bandeja de "OBSERVADOS", a fin de ser subsanadas, reingresando el trámite en línea.

El usuario podrá obtener su Matrícula de Comercio descargando el certificado desde la bandeja «MIS CERTIFICADOS» del Portal de Trámites del SEPREC.

Documento emitido: Certificado de Matrícula de Comercio (con código de validación QR).

Plazo del trámite: 24 horas desde el día siguiente hábil a la fecha de su pago.

Costo del trámite: Para una empresa Unipersonal es de Bs130.00 (Ciento treinta 00/100 bolivianos)

- ✓ **Servicio de Impuestos Nacionales**

En este organismo podremos obtener el Número de Identidad Tributario (NIT) para poder funcionar de manera legal bajo el Régimen General, los requisitos son los siguientes:

- Documento de identidad vigente.
- Factura original de luz del domicilio del negocio y de la casa del propietario, cuya fecha de emisión no tenga una antigüedad mayor a 60 días calendario a la fecha de inscripción.
- Croquis del domicilio del negocio y de la casa del propietario

- ✓ **Administradora de Fondo de Pensiones AFP - GESTORA**

Todas las empresas están obligadas a registrarse y registrar a sus trabajadores ante la AFP de carácter permanente ya sea que el afiliado este o no trabajando en relación de dependencia laboral. Registrarse en este seguro social obligatorio ayuda a que los empleados estén con pensiones cuando lleguen a una edad avanzada. El representante legal de la empresa debe presentar el formulario de inscripción del trabajador con los siguientes requisitos:

- Fotocopia de cedula identidad del propietario o representante legal.
- Fotocopia del NIT de la Empresa.
- Croquis de la ubicación de la Empresa
- Fotocopia del testimonio de poder del representante legal (si corresponde)

- ✓ **Caja Nacional de Salud**

Afiliarse a la Caja Nacional de salud es para acceder a los servicios de salud en caso de una enfermedad o accidente común que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral ni las condiciones del trabajo, los requisitos para este trámite son los siguientes:

- Formulario AVC-01 (vacío) firmado por el Representante Legal y sello de la empresa.
- Formulario AVC-02 (vacío).
- Formulario RCI-1A (vacío) - firmado por el Propietario y número de cédula de identidad.
- Solicitud dirigida a jefatura de la unidad afiliación Regional o Distrital.
- Fotocopia NIT y (certificado electrónico).
- Balance de apertura firmado por el Colegio Departamental de Contadores o Auditores.
- Planilla de Haberes un original y cinco copias firmadas por los trabajadores en la casilla respectiva.
- Nómina del personal con fecha de nacimiento.
- Croquis de ubicación de la empresa.
- Recibo de Examen pre-ocupacional (100 bs. Por cada trabajador).
- La documentación debe ser presentada en un folder amarillo en la unidad de Afiliación

- ✓ **Ministerio De trabajo:**

Todas las empresas de Bolivia, que cuenten con uno o más trabajadoras y/o trabajadores, deben inscribirse en el Registro Obligatorio de Empleadores a cargo del Ministerio de Trabajo, Empleo y Previsión Social a través de la oficina virtual, para esto se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Contar con conexión a Internet.
- Tener una cuenta de correo electrónico.
- Contar con NIT, para ingresar a la plataforma debe emplear los datos de NIT, usuario y contraseña otorgados por el Servicio de Impuestos Nacionales.

- Para el caso de las empresas bolivianas deben contar con Matrícula de Comercio (inscripción en SEPREC).

4.3. Componentes estratégicos

Mediante los componentes estratégicos se puede definir una dirección clara de la empresa, ya que se determina la razón de ser de la empresa y hacia dónde quiere llegar.

4.3.1. Misión

"Brindar un servicio completo de lavandería de ropa eficiente y de calidad, ofreciendo una solución rápida e innovadora a nuestros clientes del centro poblado de San Cristóbal"

4.3.2. Visión

"Ser una empresa líder en el servicio de lavandería de ropa tanto a nivel local y nacional, caracterizándonos en la innovación continua y el enfoque al cliente, así también estar comprometidos con la preservación del medio ambiente"

4.3.3. Valores

- ✓ **Responsabilidad:** Estamos comprometidos en cumplir con nuestro trabajo de manera ética, profesional y responsable.
- ✓ **Respeto:** Valoramos el bienestar de nuestros clientes y talento humano respetando sus opiniones y derechos.
- ✓ **Integridad:** Promovemos la honestidad y la transparencia en el cumplimiento de las operaciones.
- ✓ **Trabajo en equipo:** Trabajamos de forma cooperativa intercambiando ideas que permita mejorar las operaciones de la empresa.

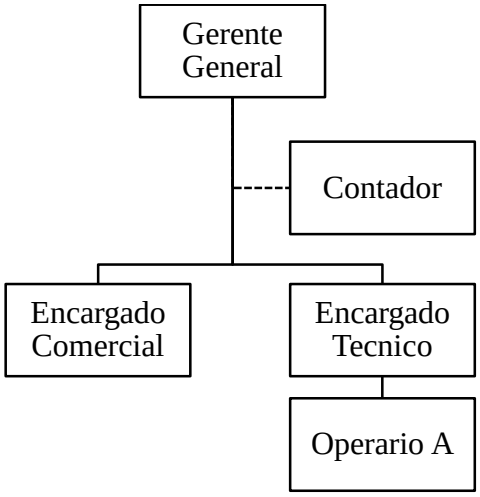
4.4. Estructura organizacional

Se llama estructura organizacional a la división de actividades que se desarrollan en una organización, las cuales son agrupadas en áreas o departamentos. El objetivo principal de este modelo consiste en organizar y dividir las tareas para poder cumplir, con mayor

facilidad, aquellos objetivos perseguidos por la organización. Esta estructura es representada gráficamente a través de un organigrama.

Figura 7

Organigrama de la Lavandería A-Tiempo



Fuente: Elaboración propia

4.4.1. Niveles jerárquicos

- ✓ **Nivel estratégico:** Este nivel está compuesto por el Gerente General quien se encargará de la administración de la empresa, establecerá los objetivos a alcanzar, así también como de la toma de decisiones.
- ✓ **Nivel Táctico:** En este nivel se encuentra el encargado comercial y el encargado técnico son los responsables de coordinar las actividades que se desarrollan en la empresa.
- ✓ **Nivel Operativo:** Este nivel está conformado por el operario**,** el cual es responsable de realizar tareas rutinarias para el logro de los objetivos.
- ✓ **Staff:** Está compuesto por un contador el cual es responsable de la contabilidad y finanzas de la empresa.

4.5. Perfil de los puestos de trabajo

El perfil de puesto de trabajo es una herramienta que permite organizar y agrupar los requisitos y habilidades que se requieren para ocupar un cierto puesto de trabajo.

Cuadro 6

Perfil del Gerente General

Identificación del puesto	
Nombre del cargo	Gerente General
Nivel jerárquico	Estratégico
Vacante	1
A quien reporta	-
Quienes le reportan	Encargado comercial y encargado Técnico.
Objetivo del puesto	
Garantizar los resultados a través de planteamientos de estrategias. Planificar, organizar, dirigir y controlar cada una de las áreas de la empresa optimizando los recursos disponibles para el logro de los objetivos**.**	
Funciones del puesto	
• Planifica, organiza, dirige y controla las actividades laborales de todas las áreas de la empresa. • Analiza datos. evalúa opciones y toma decisiones cruciales para el logro de los objetivos. • Elabora presupuestos, controla los gatos y gestiona la contabilidad. • Define los objetivos a largo plazo establece metas y diseña estrategias para alcanzarlos • Realiza la planilla de pagos de los empleados y efectuar el pago de salarios.	
Requisitos del puesto	
Formación	Profesional en ingeniería industrial o en administración de empresas o ramas a fines
Experiencia	Mínimo de 2 años
Capacidades	Conocimiento en el manejo de personal, crear un ambiente positivo y colaborativo liderando y motivando al equipo de trabajo. Conocimiento de la normativa vigente y leyes tributarias. Conocimiento en el manejo de paquetes Microsoft office.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 7

Perfil del encargado comercial

Identificación del puesto	
Nombre del cargo	Encargado Comercial
Nivel jerárquico	Táctico
Vacante	1
A quien reporta	Gerente General
Quienes le reportan	-
Objetivo del puesto	
Gestionar las actividades de ventas de la empresa, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y posicionando la empresa en el mercado estableciendo estrategias de marketing eficientes.	
Funciones del puesto	
• Realiza un seguimiento de las ventas y preparar informes de rendimiento. • Gestiona las relaciones con los clientes y garantizar su satisfacción. • Asegura la calidad del servicio en la recepción y atención, creando un ambiente agradable para los clientes. • Desarrolla estrategias de Marketing para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes.	
Requisitos del puesto	
Formación	Profesional en Ingeniería Comercial o Técnico superior en Marketing y ventas o ramas afines.
Experiencia	Mínimo de 2 años en cargos similares
Capacidades	Conocimiento en el manejo de paquetes Microsoft office, internet y redes sociales. Conocimiento de la normativa vigente y leyes tributarias. Habilidades de comunicación verbal y escrita

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 8

Manual de funciones del encargado técnico

Identificación del puesto	
Nombre del cargo	Encargado Técnico
Nivel jerárquico	Táctico
Vacante	1
A quien reporta	Gerente General
Quienes le reportan	Operarios
Objetivo del puesto	
Gestionar y supervisar las actividades operativas de la empresa, analizar posibles mejoras en las operaciones y el cumplimiento de los estándares de calidad.	
Funciones del puesto	
• Supervisa al personal de operaciones asegurando que cumplan con sus responsabilidades y funciones. • Establece y mantiene los estándares de calidad en todos los procesos desde la recepción de ropa hasta la entrega al cliente. • Asegura el buen funcionamiento de la maquinaria y equipos. • Controla los niveles de inventario de insumos para evitar faltantes o excesos. • Controla y optimiza los procesos de lavado, secado y planchado	
Requisitos del puesto	
Formación	Profesional en Ingeniería Industrial o Administración o ramas a fines
Experiencia	Mínimo 2 años en cargos similares
Capacidades	Conocimiento en el manejo de paquetes Microsoft office. Conocimiento sobre el funcionamiento de la maquinaria y productos químicos. Conocimiento de la normativa vigente y leyes tributarias.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 9

Perfil de trabajo del operario

Identificación del puesto	
Nombre del cargo	Operarios
Nivel jerárquico	Operativo
Vacante	1
A quien reporta	Encargado Técnico
Quienes le reportan	-
Objetivo del puesto	
Asegurar las operaciones de la empresa cumpliendo con los estándares de seguridad, calidad y tiempo establecidos.	
Funciones del puesto	
• Clasifica las prendas por color y tipo de tela e identificar manchas. • Prepara y programa la máquina de lavado y secado. • Emplea la máquina de planchado, realizar el doblado y empaquetado de las prendas. • Verifica los posibles defectos detectados en las prendas antes de su entrega y comunicar al responsable. • Realiza el recojo y entrega de ropa a domicilio.	
Requisitos del puesto	
Formación	Bachiller
Experiencia	Cursos de manejo de Vehículo 1 año en cargos similares
Capacidades	Conocimiento en el manejo de paquetes Microsoft office. Conocimiento sobre el funcionamiento de la maquinaria y productos químicos. Contar con una licencia de conducir

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 10

Perfil del contador

Identificación del puesto	
Nombre del cargo	Contador
Nivel jerárquico	Consultor externo
Vacante	1
A quien reporta	Gerente General
Quienes le reportan	-
Objetivo del puesto	
Gestionar las actividades contables, realizar los Estados Financieros de la empresa y brindar asesoría financiera.	
Funciones del puesto	
• Realiza informes sobre la situación económica y financiera de la empresa. • Realiza y actualiza los libros contables de la empresa • Elabora declaraciones fiscales requeridos por las autoridades competentes. • Gestiona y controla el proceso de facturación y cobranza.	
Requisitos del puesto	
Formación	Profesional en Contaduría publica
Experiencia	Mínimo 2 años en cargos similares
Capacidades	Conocimiento en el manejo de paquetes Microsoft office. Conocimiento de la normativa vigente de Impuestos Nacionales y resoluciones competentes al área de trabajo.

Fuente: Elaboración propia

4.5.1. Integración del personal

- ✓ **Reclutamiento:** Se realizará el reclutamiento de personal mediante fuentes externas, se publicará convocatorias en medios de comunicación, indicando el puesto, funciones y requisitos.
- ✓ **Selección**: En esta etapa, los candidatos al puesto de trabajo requerido serán entrevistados de manera presencial, se realizará pruebas de pericia y aptitud para descubrir intereses, capacidades y potencial para adquirir habilidades.
- ✓ **Contratación**: Una vez seleccionado al personal idóneo se precederá con su contratación.
- ✓ **Orientación de nuevos empleados:** En esta etapa se dará a conocer, la misión y visión de la empresa, sus funciones y tareas, los ambientes de la empresa y personas con las que trabajará.

4.6. Sueldos y Salarios

Para determinar los salarios se tomó en cuenta el Salario Mínimo Nacional 2024 el cual es de Bs 2500.

Tabla 12

Salarios de los trabajadores

No.	Cargo	No. De Trabajadores	Salario (Bs)
1	Gerente General	1	3200
2	Encargado Comercial	1	2800
3	Encargado Técnico	1	2800
4	Operario A	1	2500
5	Contador	1	2500

Fuente: Elaboración propia

4.6.1. Planilla de sueldos y salarios (Exp. Bs)

Para la elaboración de la planilla de sueldos y salarios se tomó en cuenta los aportes laborales y patronales según la Legislación de Bolivia.

Tabla 13

Planilla de sueldos y salarios con los aportes laborales (Exp. Bs.)

Cargo	Total Ganado	Cuenta Individual 10%	Riesgo Común 1,71%	Comisión AFP 0,50%	Aporte Solidario 0,50%	Total Descuentos 12,71%	Liquido Pagable
Gerente General	3200,00	320,00	54,72	16,00	16,00	406,72	2793,28
Encargado Comercial	2800,00	280,00	47,88	14,00	14,00	355,88	2444,12
Encargado Técnico	2800,00	280,00	47,88	14,00	14,00	355,88	2444,12
Operario A	2500,00	250,00	42,75	12,50	12,50	317,75	2182,25
Contador	2500						2500
	13800,00	**1130,00**	**193,23**	**56,50**	**56,50**	**1436,23**	**12363,77**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Planilla de sueldos y salarios con los aportes patronales

Cargo	Total Ganado	CNS 10%	AFP-Riesgo profesional 1.71%	Pro vivienda 2%	Aporte Patronal Solidario 3%	Total Aporte patronal AFP 6.71%	Total Aporte Patronal	Indemnización 8,33%	Aguinaldo 8,33%
Gerente General	3200,00	320,00	54,72	64,00	96,00	214,72	534,72	266,67	266,67
Encargado Comercial	2800,00	280,00	47,88	56,00	84,00	187,88	467,88	233,33	233,33
Encargado Técnico	2800,00	280,00	47,88	56,00	84,00	187,88	467,88	233,33	233,33
Operario A	2500,00	250,00	42,75	50,00	75,00	167,75	417,75	208,33	208,33
	11300,00	1130,00	193,23	226,00	339,00	758,23	1888,23	941,67	941,67

Fuente: Elaboración propia

- Total Ganado = 13800
- Total Aporte Patronal = 3771,56
- Monto Total = 17571,56

CAPÍTULO V

PLAN FINANCIERO

5. PLAN FINANCIERO

El plan financiero es un documento en el que se establecen los objetivos económicos de una empresa, este documento incluye un análisis de los ingresos, gastos, activos y pasivos, estrategias de inversión y un panorama actual de la rentabilidad de la empresa.

El plan financiero se realiza para evaluar la capacidad de la idea de negocio para generar ganancias, pagar deudas y sobrevivir a largo plazo, en otras palabras, el plan financiero nos ayuda a determinar la viabilidad del negocio.

5.1. Objetivos:

- ✓ Determinar la inversión y financiamiento que requiere el negocio.
- ✓ Analizar la estructura de costos.
- ✓ Elaborar el flujo de caja.
- ✓ Calcular los principales indicadores de evaluación.

5.2. Inversión Total

Para conocer la inversión total que se requiere para la puesta en marcha de la idea de negocio se clasificará las inversiones en:

- ✓ Fijos
- ✓ Diferidos
- ✓ Capital De Trabajo

5.2.1. Inversión en Activos fijos

Son los activos fijos aquellos bienes tangibles que son necesarios para el correcto funcionamiento de la empresa. En otras palabras, los activos fijos son los bienes y derechos que posee la empresa y que tiene un carácter duradero. En este sentido, los activos fijos que requiere la lavandería son los siguientes:

Tabla 15

Inversión en activos fijos

Activos fijos	Total (Bs)
Maquinaria y equipo	134.613,42
Muebles y enseres	7.843,50
Equipo de computación	14.466,00
Vehículo	28.000,00
Total	**184.922,92**

Fuente: Elaboración propia

5.2.2. Inversión Diferida

Los activos diferidos son los bienes o servicios que son indispensables para el funcionamiento de la empresa, estos activos representan un gasto que se paga anticipadamente para el desarrollo del negocio. A continuación, se presenta un cuadro resumen de estos activos

Tabla 16

Inversión en activos diferidos

Activos diferidos	Total (Bs)
Gastos de Constitución Legal	330,00
Gastos de Marketing	517,00
Total	**847,00**

Fuente: Elaboración propia

Sumados los gastos de constitución y marketing dan un total de Bs 847,00 el cual corresponde a la inversión diferida.

5.2.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el monto de dinero que se requiere para iniciar con las operaciones de la empresa y cubrir con los gastos del plan de negocios en su fase de preparación, para lo cual se calculó el capital de trabajo para la lavandería tomando en cuenta los insumos, la

mano de obra, los servicios básicos y el mantenimiento de la maquinaria tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 17

Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Total (Bs)
Insumos	2.722,60
Mano de obra	13.800,00
Servicios Básicos	300,00
Mantenimiento de maquinaria	250,00
Total	**17.072,60**

Fuente: Elaboración propia

El total del capital de trabajo que se requiere para dar inicio con la Lavandería es de Bs 17.072,60

5.2.4. Inversión Total

Una vez definidos la inversión en activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo podemos realizar el cálculo de la inversión total como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 18 *Total de la inversión requerida*

Inversión	Total (Bs)
Inversión Fija	184.922,92
Inversión Diferida	847,00
Capital de Trabajo	17.072,60
TOTAL	**202.842,52**

Fuente: Elaboración propia

5.3. Financiamiento

Para el financiamiento de la inversión se considera el aporte por parte del Gerente Propietario y un préstamo bancario.

En la siguiente tabla se muestra de forma más detallada la estructura del financiamiento:

Tabla 19

Estructura de financiamiento

Inversiones	Total (Bs)	Fuentes De Financiamiento	
		Aporte propio	Banco
1. Fija	184.923	55.080	129.843
2. Diferida	847	847	
3. Corriente	17.073	17.073	
Total	202.843	73.000	129.843
Participación (%)	100%	36%	64%

Fuente: Elaboración propia

El gerente propietario dará un aporte del 36% y el restante que es del 64% será adquirido de un préstamo bancario. Actualmente en la localidad de San Cristóbal hay dos entidades financieras, de las cuales, una es el banco Bisa y la otra es el banco Prodem. Por tanto, se optó por adquirir un préstamo del Banco Bisa ya que la tasa de interés, en el caso de una PYME, es menor que la tasa de interés que ofrece el Banco Prodem (Ver Anexo 8).

5.3.1. Amortización

Para la amortización se tomó en cuenta el método alemán con los siguientes datos:

- ✓ **Entidad financiera:** Banco Bisa
- ✓ **Monto del préstamo:** Bs 129.843
- ✓ **Tasa de interés anual:** 7,66%
- ✓ **Tasa de interés semestral:** 3,8%
- ✓ **Periodo:** 6 semestres

Tabla 20

Proyección de la amortización para un periodo de 6 semestres

Periodo	Credito	Interes	Amort.	Pago Total	Saldo
0	129.843			129.843	129.843
1	129.843	4.973	21.640	26.613	108.202
2	108.202	4.144	21.640	25.785	86.562
3	86.562	3.315	21.640	24.956	64.921
4	64.921	2.486	21.640	24.127	43.281
5	43.281	1.658	21.640	23.298	21.640
6	21.640	829	21.640	22.469	0
		17.405	**129.843**	**147.248**	

Fuente: Elaboración propia

5.4. Estructura de Costos

La estructura de costos se refiere a la composición detallada de todos los gastos asociados con las operaciones de la empresa.

5.4.1. Costos fijos

Los costos fijos son aquellos que no varían y se mantienen constante, en este caso los costos fijos para el funcionamiento de la lavandería es lo siguiente:

Tabla 21

Estructura de los costos fijos

Costos Fijos	(Bs)
Mano de obra	17.571,56
Servicio de agua	90,00
Servicio de Luz	100,00
Servicio de internet	140,00
Total	**17.901,56**

Fuente: Elaboración propia

5.4.2. Costos Variables

Son los costos variables aquellos que varían según el volumen de producción, en el caso de la lavandería los costos variables están compuesto por los insumos y algunos gastos necesarios para su funcionamiento como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 22

Estructura de costos variables

Costos Variables	**(Bs)**
Insumos	2.722,60
Mantenimiento y reparación	250,00
Gastos comerciales	517,00
Gastos de administración	678,50
Gastos de limpieza	115,00
Total	**4.283,10**

Fuente: Elaboración propia

5.4.3. Costo Total

Para determinar el costo total se realizó la sumatoria entre el total de costos fijos y variables como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 23

Estructura de los Costos Totales

Detalle	**Bs**
Costos Fijos	17.901,56
Costos Variables	4.283,10
Costo Total	**22.184,66**

Fuente: Elaboración propia

5.4.4. Costo Total Unitario

Para determinar el costo total unitario se tomó en cuenta el costo total y la capacidad de producción al mes el cual es de 3600 kg

$$CTU = \frac{CT}{Q}$$

$$CTU = \frac{22.184{,}66}{3600} = 7{,}39$$

5.4.5. Precio de Venta

Para determinar el precio de venta se tomó en cuenta un margen de utilidad del 38% el cual realizando los cálculos nos da un resultado de Bs 12 como se detalla a continuación:

$$PV = \frac{CTU}{(1 - \%)}$$

$$PV = \frac{7{,}39}{(1 - 0{,}38)} = 12$$

5.4.6. Precio de venta con Factura

Para determinar el precio de venta con factura se consideró el impuesto al valor agregado que es del 13% y el impuesto a las transacciones que es del 3%, dando un resultado del precio de venta con factura Bs 14 como se detalla en lo siguiente:

$$PVF = \frac{PV}{1 - IVA - IT}$$

$$PVF = \frac{12}{1 - 0{,}13 - 0{,}03} = 14$$

5.4.7. Costo Variable Unitario

Se realizó el cálculo del costo variable unitario sobre la capacidad de producción el cual da un total de Bs 1,43

$$CVU = \frac{CV}{Q}$$

$$CVU = \frac{4.283{,}10}{3000} = 1{,}43$$

5.4.8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es la capacidad de producción en donde no existen ni ganancias ni perdidas, en el caso de la lavandería su punto de equilibrio es de 1705 kg al mes.

$$Qe = \frac{CF}{PV - CVU}$$

$$Qe = \frac{17.901{,}56}{12 - 1{,}42} = 1705$$

5.5. Depreciación de los Activos fijos

A continuación, se muestra la tabla de depreciación de los activos fijos que requiere la lavandería por un periodo de 3 años.

Tabla 24

Depreciación de activos fijos para un periodo de 3 años

Nº	Activos Tangibles	Monto (Bs.)	Tasa de Depreciac.	Vida Útil/ Año	Depreciac. Anual	Depreciac. Acumul.	Valor Resid. (Bs)
1	Maquinaria y equipo	134.613	20,0%	5	26.923	80.768	53.845
2	Muebles y enseres	7.844	10,0%	10	784	2.353	5.490
3	Equipo de computación	14.466	25,0%	4	3.617	10.850	3.617
4	Vehículo	28.000	20,0%	5	5.600	16.800	11.200
	TOTAL:	184.923			36.924		74.152

Fuente: Elaboración propia

5.6. Proyección de ingresos

Para realizar la proyección de los ingresos se tomó en cuenta la demanda estimada del escenario esperado y el precio de venta con factura de Bs 14 por un periodo de 6 semestres.

Tabla 25 *Proyección de ingresos para un periodo de 6 semestres*

Semestre	Demanda	Precio	Ingresos
1	14.400,00	14,00	201.600,00
2	14.580,00	14,00	204.120,00
3	14.762,25	14,00	206.671,50
4	14.946,78	14,00	209.254,89
5	15.133,61	14,00	211.870,58
6	15.322,78	14,00	214.518,96

Fuente: Elaboración propia

5.7. Flujo de caja

El flujo de caja refleja los ingresos y egresos de una empresa en un determinado tiempo. El flujo de caja indica la habilidad de la empresa para cubrir sus gastos y su salud financiera, si el flujo de caja es positivo indica la solvencia y capacidad de enfrentar desafíos financieros, así también ayuda a señalar problemas financieros y riesgos de insolvencia.

En este caso se realizará el flujo de caja económico y financiero para un periodo de 6 semestres con el escenario esperado.

5.7.1. Flujo de caja económico

Tabla 26

Flujo de caja económico con el escenario esperado

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO (Expresado en Bolivianos)							
DETALLE	**INVERSIÓN**	**ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Semestres)**					
	Semestre 0	1	2	3	4	5	6
A: INGRESOS EFECTIVOS:	**0**	**201.600.00**	**204.120.00**	**206.672.50**	**209.255,89**	**211.871,58**	**305.744,88**
(+) Ventas		201.600.00	204.120.00	206.672,50	209.255,89	211.871,58	214.519,96
(+) Valor Residual							74.152,32
(+) Capital de Operaciones							17.072,60
B: EGRESOS EFECTIVOS:		**141.760,75**	**142.583,49**	**143.416,52**	**144.259,95**	**145.113,93**	**168.784,82**
(-) Inversión Fija	184.922,92						
(-) Inversión Diferida	847,00						
(-) Capital de Operaciones	17.072,60						
(-) Costos Variables		20.558,88	20.815,87	21.076,06	21.339,52	21.606,26	21.876,34
UTILIDAD BRUTA		181.041,12	183.304,13	185.595,44	187.915,38	190.264,32	283.867,54
(-) Costos Fijos		107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		73.631,74	75.894,75	78.186,06	80.506,00	82.854,94	176.458,16
(-) Depreciaciones		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		55.169,97	57.432,99	59.724,29	62.044,23	64.393,17	157.996,40
(-) Impuestos de Ley 25%		13.792,49	14.358,25	14.931,07	15.511,06	16.098,29	39.499,10
UTILIDAD NETA		41.377,48	43.074,74	44.793,22	46.533,17	48.294,88	118.497,30
(+) Depreciación		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-202.842,52**	**59.839,25**	**61.536,51**	**63.254,98**	**64.994,94**	**66.756,65**	**136.959,06**
Flujo de Caja Acumulado		**59.839,25**	**121.375,75**	**184.630,74**	**249.625,68**	**316.382,33**	**453.341,39**

Fuente: Elaboración propia

5.7.2. Flujo de caja financiero

Tabla 27

Flujo de caja financiero con el escenario esperado

FLUJO DE CAJA FINANCIERO (Expresado en Bolivianos)							
DETALLE	INVERSIÓN	ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Semestres)					
	Semestre 0	1	2	3	4	5	6
A: INGRESOS EFECTIVOS:	**0**	**201.600,00**	**204.120,00**	**206.671,50**	**209.254,89**	**211.870,58**	**305.743,88**
(+) Ventas		201.600,00	204.120,00	206.671,50	209.254,89	211.870,58	214.518,96
(+) Valor Residual							74.152,32
(+) Capital de Operaciones							17.072,60
B: EGRESOS EFECTIVOS:		**167.130,98**	**167.332,09**	**167.543,50**	**167.765,31**	**167.997,67**	**191.046,93**
(-) Inversión Fija	184.922,92						
(-) Inversión Diferida	847,00						
(-) Capital de Operaciones	17.072,60						
(-) Costos Variables		20.558,88	20.815,87	21.076,06	21.339,52	21.606,26	21.876,34
UTILIDAD BRUTA		181.041,12	183.304,13	185.595,44	187.915,38	190.264,32	283.867,54
(-) Costos Fijos		107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		73.631,74	75.894,75	78.186,06	80.506,00	82.854,94	176.458,16
(-) Costos Financieros		4.972,98	4.144,15	3.315,32	2.486,49	1.657,66	828,83
(-) Depreciaciones		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		50.196,99	53.288,83	56.408,97	59.557,74	62.735,51	157.167,57
(-) Impuestos de Ley 25%		12.549,25	13.322,21	14.102,24	14.889,43	15.683,88	39.291,89
UTILIDAD NETA		37.647,74	39.966,63	42.306,72	44.668,30	47.051,63	117.875,67
(+) Depreciación		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
(-) Amortización Préstamo		21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-202.842,52**	**34.469,02**	**36.787,91**	**39.128,00**	**41.489,59**	**43.872,91**	**114.696,95**
Flujo de Caja Acumulado		**34.469,02**	**71.256,93**	**110.384,93**	**151.874,52**	**195.747,43**	**310.444,39**

Fuente: Elaboración propia

5.8. Indicadores de evaluación

El VAN representa una métrica de rentabilidad neta expresada en un número de unidades monetarias Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utilizó una tasa de actualización (K) del 6,74%

- ✓ **VAN económico**

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+K)^1} + \frac{FC_2}{(1+K)^2} + \frac{FC_3}{(1+K)^3} + \frac{FC_4}{(1+K)^4} + \frac{FC_5}{(1+K)^5} + \frac{FC_6}{(1+K)^6}$$

$$\boldsymbol{VAN = 161.292,63}$$

- ✓ **VAN financiero**

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+K)^1} + \frac{FC_2}{(1+K)^2} + \frac{FC_3}{(1+K)^3} + \frac{FC_4}{(1+K)^4} + \frac{FC_5}{(1+K)^5} + \frac{FC_6}{(1+K)^6}$$

$$\boldsymbol{VAN = 43.130,92}$$

- ✓ **TIR económico**

$$TIR = \sum_{T=0}^{n} \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

$$\boldsymbol{TIR = 25,23\%}$$

- ✓ **TIR financiero**

$$TIR = \sum_{T=0}^{n} \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

$$\boldsymbol{TIR = 11,19\%}$$

- ✓ **Beneficio costo B/C**

$$B/C = \frac{VAN}{Inversión}$$

Beneficio Costo Económico

$$B/C = 1{,}80$$

Beneficio Costo Financiero

$$B/C = 1{,}21$$

- ✓ **Periodo de recuperación de la inversión PRI**

Para su cálculo se considera lo siguiente:

a = año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

b = inversión inicial del negocio.

c = flujo de efectivo acumulado del año anterior inmediato al que se recupera la inversión

d = flujo de efectivo del año exacto en el que se recupera la inversión

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Periodo de recuperación de la inversión Económico

$$PRI = 2{,}28\ años$$

Periodo de recuperación de la inversión Financiera

$$PRI = 3{,}16\ años$$

5.8.1. Análisis e interpretación de los indicadores de la evaluación financiera

Tabla 28

Tabla resumen de los Indicadores de la evaluación financiera

Indicadores	Económico	Financiero
VAN	161.292,63	43.130,92
TIR	25,23%	11,19%
B/C	1,80	1,21
PRI	2,28	3,16

Fuente: Elaboración propia

- ✓ **VAN:** El valor actual neto es un indicador que consiste en medir la rentabilidad de la inversión y es utilizado para determinar el valor de los pagos y cobros futuros de manera que se pueda realizar una comparativa con los distintos periodos. El VAN sirve para determinar si la inversión es conveniente o no, para ello el VAN debe ser mayor a 0. En este sentido, el resultado tanto del VAN económico y del VAN Financiero son positivos, indicando que se acepta el proyecto de inversión.
- ✓ **TIR:** La Tasa Interna de Retorno es un indicador que determina la rentabilidad que ofrece una inversión y se mide en porcentaje sobre la inversión realizada. Así también, la TIR indica cual es el tipo de interés que debemos lograr para que la rentabilidad obtenida de la inversión sirva para cubrir todos los costes. En este caso, el resultado de la TIR económico y financiero es mayor a la tasa de actualización y de interés de la entidad bancaria del cual se pretende adquirir el préstamo, por tanto, esto indica que es rentable la inversión.
- ✓ **B/C:** El costo beneficio es un indicador que mide la relación entre los costos y los beneficios obtenidos. En el caso del B/C económico el resultado es de 1,80 lo que significa que por cada peso invertido se obtendrá 0,80 de beneficio. Y en el caso del B/C financiero el resultado es de 1,21 lo que significa que por cada peso invertido se obtendrá un beneficio de 0,21.
- ✓ **PRI:** El periodo de recuperación de la inversión es un indicador que mide el tiempo que tarda un negocio en recuperar el capital invertido al inicio. En el caso del PRI económico el tiempo en recuperar la inversión es de 2 años, 3 meses y 10 días. Por otra parte, el PRI financiero indica que el tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años, 1 mes y 27 días.

5.9. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad mide el cómo responde un proyecto de inversión a variaciones en una determinada variable. Este análisis nos ayuda tomar medidas preventivas y optimizar resultados. En ese sentido, se realizará un análisis en los escenarios optimista y pesimista.

5.9.1. Escenario optimista

Para el escenario optimista se considera un 10% mayor en los ingresos en comparación con el escenario esperado (Ver anexo 4).

Tabla 29

Flujo de caja económico con el escenario optimista

FLUJO DE CAJA ECONOMICO (Expresado en Bolivianos)							
DETALLE	**INVERSIÓN**	**ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Semestres)**					
	Semestre 0	1	2	3	4	5	6
A: INGRESOS EFECTIVOS:	**0**	**226.800,00**	**229.635,00**	**232.505,44**	**235.411,76**	**238.354,40**	**332.558,75**
(+) Ventas		226.800,00	229.635,00	232.505,44	235.411,76	238.354,40	241.333,83
(+) Valor Residual							74.152,32
(+) Capital de Operaciones							17.072,60
B: EGRESOS EFECTIVOS:		**149.988,15**	**150.913,73**	**151.850,88**	**152.799,75**	**153.760,47**	**177.539,44**
(-) Inversión Fija	**184.922,92**						
(-) Inversión Diferida	**847,00**						
(-) Capital de Operaciones	**17.072,60**						
(-) Costos Variables		23.128,74	23.417,85	23.710,57	24.006,95	24.307,04	24.610,88
UTILIDAD BRUTA		203.671,26	206.217,15	208.794,87	211.404,80	214.047,36	307.947,87
(-) Costos Fijos		107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		96.261,88	98.807,77	101.385,49	103.995,42	106.637,98	200.538,49
(-) Depreciaciones		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		77.800,11	80.346,00	82.923,72	85.533,65	88.176,21	182.076,72
(-) Impuestos de Ley 25%		19.450,03	20.086,50	20.730,93	21.383,41	22.044,05	45.519,18
UTILIDAD NETA		58.350,08	60.259,50	62.192,79	64.150,24	66.132,16	136.557,54
(+) Depreciación		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-202.842,52**	**76.811,85**	**78.721,27**	**80.654,56**	**82.612,01**	**84.593,93**	**155.019,31**
Flujo de Caja Acumulado		**76.811,85**	**155.533,12**	**236.187,68**	**318.799,68**	**403.393,61**	**558.412,92**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30

Flujo de caja Financiero con el escenario optimista

FLUJO DE CAJA FINANCIERO (Expresado en Bolivianos)							
DETALLE	**INVERSIÓN**	**ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Semestres)**					
	Semestre 0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
A: INGRESOS EFECTIVOS:	**0**	**226.800,00**	**229.635,00**	**232.505,44**	**235.411,76**	**238.354,40**	**332.558,75**
(+) Ventas		226.800,00	229.635,00	232.505,44	235.411,76	238.354,40	241.333,83
(+) Valor Residual							74.152,32
(+) Capital de Operaciones							17.072,60
B: EGRESOS EFECTIVOS:		**175.358,37**	**175.662,33**	**175.977,86**	**176.305,10**	**176.644,21**	**199.801,55**
(-) Inversión Fija	**184.922,92**						
(-) Inversión Diferida	**847,00**						
(-) Capital de Operaciones	**17.072,60**						
(-) Costos Variables		23.128,74	23.417,85	23.710,57	24.006,95	24.307,04	24.610,88
UTILIDAD BRUTA		203.671,26	206.217,15	208.794,87	211.404,80	214.047,36	307.947,87
(-) Costos Fijos		107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		96.261,88	98.807,77	101.385,49	103.995,42	106.637,98	200.538,49
(-) Costos Financieros		4.972,98	4.144,15	3.315,32	2.486,49	1.657,66	828,83
(-) Depreciaciones		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		72.827,13	76.201,85	79.608,40	83.047,16	86.518,55	181.247,89
(-) Impuestos de Ley 25%		18.206,78	19.050,46	19.902,10	20.761,79	21.629,64	45.311,97
UTILIDAD NETA		54.620,35	57.151,39	59.706,30	62.285,37	64.888,91	135.935,92
(+) Depreciación		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
(-) Amortización Préstamo		21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-202.842,52**	**51.441,63**	**53.972,67**	**56.527,58**	**59.106,65**	**61.710,19**	**132.757,20**
Flujo de Caja Acumulado		**51.441,63**	**105.414,30**	**161.941,87**	**221.048,52**	**282.758,72**	**415.515,92**

Fuente: Elaboración propia

5.9.1.1. Indicadores de evaluación

Tabla 31

Indicadores de evaluación con el escenario optimista

Indicadores	Económico	Financiero
VAN	247.624,67	129.462,95
TIR	34,86%	21,37%
B/C	2,22	1,64
PRI	1,59	2,69

Fuente: Elaboración propia

- ✓ **VAN:** En ambos casos ya sea VAN económico o financiero, el resultado es positivo, lo cual indica la viabilidad y la rentabilidad de la inversión es aceptable.
- ✓ **TIR:** De igual forma el TIR económico y Financiero, en este caso, son positivos y mayores a la tasa de actualización, indicando que se acepta el negocio y conviene invertir.
- ✓ **B/C:** En el caso del B/C económico indica que por cada peso invertido se obtendrá un beneficio de 1,22 y en el caso del B/C financiero se obtendrá un beneficio de 0,64 por cada peso invertido.
- ✓ **PRI:** Para el periodo de recuperación de la inversión económico el tiempo de recuperación es de 1 año y 7 meses. En el caso del PRI financiero el tiempo en recuperar la inversión es de 2 años y 8 meses.

5.9.2. Escenario Pesimista

En el caso del escenario pesimista, para realizar el análisis de sensibilidad, se consideró una disminución del 20% en los ingresos a comparación del escenario esperado (Ver anexo 5).

Tabla 32

Flujo de caja económico con el escenario pesimista

FLUJO DE CAJA ECONOMICO (Expresado en Bolivianos)							
DETALLE	**INVERSIÓN**	**ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Semestres)**					
	Semestre 0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
A: INGRESOS EFECTIVOS:	**0**	**151.200,00**	**153.090,00**	**155.003,63**	**156.941,17**	**158.902,93**	**252.114,14**
(+) Ventas		151.200,00	153.090,00	155.003,63	156.941,17	158.902,93	160.889,22
(+) Valor Residual							74.152,32
(+) Capital de Operaciones							17.072,60
B: EGRESOS EFECTIVOS:		**125.305,96**	**125.923,02**	**126.547,79**	**127.180,36**	**127.820,85**	**151.275,57**
(-) Inversión Fija	**184.922,92**						
(-) Inversión Diferida	**847,00**						
(-) Capital de Operaciones	**17.072,60**						
(-) Costos Variables		15.419,16	15.611,90	15.807,05	16.004,64	16.204,69	16.407,25
UTILIDAD BRUTA		135.780,84	137.478,10	139.196,58	140.936,53	142.698,24	235.706,89
(-) Costos Fijos		107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		28.371,46	30.068,72	31.787,20	33.527,15	35.288,86	128.297,51
(-) Depreciaciones		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		9.909,69	11.606,95	13.325,43	15.065,39	16.827,09	109.835,74
(-) Impuestos de Ley 25%		2.477,42	2.901,74	3.331,36	3.766,35	4.206,77	27.458,93
UTILIDAD NETA		7.432,27	8.705,22	9.994,07	11.299,04	12.620,32	82.376,80
(+) Depreciación		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-202.842,52**	**25.894,04**	**27.166,98**	**28.455,84**	**29.760,81**	**31.082,09**	**100.838,57**
Flujo de Caja Acumulado		**25.894,04**	**53.061,02**	**81.516,86**	**111.277,67**	**142.359,75**	**243.198,32**

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33

Flujo de caja financiero con el escenario pesimista

FLUJO DE CAJA FINANCIERO (Expresado en Bolivianos)							
DETALLE	**INVERSIÓN**	**ETAPA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (Semestres)**					
	Semestre 0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
A: INGRESOS EFECTIVOS:	**0,00**	**151.200,00**	**153.090,00**	**155.003,63**	**156.941,17**	**158.902,93**	**252.114,14**
(+) Ventas		151.200,00	153.090,00	155.003,63	156.941,17	158.902,93	160.889,22
(+) Valor Residual							74.152,32
(+) Capital de Operaciones							17.072,60
B: EGRESOS EFECTIVOS:		**150.676,19**	**150.671,62**	**150.674,76**	**150.685,72**	**150.704,58**	**173.537,68**
(-) Inversión Fija	184.922,92						
(-) Inversión Diferida	847,00						
(-) Capital de Operaciones	17.072,60						
(-) Costos Variables		15.419,16	15.611,90	15.807,05	16.004,64	16.204,69	16.407,25
UTILIDAD BRUTA		135.780,84	137.478,10	139.196,58	140.936,53	142.698,24	235.706,89
(-) Costos Fijos		107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38	107.409,38
UTILIDAD ANTES DE INT.E IMP. (U.A.I.I.)		28.371,46	30.068,72	31.787,20	33.527,15	35.288,86	128.297,51
(-) Costos Financieros		4.972,98	4.144,15	3.315,32	2.486,49	1.657,66	828,83
(-) Depreciaciones		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		4.936,71	7.462,80	10.010,11	12.578,90	15.169,43	109.006,91
(-) Impuestos de Ley 25%		1.234,18	1.865,70	2.502,53	3.144,72	3.792,36	27.251,73
UTILIDAD NETA		3.702,53	5.597,10	7.507,58	9.434,17	11.377,07	81.755,18
(+) Depreciación		18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77	18.461,77
(-) Amortización Préstamo		21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49	21.640,49
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	**-202.842,52**	**523,81**	**2.418,38**	**4.328,86**	**6.255,45**	**8.198,35**	**78.576,46**
Flujo de Caja Acumulado		**523,81**	**2.942,19**	**7.271,05**	**13.526,51**	**21.724,86**	**100.301,32**

Fuente: Elaboración propia

5.9.2.1. Indicadores de evaluación

Tabla 34

Indicadores de evaluación con el escenario pesimista

Indicadores	Económico	Financiero
VAN	-11.371,44	-129.533,15
TIR	4,39%	-11,82%
B/C	0,94	0,36
PRI	5,60	7,30

Fuente: Elaboración propia

- ✓ **VAN:** En este caso el VAN económico el resultado es negativo y también en el caso del VAN financiero el resultado es negativo y por tanto se rechaza la viabilidad del negocio.
- ✓ **TIR:** En el caso de la TIR económica el porcentaje es positivo, pero, es menor a la tasa de la actualización indicando que no es viable la inversión, en el caso del TIR financiero el porcentaje es negativo y es menor a 0 lo cual indica rechazo en la inversión del negocio.
- ✓ **B/C:** Para el beneficio costo económico y el beneficio costo financiero el resultado es menor a 1 lo que significa que no se obtendrán beneficios y por tanto se rechaza el proyecto de inversión.
- ✓ **PRI:** El tiempo en recuperar la inversión en el caso del PRI económico es de 5 años y 7 meses. En el caso del PRI financiero el PRI es de 7 años y 3 meses.

CAPÍTULO VI

CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES

6. CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- ✓ En conclusión, como resultado del análisis del entorno se observó que existe factores que influyen de manera positiva en la idea de negocio generando oportunidades de implementar un servicio de lavandería de ropa en la localidad de San Cristóbal, en cuanto a la competencia se ha demostrado que no existe una competencia directa ya que no hay otras lavanderías de ropa en la localidad, sin embargo, si hay competencia indirecta debido a que un porcentaje de la población cuenta con sus propias lavadoras, pero estas máquinas no siempre satisfacen a la población debido a que utiliza gran cantidad de agua y electricidad.
- ✓ De acuerdo al análisis de la investigación de mercados, la población muestra gran interés sobre la implementación de este servicio en la comunidad ya que estaría cubriendo una necesidad insatisfecha debido a los cambios climáticos de la localidad y el tiempo que requiere realizar la tarea de lavar ropa.
- ✓ Para la implementación de la lavandería es necesario aplicar estrategias de marketing que permitan hacer conocer al mercado los beneficios y atributos del servicio, por ello se planteó estrategias del marketing mix, abordando las 4Ps conjuntamente con el marketing digital, el cual hoy en día es muy utilizado por las empresas y permite mantener una comunicación con los clientes.
- ✓ De acuerdo al plan de operaciones se realizó un análisis del requerimiento de máquinas, muebles e insumos, en sí, aquellos recursos tangibles que requiere la lavandería para su funcionamiento así mismo se determinó la capacidad de la lavandería el cual es de 36000 kg de ropa que puede lavar, secar y planchar durante 10 horas de trabajo.
- ✓ En el plan organizacional se determinó el tipo de empresa que será la lavandería el cual es de una empresa unipersonal y los recursos humanos necesarios para el funcionamiento de la empresa son de 4 personas más un consultor externo.
- ✓ De acuerdo a los indicadores de evaluación del plan financiero se llegó a la conclusión de que es viable invertir en el negocio ya que se demostró que con un escenario esperado se puede obtener ingresos positivos, el valor actual neto será de 43.130,92

la tasa interna de retorno es del 11,19% y el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años, lo cual significa que el proyecto es factible financieramente.

6.2. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda implementar la lavandería de ropa, ya que mediante el plan de negocios se logró demostrar una factibilidad positiva.
- ✓ Se recomienda realizar estudios de mercados en áreas geográficas cercanas a la ubicación de la lavandería ya que puede ser una oportunidad de ampliar su mercado objetivo.
- ✓ Se recomienda diseñar estrategias de marketing efectivas y atractivas haciendo uso y aprovechamiento de los medios digitales y tecnológicos para llegar a los consumidores potenciales.
- ✓ Se recomienda diversificar la cartera de servicios de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los clientes, ya que ofrecer servicios especializados en una necesidad puede significar una oportunidad para el negocio.
- ✓ Se recomienda, realizar una investigación ambiental sobre el tratamiento de agua, ya que las máquinas de lavar de la lavandería hacen uso de este recurso en cantidad, y al reutilizar el agua se disminuiría el impacto ambiental.