

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**PROYECTO DE GRADO**  
**EMPRESA DE PAISAJISMO Y JARDINERÍA "VINKA S.R.L"**

**AUTORA:** PABÓN NINA KEYLA NOELI

**TUTORA:** LIC. MARGA NAGASHIRO SAYONARA

**LA PAZ - BOLIVIA**

**2020**



### **DEDICATORIA:**

Dedico este trabajo con todo amor a mi familia, a mi tutora Licenciada Sayonara Nagashiro por el apoyo durante el desarrollo de mi Proyecto de Grado.

### **AGRADECIMIENTO:**

Agradezco a Dios por bendecir mi vida; a mi mamá Vicenta Nina por alentarme a la superación constante, por ser mi confidente, por ser mi apoyo ante los obstáculos de la vida, a mi papá Noel Pabón por su amor incondicional y paciencia infinita, por enseñarme que los sueños se cumplen si trabajas por ellos; ustedes son mi inspiración y mi razón de vivir espero algún día retribuir todo el sacrificio que realizan por nosotros.

A mi hermano Adiel de quien espero muchos logros mayores de los que tendré.

A mi hermana Dania por la confianza y a mi sobrina Melani por esa felicidad que pone en mi corazón todos los días.



## PLAN DE NEGOCIOS

### RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio nace como respuesta a las necesidades detectadas en una sociedad donde el tiempo es relativamente escaso y donde la importancia de la naturaleza en la percepción y contemplación humana va en crecimiento.

Empresa VINKA S.R.L. ofrecerá servicios integrales de paisajismo y jardinería, donde destacarán tres líneas; mantenimiento de jardines (Cuidado, limpieza de las áreas verdes); diseño o remodelación (arte para hacer de un área verde un lugar único a través de los diferentes estilos que se ofrecen); y por último el sembrado de césped o instalación de tepes, todos los servicios contarán con una atención personalizada, que destaque la calidad a través del estudio de expectativas y percepciones de los clientes hacia los servicios.

Mediante trabajo de campo se identificó como mercado potencial a mujeres casadas con edades a partir de los 30 a los 60 años, que viven en el departamento de La Paz, Macrodistrito Sur, Zona de Achumani, con un alto poder adquisitivo; quienes realizan diversas actividades, una gran parte dedicada al cuidado de su familia a tiempo completo y algunas también realizan actividades económicas.

Se identificó a la competencia directa conformada principalmente por empresas unipersonales que aún no se encuentran posicionadas en el mercado, pero que poseen la fidelidad de sus clientes, se observaron empresas informales, también personas que ofrecen servicios varios que incluyen plomería, electricidad y jardinería que son trabajos no especializados.

En cuanto a las estrategias de marketing, se estableció dos: el primero para ingresar al mercado mediante estrategia de precios de penetración y para el posicionamiento de la marca en la mente de los demandantes se trabajará en un posicionamiento según el estilo de vida del cliente. Como estrategia general se utilizará el Marketing Mix 4P's; *Producto o servicio* donde se determinó estrategias para cada etapa de vida del servicio (Introducción, crecimiento, madurez y declive), en la fijación de los *precios* serán orientados a acrecentar



las ventas, es decir se utilizará un creme de precios, iniciaremos con bajas tarifas y posteriormente se incrementarán, se determinó factible ésta estrategia con la inscripción de la empresa al Plan Generación de Empleo. La forma de *distribución* del personal y las maquinarias será mediante movilidad particular, bajo un cronograma e implementación de la Ruta más corta; *plaza*, la oficina central estará ubicado en la zona de Achumani para comodidad del cliente; en cuanto a la *promoción* de la empresa se reforzará la marca con el marketing directo, es decir mediante redes sociales, blog, página de Facebook y tarjetas personales como primer paso, también nos ayudará en gran manera el marketing boca a boca, es decir la recomendación de familiares o amigos.

Según encuestas realizadas para el primer año se prevé un total de demanda de 581 servicios, en su primera línea 557 servicios anual con ingresos de Bs.193.626.-, en la segunda línea de servicios 12 anual con ingresos de Bs. 63.900.-, la tercera línea con demandas esperadas de 12 servicios anual correspondiente a Bs. 55.080.-, con precios variables según tamaño del terreno; la oficina central se localizará en plena Av. Rosendo Gutierrez y Javier del Granado en la zona de Achumani.

Se contará con dos socios que invertirán como capital total inicial Bs. 145.000.- la determinación del punto de equilibrio se realizó en términos monetarios, estableciendo que la empresa debe sobrepasar Bs. 22.729,44 mensualmente y anualmente Bs. 272.753,24 para obtener utilidades; el valor de VAN es de Bs. 50.867,28 y el TIR 20,58985% concluyendo que la inversión que se realizará en el proyecto acrecentará la riqueza de los accionistas y el tiempo fijado para la recuperación de la inversión será de 4 años y medio.



## INDICE

### 1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1. Naturaleza de la empresa .....	3
1.2. Concepto de negocio.....	4
1.3. Servicio y su generación de valor .....	5
1.3.1. Oportunidad identificada.....	6
1.3.2. Generación de valor .....	7
1.4. Identidad corporativa .....	8
1.5. Estrategias competitivas .....	11

### 2. MERCADO

2.1. Servicio mercadotécnico.....	12
2.2. Consumidor específico .....	13
2.3. Necesidades que satisface .....	14
2.4. Potencial de Mercado.....	14
2.5. Competencia .....	25
2.6. Segmentación del mercado .....	28
2.6.1. Geográfica .....	28
2.6.2. Demográfica.....	28
2.7. Participación de la Empresa en el Mercado.....	29
2.7.1. Precios .....	31
2.7.2. Potencial de ventas.....	32
2.7.3. Ingresos Esperados .....	35
2.7.4. Volumen de Ventas .....	37
2.8. Cliente objetivo (comportamiento del consumidor) .....	37
2.9. Perfil del cliente .....	38
2.9.1. Influencias Externas e Internas .....	39
2.9.2. Enfoque decisión de compra .....	40
2.10. Estrategia de Marketing .....	41
2.10.1. Objetivos de marketing .....	41



2.10.2. Marketing Mix.....	41
2.10.3. Estrategia de Ingreso .....	45
2.10.4. Posicionamiento .....	45

### **3. OPERACIONES**

3.1. Diseño y desarrollo de los servicios.....	46
3.1.1. Descripción técnica y funcional .....	46
3.2. Descripción detallada de funciones por puestos, personal, cargos .....	58
3.3. Estudios de tiempo por proceso .....	60
3.4. Soporte tecnológico .....	67
3.5. Insumos .....	73
3.6. Ropa de trabajo .....	74
3.7. Proveedores.....	76
3.8. Logística y distribución .....	77
3.9. Localización.....	79
3.9.1. Macrolocalización .....	79
3.9.2. Distribución Oficina.....	81
3.10. Personal y Organización de la empresa.....	81
3.10.1 Estructura y Organización de la Empresa .....	83
3.10.2. Manual de funciones.....	83

### **4. FINANZAS**

4.1. Presupuesto de Inversión .....	92
4.2. Presupuesto de Operación.....	94
4.2.1. Costo de Producción.....	94
4.3. Punto de equilibrio.....	104
4.4. Cash Flow .....	106
4.5. Evaluación Financiera.....	107
4.6. Anexos Financieros.....	107



## **5. SUPUESTOS Y ESCENARIOS**

Supuestos y Escenarios.....	128
-----------------------------	-----

## **6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL**

6.1. Proceso para registro formal de la Empresa .....	129
6.1.1. Requisitos para personalidad jurídica de asociaciones .....	129
6.1.2. Registro Legal .....	131
6.1.3. Servicio de impuestos nacionales.....	134
6.1.4. Licencia de Funcionamiento .....	134
6.1.5. Caja Nacional de Salud .....	135
6.1.6. Requisitos para afiliación del trabajador.....	135
6.1.7. Futuro de Bolivia S.A. AFP .....	136
6.1.8. Ministerio de Trabajo .....	136
6.1.9. Organización Empresarial .....	137

## **7. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN**

Conclusiones y recomendaciones.....	138
-------------------------------------	-----

## **8. BIBLIOGRAFÍA**

Bibliografía.....	138
-------------------	-----

## **9. ANEXOS**

Anexo N° 1- Formulario N°1.....	140
Anexo N° 2 -Formulario N°2.....	141
Anexo N° 3- Formulario N°3.....	142
Anexo N° 4 - Formulario N° 4.....	143
Anexo N° 5 - Formulario N°5.....	144
Anexo N° 6 - Seguridad e higiene de la empresa.....	145
Anexo N° 7 - Obligaciones y derechos de los accionistas .....	146
Anexo N° 8 - Entrevista competencia .....	149
Anexo N° 9 – Mercado.....	150
Anexo N° 10 – Modelo de Encuesta .....	151



Anexo N° 11 – Resultados de Encuestas..... 152

## **INDICE DE TABLAS**

<u>Tabla N° 1: Zonas del Macrodistrito 5.....</u>	<u>18</u>
<u>Tabla N° 2: Competencia.....</u>	<u>25</u>
<u>Tabla N° 3: Competencia.....</u>	<u>25</u>
<u>Tabla N° 4: Empresa Informal.....</u>	<u>26</u>
<u>Tabla N° 5: Personas naturales.....</u>	<u>26</u>
<u>Tabla N° 6: Empresas Internacionales.....</u>	<u>27</u>
<u>Tabla N° 7: Geográfica.....</u>	<u>28</u>
<u>Tabla N° 8: Demográfica.....</u>	<u>28</u>
<u>Tabla N° 9: Comportamiento del mercado.....</u>	<u>29</u>
<u>Tabla N° 10: Precios promedios por línea de servicios.....</u>	<u>32</u>
<u>Tabla N° 11: Frecuencia de compra.....</u>	<u>32</u>
<u>Tabla N° 12: Demanda esperada.....</u>	<u>34</u>
<u>Tabla N° 13: Ingresos esperados.....</u>	<u>35</u>
<u>Tabla N° 14: Volumen de Ventas.....</u>	<u>37</u>
<u>Tabla N° 15: Características del servicio.....</u>	<u>46</u>
<u>Tabla N° 16: Hoja de operaciones.....</u>	<u>47</u>
<u>Tabla N° 17: Características del servicio.....</u>	<u>49</u>
<u>Tabla N° 18: Descripción detallada del servicio.....</u>	<u>51</u>
<u>Tabla N° 19: Características del servicio.....</u>	<u>55</u>
<u>Tabla N° 20: Descripción detallada del servicio.....</u>	<u>56</u>
<u>Tabla N° 21: Descripción de puestos.....</u>	<u>58</u>
<u>Tabla N° 22: Primera línea de servicios.....</u>	<u>60</u>
<u>Tabla N° 23: Primera línea de servicios.....</u>	<u>61</u>
<u>Tabla N° 24: Primera línea de servicios.....</u>	<u>62</u>
<u>Tabla N° 25: Segunda línea de servicios.....</u>	<u>62</u>
<u>Tabla N° 26: Segunda línea de servicios.....</u>	<u>63</u>





Tabla N° 27: Segunda línea de servicios .....	<b>64</b>
Tabla N° 28: Tercera línea de servicios .....	<b>65</b>
Tabla N° 29: Tercera línea de servicio.....	<b>65</b>
Tabla N° 30: Tercera línea de servicios .....	<b>66</b>
Tabla N° 31: Maquinaria .....	<b>67</b>
Tabla N° 32: Herramientas .....	<b>69</b>
Tabla N° 33: Vehículo.....	<b>72</b>
Tabla N° 34: Insumos básicos para las tres líneas de servicio .....	<b>73</b>
Tabla N° 35: Insumos variables según cotización.....	<b>73</b>
Tabla N° 36: Insumos variables según cotización.....	<b>74</b>
Tabla N° 37: Proveedores .....	<b>76</b>
Tabla N° 38: Macrolocalización.....	<b>79</b>
Tabla N° 39: Microlocalización .....	<b>80</b>
Tabla N° 40: Presupuesto de inversión .....	<b>92</b>
Tabla N° 41: Activos Fijos .....	<b>93</b>
Tabla N° 42: Gastos de Organización .....	<b>94</b>
Tabla N° 43: Insumos Básicos para las tres líneas de servicios .....	<b>95</b>
Tabla N° 44: Personal Operativo.....	<b>96</b>
Tabla N° 45: Otros gastos.....	<b>97</b>
Tabla N° 46: Personal eventual .....	<b>97</b>
Tabla N° 47: Uniformes .....	<b>98</b>
Tabla N° 48: Mantenimiento .....	<b>98</b>
Tabla N° 49: Equipo de Seguridad .....	<b>98</b>
Tabla N° 50: Tabla de depreciación .....	<b>99</b>
Tabla N° 51: Depreciación en línea recta o método uniforme .....	<b>99</b>
<b>Tabla N° 52: Depreciación de muebles y equipos.....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla N° 53: Otros gastos administrativos .....</b>	<b>100</b>
<b>Tabla N° 54: Personal Administrativo .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabla N° 55: Costos de comercialización .....</b>	<b>103</b>



<b><u>Tabla N° 56: Costos Fijos .....</u></b>	<b><u>104</u></b>
<b><u>Tabla N° 57: Costos variables .....</u></b>	<b><u>104</u></b>
<b><u>Tabla N° 58: Punto de Equilibrio .....</u></b>	<b><u>105</u></b>
<b><u>Tabla N° 59: Flujo de efectivo proyectado .....</u></b>	<b><u>106</u></b>
<b><u>Tabla N° 60: Evaluación Financiera.....</u></b>	<b><u>107</u></b>
<b><u>Tabla N° 61: Proyecciones de Ingreso .....</u></b>	<b><u>110</u></b>
<b><u>Tabla N° 62: Costos Variables y Fijos proyectados .....</u></b>	<b><u>111</u></b>
<b><u>Tabla N° 63: Costos Fijos Proyectados.....</u></b>	<b><u>112</u></b>
<b><u>Tabla N° 64: Inversión .....</u></b>	<b><u>113</u></b>
<b><u>Tabla N° 65: Depreciación Activos Fijos Proyectados.....</u></b>	<b><u>113</u></b>
<b><u>Tabla N° 66: Amortización proyectada.....</u></b>	<b><u>114</u></b>
<b><u>Tabla N° 67: Inversión total .....</u></b>	<b><u>114</u></b>
<b><u>Tabla N° 68: Estado de Resultados proyectados .....</u></b>	<b><u>116</u></b>
<b><u>Tabla N° 69: Balance de Apertura.....</u></b>	<b><u>117</u></b>
<b><u>Tabla N° 70: Depreciaciones .....</u></b>	<b><u>118</u></b>
<b><u>Tabla N° 71: Depreciación Maquinarias.....</u></b>	<b><u>118</u></b>
<b><u>Tabla N° 72: Depreciaciones de muebles y equipos .....</u></b>	<b><u>125</u></b>

#### INDICE DE IMAGENES

<b><u>Imagen N° 1: Fotomontaje Paint .....</u></b>	<b><u>7</u></b>
<b><u>Imagen N° 2: Logotipo.....</u></b>	<b><u>9</u></b>
<b><u>Imagen N° 3: La construcción en La Paz 2016 .....</u></b>	<b><u>16</u></b>
<b><u>Imagen N° 4: Construcciones en La Paz .....</u></b>	<b><u>16</u></b>
<b><u>Imagen N° 5: Mancha Urbana Achumani .....</u></b>	<b><u>20</u></b>
<b><u>Imagen N° 6: Género Macrodistrito Sur.....</u></b>	<b><u>21</u></b>
<b><u>Imagen N° 7: Género Distrito 18.....</u></b>	<b><u>22</u></b>
<b><u>Imagen N° 8: Estado Civil por Macrodistrito.....</u></b>	<b><u>23</u></b>
<b><u>Imagen N° 9: Población por condición de pobreza y sexo .....</u></b>	<b><u>23</u></b>
<b><u>Imagen N° 10: Ocupación por distrito .....</u></b>	<b><u>24</u></b>
<b><u>Imagen N° 11: Estrategias del Servicio .....</u></b>	<b><u>42</u></b>



<b><u>Imagen N° 12: Facebook Empresarial.....</u></b>	<b><u>45</u></b>
<b><u>Imagen N° 13: Vista Satelital Achumani.....</u></b>	<b><u>80</u></b>
<b><u>Imagen N° 14: Layout.....</u></b>	<b><u>81</u></b>

#### INDICE DE ESQUEMAS

<b><u>Esquema N° 1: Necesidades.....</u></b>	<b><u>14</u></b>
<b><u>Esquema N°2: Perfil del cliente.....</u></b>	<b><u>39</u></b>
<b><u>Esquema N°3: Decisión de compra.....</u></b>	<b><u>41</u></b>
<b><u>Esquema N°4: Descripción detallada del servicio.....</u></b>	<b><u>48</u></b>
<b><u>Esquema N°5: Diagrama de prestación de servicio.....</u></b>	<b><u>53</u></b>
<b><u>Esquema N°6: Descripción detallada del servicio.....</u></b>	<b><u>54</u></b>
<b><u>Esquema N°7: Diagrama de prestación de servicio.....</u></b>	<b><u>57</u></b>
<b><u>Esquema N°8: Descripción detallada del servicio.....</u></b>	<b><u>58</u></b>
<b><u>Esquema N°9: Uniforme de trabajo.....</u></b>	<b><u>75</u></b>



## 1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

En el primer capítulo se establecerán las principales características del negocio que se desarrollará en el sector del paisajismo y jardinería con la denominación "VINKA S.R.L." que ofrecerá una gama de servicios integrales para cada cliente.

### 1.1. Naturaleza de la empresa

En los últimos años se observó una creciente sociedad con escaso tiempo para realizar el cuidado de su hogar, por ésta razón se opta por la elaboración de una Empresa de Jardinería y Paisajismo.

A continuación, se describirá el tipo de empresa que se pretende constituir:

- **Tamaño:** Se empezará como una microempresa que paulatinamente y según los ingresos irá creciendo hasta llegar a ser una gran empresa.

Según el reglamento para el registro y acreditación de unidades productivas (Pro-Bolivia) se consideran microempresas a las que cumplen con los siguientes criterios<sup>1</sup>:

**Número de Trabajadores:** Inferior o igual a nueve trabajadores.

**Activos productivos:** Inferior o igual a UFV 150.000.-

**Ventas anuales:** Inferior o igual a UFV 600.000.-

- **Actividad económica:** Servicios integrados, ya que se pretenderá prestar diferentes servicios del mismo giro para satisfacer las necesidades de la comunidad.
- **Constitución patrimonial:** Privado, su capital será formado por aportes de personas particulares.
- **Pago de impuestos:** Régimen común, será una empresa legalmente constituida, ya que sobrepasará las limitaciones del régimen simplificado, deberá llevar organizadamente su contabilidad.

---

<sup>1</sup> (Plural, 2014)

[https://boliviaemprende.com/wpcontent/uploads/2014/07/REGLAMENTO\\_PARA\\_EL\\_REGISTRO\\_Y\\_ACREDITACION\\_DE\\_UNIDADES\\_PRODUCTIVAS-2.pdf](https://boliviaemprende.com/wpcontent/uploads/2014/07/REGLAMENTO_PARA_EL_REGISTRO_Y_ACREDITACION_DE_UNIDADES_PRODUCTIVAS-2.pdf)



- **Ámbito de Actividad:** Empresa local, operará en el municipio de La Paz.
- **Destino de los beneficios:** Empresa con Ánimos de lucro.
- **Forma jurídica:** Posteriormente se registrará como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.), que contará con dos socios.
- **Interacción de los miembros:** Formal
- **Rubro:** Paisajismo y Jardinería
- **Sector:** Privado

### 1.2. Concepto de negocio

El negocio se direccionará con mayor fuerza a zonas con altos ingresos económicos de la ciudad de La Paz, es decir en la determinada clase social alta, específicamente a mujeres casadas, quienes asumen decisiones y tareas para confort de su familia como: el cuidado de la familia (alimentación, salud, comodidad), mantenimiento del hogar y muchas veces trabajo; es decir, con escaso tiempo para otras tareas como es el cuidado de sus áreas verdes; con el presente plan de negocio se pretende introducir servicios que den respuesta a sus necesidades mejorando su calidad de vida.

Vinka S.R.L. espera dar respuesta a las necesidades de bienestar familiar, status y belleza, como también aumentar la importancia en el cuidado del medio ambiente, razón por la cual ofrecerá servicios de mantenimiento de jardines, diseño o remodelación, sembrados o instalación de tepes, con una atención personalizada con principios de calidad y precios competitivos.

Refiriéndonos como:

- ✓ Servicios de mantenimiento: Al cuidado de las diferentes áreas verdes de un hogar.
- ✓ Diseño o remodelación: Al arte de transformar un área verde, con una variedad de estilos que serán ofrecidos como ser: Jardín Bonsái, Zen Feng Shui, Jardín con espacio Infantil y Jardines para edificios.
- ✓ Sembrado de Césped: Al proceso de plantar semillas para el posterior brote del césped.



- ✓ Instalación de tepes: A la instalación de planchas o pedazos de tierra que ya poseen césped natural instalado en lugares donde se desea tener césped en menor tiempo.

### **Calidad**

Se trabajará para un mejor servicio a través del modelo de calidad, denominado SERVQUAL bajo las siguientes dimensiones:

**Fiabilidad:** Refiriéndose a ofrecer un servicio garantizando, se pretenderá cumplir con las fechas y horas de trabajo acordadas con los clientes.

**Sensibilidad:** La empresa estará a disposición del cliente para ayudarlo en sus dudas, responder con prontitud a sus quejas o inconformidades y solucionarlos.

**Seguridad:** La empresa garantizará e inspirará credibilidad y confianza a través de sus empleados.

**Empatía:** La empresa considerará a cada cliente exclusivo, es por eso que se ofrecerán servicios personalizados porque ningún hogar es igual.

**Elementos tangibles:** Se invertirá el año de inicio de actividades en equipos y maquinarias de calidad a través de la selección de proveedores, también se realizará capacitaciones a los ayudantes de jardinería in situ.

Utilizando este modelo para encuestas que serán enviados por vía virtual a nuestros clientes de forma anual se podrá medir la calidad del servicio y realizar acciones de mejora continua.

### **1.3. Servicio y su generación de valor**

Vinka S.R.L. se desarrollará como una empresa de servicios perteneciente al sector del paisajismo y jardinería.

### **¿Qué vendemos?**

Servicios integrales de paisajismo y jardinería para que las familias gocen de áreas verdes en sus hogares sin la necesidad de invertir tiempo en su cuidado.



### ¿A quién vendemos?

Principalmente el servicio se direccionará a mujeres casadas, con edades entre los 30 a 60 años, con alto poder adquisitivo, que residan en la ciudad de La Paz, distrito 18 de la zona de Achumani.

### ¿Qué necesidades satisfacemos?

Vinka S.R.L. no solo se basará en la venta de sus servicios, también será consciente del cuidado del medio ambiente y lo importante que es para cada familia gozar de espacios verdes donde puedan desarrollar diferentes actividades familiares que apoyen su bienestar.

Basados en la pirámide de las necesidades de Abraham Maslow la empresa pretenderá satisfacer una necesidad social<sup>2</sup> es decir la de: Tener áreas verdes bien cuidadas demostrando estatus, belleza sin invertir tiempo para el bienestar familiar y el cuidado del medio ambiente y la familia.

### ¿Por qué nos elige a nosotros?

Para obtener la preferencia del mercado se preorizará en la empresa el bienestar del cliente, para tal efecto se propone una:

**Atención personalizada:** Cada cliente será atendido de forma individual para poder conocer las expectativas que tiene del servicio y poderlas cumplir en el proceso, a través del modelo de Servqual que se realizará de forma anual.

#### 1.3.1. Oportunidad Identificada

La zona sur es un mercado de oportunidad para la puesta en marcha del presente proyecto ya que el rubro de la jardinería y pasisajismo es cotizado debido a las pocas empresas

---

<sup>2</sup> **Necesidad Social:** Contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y están orientadas, a superar los sentimientos de soledad y alienación. En la vida diaria, estas necesidades se presentan continuamente cuando el ser humano muestra deseos de casarse, de tener una familia, de ser parte de una comunidad, ser miembro de una iglesia o simplemente asistir a un club social.

posicionadas que abastecen las necesidades de éste mercado, que presenta un alto potencial de crecimiento económico y poblacional.

### 1.3.2. Generación de valor

Vinka SRL mediante su gama de servicios va a generar valor a través del cuidado y respeto por el medio ambiente, haciendo énfasis en los beneficios para la salud y el esparcimiento familiar necesario para una sociedad que cada vez es más ocupada.

**Respeto por el medio ambiente:** Los servicios que se ofrecerán girarán en torno al respeto y cuidado del medio ambiente e intentando sembrar una cultura ecológica a través de nuestros clientes, mediante la publicación de contenidos en redes sociales sobre el cuidado de las plantas, creación de huertos y reciclaje.

La empresa trabajará de igual manera en la generación de valor en los servicios para el cliente de la siguiente forma:

**Diseño mediante fotomontaje Paint:** Ayudará a mostrar el trabajo que se realizará antes de ejecutarlo, así el cliente podrá dar su visto bueno o realizar cambios, junto a esto se dará un catálogo de las plantas ornamentales, arbustos o flores para que el cliente pueda elegir según su gusto y presupuesto.

#### Imagen N° 1: Fotomontaje Paint



**Fuente:** Elaboración propia.





**Asesoramiento gratuito:** El asesoramiento se brindará durante el diseño o rediseño, para guiar al cliente sobre flores, plantas y otros artículos naturales que pueden llegar a resaltar su jardín.

**Servicio post-venta:** Serán ofrecidos a los clientes que contraten los servicios de segunda y tercera línea, para tener los datos sobre la atención, la conformidad de la forma de trabajo ofrecido por el personal y si tuvo algún inconveniente o problema durante o posterior al servicio.

#### 1.4. Identidad corporativa

A continuación, se desarrollará la denominación, logotipo, misión, visión de la empresa con las que se pretende identificar y lograr posicionamiento en el mercado.

**Nombre de la Empresa:** “VINKA” S.R.L.

Justificación del nombre:

- Se tomó del nombre de una planta con flor llamada VINCA que posee 5 especies (El número de integrantes de mi familia) y que crecen durante todo el año, es una planta que fácilmente toma raíces para propagarse ampliamente (Esperamos propagarnos con la facilidad que lo hace esta planta, durante todo el año)
- Por la inicial de cada nombre de mi familia y donde se hace la modificación a VINKA, (Vicenta, Noel, Noelia, Keyla y Adiel)

#### Logotipo:

En el logotipo se identifica la flor de Vinca y un fondo madera, donde se intenta resaltar la belleza de la naturaleza y el rubro de la empresa. A continuación, se describirán cada uno de los colores que lo conforman<sup>3</sup>:

- ✚ El **color violeta** parece estar en el grupo de colores que más gustan a las mujeres. Este color comunica un sentido de calma y tranquilidad. Sensaciones que, por lo que se puede observar, gustan al sexo femenino.
- ✚ El **verde** es otro de los básicos cuando hablamos del significado de los colores en marketing. Este color ha sido utilizado tradicionalmente para referirse a lo natural y

---

<sup>3</sup> <https://www.clickprinting.es/blog/significado-de-los-colores-en-publicidad-marketing>



los valores ecológicos. El verde es un color muy versátil que también se refiere a las buenas acciones y es agradable.

- ✚ El color **beige** es confiable, conservador y flexible. El color beige es neutro, tranquilo y relajante.

### Imagen N° 2: Logotipo



**Fuente:** Elaboración propia

**Slogan:** Un pedazo de naturaleza en su hogar.

#### **Misión:**

Prestar servicios de paisajismo y jardinería destacando el arte de la naturaleza en cualquier espacio de su hogar para armonía y agrado de su familia.

#### **Visión:**

Ser la Empresa líder en Bolivia de Paisajismo y jardinería, reconocida por la innovación en diseño, calidad, con la mejor maquinaria y personal motivado para brindar el servicio.

#### **Principios**

Los pilares con los que la empresa se quiere dar a conocer en el ambiente externo, es decir con los clientes, proveedores y otros son:



**Calidad:** Posicionar a la empresa con la calidad en cada servicio realizado.

**Innovación:** Diseños y remodelaciones únicos que demuestren creatividad.

**Seguridad:** Los trabajadores se registrarán bajo el principio de honestidad y serán respaldados por la empresa en caso de algún daño material.

**Orientación al cliente:** Para reforzar la fidelización del cliente e imagen de la empresa.

## Valores

Las normas que regulen la conducta de cada empleado de la empresa serán:

**Trabajo en Equipo:** Colaboración por parte del personal, sumar esfuerzos, y multiplicar logros.

**Honestidad:** Expresar sin temor ideas, desconformidades para un buen ambiente laboral.

**Responsabilidad Ambiental:** Cuidado y respeto por la naturaleza cada día de trabajo.

**Puntualidad:** Respetar las fechas de entrega de los diferentes trabajos de la gama de servicios.

## Claves de gestión

- **Personal**

**Cultura organizacional:** Vinka S.R.L. forjará una cultura que comprometa el accionar, valores, ideas de los trabajadores hacia las metas empresariales definidas.



**Clima organizacional:** Vinka S.R.L. apoyará el ambiente social<sup>4</sup>; es decir, reforzará el compañerismo en los grupos de trabajo para que no existan conflictos internos.

- **Cliente**

**Acercamiento al cliente:** Vinka almacenará datos del cliente como ser dirección de Facebook, gmail para enviar contenidos útiles y promociones, también se les brindará información sobre los medios donde puede comunicarse en caso de algún problema o insatisfacción.

### 1.5. Estrategias competitivas

Para obtener competitividad dentro del mercado se considerará las estrategias genéricas de Michael Porter en los siguientes cuatro puntos:

**Liderazgo de costos:** Vinka trabajará en ofrecer precios competitivos en el mercado, a través de:

**Proveedores:** La empresa trabajará en alianza con los proveedores para obtener preferencias en sus precios sin descuidar la calidad de los productos, por esta razón se realizará una selección cuidadosa.

**Trabajadores:** Con la contratación de personal a través del programa Plan Generación de Empleo se reducirán los costos en planillas de sueldo, éste punto se desarrollará con mayor profundidad en el extenso del trabajo.

**Diferenciación:** Lo que permitirá una distinción de la competencia básicamente será:

**Atención personalizada:** Brindar un buen servicio y atención a los clientes; siendo que se dependerá del trato que se ofrezca para ser recomendados, tomando en cuenta que la principal promoción será el marketing boca a boca.

---

<sup>4</sup> **Ambiente social:** Abarca aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros.



**Personal Capacitado:** Se considerará un factor importante de competitividad el tener personal capacitado en el rubro y en atención al cliente, por esa razón se fijarán programas de inducción y prácticas que serán calificados por el maestro jardinero mediante el llenado del formulario N° 5 (Anexos) durante los tres meses que son considerados de prueba.

**Enfoque:** El servicio que se prestará se enfocará a un determinado segmento de clientes, en este caso mujeres casadas, a partir de los 30 a 60 años que viven en la zona de Achumani, esperamos especializar el servicio de acuerdo a las necesidades de éste mercado.

## 2. MERCADO

En este capítulo para un mejor desarrollo del plan de negocio se realizará la identificación del cliente potencial, para tal efecto se procederá a una investigación descriptiva, apoyada por información documental, bibliográfica y también con la colaboración de personas que trabajan en el rubro a través de entrevistas.

### 2.1. Servicio mercadotécnico

La empresa denominada como Vinka, S.R.L. brindará servicios de Paisajismo y jardinería que integrará las siguientes líneas:

- ✓ **Primera línea de servicio:** Caracterizado por el mantenimiento de las áreas verdes  
Servicios de mantenimiento, El servicio se trata básicamente de la limpieza de los restos de plantas, flores y hojas secas, poda de la vegetación y regado.
- ✓ **Segunda línea de servicios:** Este servicio buscará un diseño basado en el gusto y necesidad del cliente.  
Diseño o remodelación, labores de suelo donde se explicará al cliente los diferentes tipos de diseño y remodelación que se realizarán con el uso de plantas y otros artículos naturales.
- ✓ **Tercera línea de Servicios:** Que se dividirá en dos:



Sembrado de Césped: Realizado mediante un proceso largo donde se siembran semillas para el posterior brote del césped, el tiempo que se destina a este servicio variara según el tamaño del terreno entre 1 a 2 días.

Instalación de tepes: Son planchas o pedazos de tierra que ya poseen césped natural instalado en lugares donde se desea tener césped en menor tiempo que el sembrado de césped, ya que se puede realizar en 1 día.

## **2.2. Consumidor específico**

Para direccionar las diferentes estrategias de marketing se debe especificar e identificar el mercado.

### **Características demográficas:**

**Edad:** 30 a 60 años

**Género:** Femenino

**Poder Adquisitivo:** Alto (Mayor a 12.000 Bs)

**Profesión u Ocupación:** Amas de casa y profesionales económicamente activas.

### **Características Geográficas:**

**País:** Bolivia

**Departamento:** La Paz

**Ciudad:** La Paz

**Zona:** Macroditrato Sur, Distrito 18, Zona de Achumani.

### **Características Psicosociales:**

**Hábitos:** Dirigido a personas que no tienen el tiempo suficiente debido a las diferentes actividades que realizan y requieran asistencia en el cuidado de sus áreas verdes.

**Perfil Psicológico:** Los clientes potenciales reunirán características de conciencia y amor por el medio ambiente.

**Necesidad:** Cuidado de sus Áreas verdes sin tener que invertir su tiempo.

### 2.3. Necesidades que satisface

Se realizó la identificación de las necesidades, las mismas se asociaron en tres grupos:

#### Esquema N° 1: Necesidades



**Fuente:** Elaboración propia.

### 2.4. Potencial de Mercado

El mercado potencial al que se direccionará Vinka serán las amas de casa que residan en Achumani, una zona en constante expansión donde se observan nuevas urbanizaciones, condominios, edificios, viviendas unifamiliares; como parte de una estrategia se realizará una alianza con consultoras de arquitectos ya que se ingresó en el considerado boom de la construcción.



Como anteriormente se indica se optará por realizar una investigación deductiva, apoyada por información documental, bibliográfica y también con la colaboración de personas que trabajan en el rubro a través de entrevistas.

### **Construcciones**

Según el Censo de Construcción, realizado por la Cámara de la Construcción de Santa Cruz, hasta mediados del año 2015, en las ciudades de La Paz, Santa Cruz y Cochabamba, podría estar fácilmente en construcción 3 millones 551 mil metros cuadrados de las diferentes edificaciones, edificios, viviendas unifamiliares, entre otros<sup>5</sup>.

La Paz representa el 26% de este total, con 924 mil metros cuadrados en el 2014 y ha crecido en un 21,69% en el 2015.

Los datos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), corroboran la tendencia positiva hasta 2012, con un total de 4.796 permisos de construcción otorgados por los municipios<sup>6</sup>.

Según informes del 2016 en La Paz existían 846 inmuebles en construcción, de los cuales al menos 370 son para el tipo de edificaciones vivienda con un negocio, hay otras 250 obras (29,55%) para viviendas unifamiliares. En menor importancia le siguen los edificios mixtos, es decir los que incluyen departamentos y oficinas.

Los resultados del Censo de construcción OBU (Observatorio Urbano) perteneciente a Cámara Departamental de Construcción de Santa Cruz (Cadecocruz) en su sexta versión, indican que en La Paz la tendencia promedio en construcción entre 2014 y 2016 es de 910.450 metros cuadrados y durante 2016 se construyeron en 1.083.623 metros cuadrados<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> (A, 2016) <https://www.paginasiete.bo/opinion/gonzalo-chavez/2016/5/29/sector-construccion-boom-burbuja-98004.html>

<sup>6</sup> [http://www.cobolca.com/2016\\_06\\_01\\_archive.html](http://www.cobolca.com/2016_06_01_archive.html)

<sup>7</sup> (Mamani, 2016) <https://www.paginasiete.bo/economia/2016/11/20/paz-construcciones-para-viviendas-comercio-117604.html>



Imagen N° 3: La construcción en La Paz 2016



Fuente: Periódico Página Siete, 2016

**Conclusión:**

La Paz es uno de los tres departamentos de Bolivia que presenta un creciente porcentaje de construcciones nuevas, donde destacan las viviendas unifamiliares y edificios; por esta razón se identificó al Departamento de la Paz como un mercado en crecimiento donde pueden llegar a demandar los diferentes servicios.

Según índices el Observatorio Urbano de 2015, las zonas donde existen mayor porcentaje de construcciones en la ciudad de La Paz, se encuentra primero la Ladera Este y en segundo lugar la Zona Sur con el 23.84% de construcciones.<sup>8</sup>

Imagen N° 4: Construcciones en La Paz

Zonas	M2	%
El Alto	123.641	13.38
Zona Sur	220.302	23.84
Centro	104.697	11.33
Ladera Este	258.741	28.00

<sup>8</sup> Benavides, L. F. (Julio de 2015). *Censo de Construcción*.

Ladera Oeste	147.852	16.00
Ladera Norte	33.728	3.65
Ladera Sur	35.114	3.80
<b>TOTAL</b>	<b>924.075</b>	<b>100.00</b>

**Fuente:** Cámara de la Construcción de Santa Cruz, 2015

### **Conclusión:**

El departamento de La Paz está conformado por siete zonas urbanas, destacan dos con mayor porcentaje de construcción: Ladera Este con un 28% y la Zona Sur con un 23.84%; se excluye la primera opción ya que es una zona donde no existiría demanda por el nivel de ingresos y la disminuida existencia de áreas verdes en residencias privadas; la zona sur en cambio es conocida por su movimiento económico, casas de lujo, edificios, condominios y donde residen personas de alto poder adquisitivo.

La zona de Achumani está en constante crecimiento, existen nuevas construcciones de urbanizaciones, condominios, casas unifamiliares, edificios, que llegarán a necesitar de nuestro servicio. Apoyandonos en datos sobre el crecimiento de la mancha urbana realizada por el GAMLP en la gestión 2013, la zona de Achumani está denominada como una de mayor desarrollo<sup>9</sup>.

Mediante el método de observación en la zona de Achumani se determinaron los siguientes condominios y Urbanizaciones como ser:

- Condominios Colinas de Achumani
- Urbanización Pamirpampa
- El Sol
- Jacaranda
- Colinas
- Urbanización Colina Verde
- Cóndores de Lakota
- Emmanuel
- La Campana
- Las Américas

<sup>9</sup> (G.A.M.L.P, 2017) <http://autonomias.gobernacionlapaz.com/wp-content/uploads/2017/pdf/lapaz-gamplp.pdf>



- Frutales
- Entre otros.
- Los Frutales II

### **Población**

El mercado en el que se enfocará la empresa es principalmente el Macro distrito Sur de la ciudad de La Paz, que demuestra su crecimiento demografico, según los resultados del Censo de Población y Vivienda de 2012 revelaban ya su creciente aumento poblacional y las necesidades de un espacio que ocupa más del 45% de la mancha urbana de La Paz<sup>10</sup>.

El macrodistrito Sur está conformado por tres distritos 18, 19 y 21 con una población de 147.480 habitantes. Es el nuevo eje comercial del municipio de La Paz y además es el área de mayor expansión y crecimiento, tanto de población como de construcción<sup>11</sup>.

**Tabla N° 1: Zonas del Macrodistrito 5**

MACRODISTRITO	DISTRITO	ZONAS	POBLACION POR DISTRITO
<b>MACRODISTRITO 5</b>			
	18	1. Achumani 2. Meseta de Achumani 3. Urb. Los Rosales, 4. San José Obrero, 5. Urb. Tres Fuerzas, 6. Urb. Las Kantutas, 7. Urb. El provenir, 8. Alto Irpavi, 9. Irpavi, 10. Ciudadela Stronguista	60.964 hab.
	19	1. Aruta, 2. Auquisamaña, 3. Alto Florida, 4. Calacoto, 5. PlayonJillusaya, 6. Playa Coaqueni, 7. AnutaSecor Hansa,	31.323 hab.

<sup>10</sup>[http://www.eldiario.net/noticias/2016/2016\\_05/nt160512/nacional.php?n=25&-zona-sur-experimento-mayor-expansion-en-la-urbe-pacenia](http://www.eldiario.net/noticias/2016/2016_05/nt160512/nacional.php?n=25&-zona-sur-experimento-mayor-expansion-en-la-urbe-pacenia)

<sup>11</sup> (Paz, 2016) <http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/sur.html>



# SUR

8. Codavisa, Coqueni,
9. Cota Cota,
10. El Pedregal,
11. Los Pinos,
12. Kalpani,
13. Kupillani Central,
14. La Trincha,
15. Wilacota,
16. Los Almendros,
17. Los Geranios,
18. Ovejuyo,
19. Los Olivos,
20. Los Rosales,
21. Morocollo Santos  
Pariamo,
22. Apaña,
23. Chasquipampa,
24. Rosa de Cala Calani,
25. Urb. Los Petroleros,
26. Virgen de Copacabana,
27. Virgen de la merced,
28. Urb. Jazmin,
29. Santa Fe de Kessini,
30. Urb. Los Lirios,
31. San Miguel,
32. La Glorieta,
33. La Florida,
34. El Choro,
35. Ovejuyo nuevo  
amanecer.

21

1. Seguencoma,
2. Reyes Carvajal,
3. Remedios,
4. Zona el Escultor,
5. El Gramadal,
6. El Prado,
7. Illimani,
8. El Rosario,
9. Kolpajahuira,
10. Huanu Huanuni,
11. Central,
12. Bella Vista,
13. Litoral,
14. Francisco de Miranda,

55.193 hab.

15. Guaqui,
16. Municipal,
17. La Ventilla,
18. El periodista,
19. Alto Obrajes,
20. Obrajes,
21. Los Alamos,
22. El Carmen.

**Fuente:** Dirección de planificación y control, Gobierno Autonomo Municipal de La Paz

#### Imagen N° 5: Mancha Urbana Achumani



**Fuente:** Dirección de planificación y control, Gobierno Autonomo Municipal de La Paz

#### **Conclusión:**

A pesar que el distrito 18 demuestre menor cantidad de habitantes respecto a los otros, fue el elegido; Achumani al encontrarse en expansión demostrado mediante datos puede funcionar como un mercado de "introducción" de servicios, que posteriormente permitirá una expansión a otros mercados.

### Edad y Género

Según los datos de la Secretaría Municipal de Planificación existen 30.070 mujeres en el Macrodistrito Sur y 24.488 varones entre los 30 y 60 años en general; en el distrito 18 que llegaría a ser el mercado de interés para VINKA, hay 30.070 mujeres que están entre el rango de edad de 30 a 60 años.

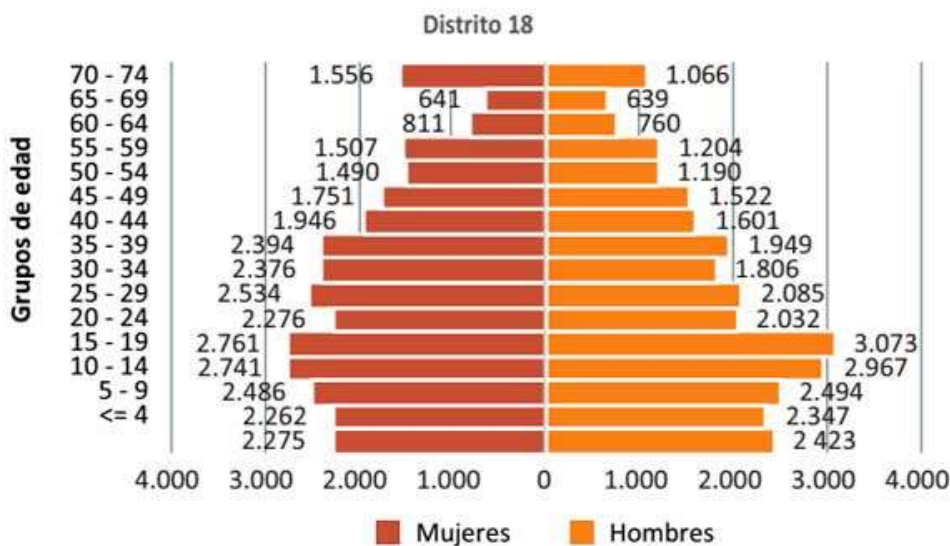
**Imagen N° 6: Género Macrodistrito Sur**



**Fuente:** Sistema de Información Territorial

**Elaboración:** Secretaría Municipal de Planificación para el Desarrollo – Dirección de Investigación e Información Municipal.

Imagen N° 7: Género Distrito 18



**Fuente:** Encuesta Municipal a Hogares - 2016.

**Elaboración:** Secretaría Municipal de Planificación para el Desarrollo – Dirección de Investigación e Información Municipal

**Estado Civil**

El Macrodistrito Sur presenta un alto porcentaje de casados del 44.64 %, como el segmento de mercado son amas de casas, este dato es relevante para determinar nuestro mercado potencial.



### Imagen N° 8: Estado Civil por Macrodistrito

CUADRO N° 01.04.02  
 MUNICIPIO DE LA PAZ: ESTADO CIVIL DE LA POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS DE EDAD, SEGÚN MACRODISTRITO  
 (En porcentaje)

MACRODISTRITO	Soltero(a)	Casado(a)	Conviviente o Concubino(a)	Separado(a)	Divorciado(a)	Viudo(a)
<b>MUNICIPIO DE LA PAZ</b>	<b>39.11</b>	<b>41.37</b>	<b>9.17</b>	<b>2.99</b>	<b>2.45</b>	<b>4.92</b>
Macrodistrito Cotahuma	38.98	40.40	9.36	3.18	2.74	5.34
Macrodistrito Max Paredes	39.50	40.51	11.24	2.71	1.24	4.80
Macrodistrito Periférica	39.07	40.57	10.10	3.41	2.00	4.87
Macrodistrito San Antonio	38.77	40.98	10.45	3.25	1.82	4.73
Macrodistrito Sur	38.17	44.64	6.88	2.47	3.52	4.33
Macrodistrito Mallasa	34.15	50.58	7.63	2.06	1.97	3.60
Macrodistrito Centro	42.27	40.66	3.40	2.89	4.95	5.83

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Censo Nacional de Población y Vivienda 2001

Elaboración: Dirección de Planificación y Control - Unidad de Investigación y Estadística Municipal

**Fuente:** Insituto Nacional de Estadística

### Poder Adquisitivo

Realizando una valoración del mercado en términos económicos podemos mencionar que el 71.57% de la población de la zona sur no es pobre, es decir posee ingresos medios a altos.



**Imagen N° 9: Población por condición de pobreza y sexo**

MACRODISTRITO	No Pobre			Pobre		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Macrodistrito Cotahuma	63,49	66,77	65,26	36,51	33,23	34,74
Macrodistrito Max Paredes	52,64	54,13	53,44	47,36	45,87	46,56
Macrodistrito Periférica	69,61	70,22	69,94	30,39	29,78	30,06
Macrodistrito San Antonio	59,85	61,93	60,94	40,15	38,07	39,06
Macrodistrito Sur	65,72	75,63	71,57	34,28	24,37	28,43
Macrodistrito Mallasa	27,11	42,79	35,77	72,89	57,21	64,23
Macrodistrito Centro	98,59	98,76	98,69	1,41	1,24	1,31
Macrodistrito Hampaturi	1,67	1,75	1,71	98,33	98,25	98,29
Macrodistrito Zongo	23,46	18,42	21,02	76,54	81,58	78,98
Total	64,22	67,86	66,21	35,78	32,14	33,79

Fuente: Instituto Nacional de Estadística - Censo Nacional de Población y Vivienda

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística.

#### **Conclusión:**

La Zona Sur demuestra ser un mercado seguro donde se puede llegar a obtener gran demanda de servicios tanto por las áreas residenciales existentes, donde se observa gran concentración de vivienda unifamiliar y multifamiliar de media densidad que cuentan con todos los servicios básicos, con habitantes con un poder adquisitivo alto y una mejor calidad de vida que los otros distritos que se fueron comparando mediante datos del Instituto Nacional de Estadística.

#### **Empleo**

En total en el Macrodistrito Sur está integrado por los distritos 18,19 y 2, en datos generales las amas de casa representan el 20% es decir 29.496 en total; y solo en el distrito 18 (mercado objetivo) el 18.2 % equivalente a 11.095 mujeres son amas de casa, como se demuestra en el siguiente cuadro en porcentajes.

**Imagen N° 10: Ocupación por distrito**



**Fuente:** Encuesta Municipal a Hogares - 2016.

**Elaboración:** Secretaría Municipal de Planificación para el Desarrollo – Dirección de Investigación e Información Municipal.

### 2.5. Competencia

La información correspondiente a la competencia se dará a conocer en ámbito local como internacional, también es necesario estudiar los servicios sustitutos para ver las diferentes variables que pueden llegar a afectar el posicionamiento y crecimiento de la empresa.

#### Competencia Directa - Ámbito Local

##### a) Empresas Formalmente constituidas

Mediante trabajo de campo (encuestas) se encontró empresas legalmente constituidas que llegarían a ser competencia de Vinka SRL, la información de las mismas fue complementada con la página web de Fundempresa, identificando de esta manera dos empresas unipersonales que actualmente trabaja en la zona sur.

**Tabla N° 2: Competencia**

<b>Empresa Unipersonal Juan Carlos Limachi Coaquira</b>	
<b>Descripción</b>	Empresa Unipersonal, ofrece servicio de Jardinería y Decoración. Telf. 73260575 Email. limachicoa@gmail.com



<b>Localización</b>	Municipio de La Paz, Avenida R. Castillo N° 1140 Zona: Chuquiaguillo
<b>Participación en el mercado</b>	10 %
<b>Precio</b>	Trabajan según cotización, sus precios varían desde los 250 bs.

**Fuente:** Directorio Electrónico de Fundempresa y encuestas.

**Tabla N° 3: Competencia**

<b>Empresa Unipersonal Flores Laura Servicio de Jardinería y Decoración</b>	
<b>Descripción</b>	Empresa unipersonal, ofrece servicio de Jardinería, Mantenimiento y Decoración, Servicios Forestales. Email: raularpabol@gmail.com
<b>Localización</b>	Municipio de La Paz, Avenida Jillusaya N° 100-B Zona: Chasquipampa
<b>Participación en el mercado</b>	8%
<b>Precio</b>	Trabajan según cotización, sus precios varían desde los 250 Bs.

**Fuente:** Directorio Electrónico de Fundempresa y encuestas.

**b) Empresa Informal**

Se observó la existencia de empresas informales, que dan servicios de jardinería, de las cuales obtener información complementaria es más difícil.

**Tabla N° 4: Empresa Informal**

<b>Empresa Informal</b>	
<b>Descripción</b>	Ofrece servicio de Jardinería, Mantenimiento y Decoración. Propietario: Juan Carlos Hualpara
<b>Localización</b>	No tiene oficina.
<b>Participación</b>	5%
<b>Precio</b>	Desde los 300 Bs.

**Fuente:** Elaboración propia según encuestas.



c) **Servicios Independientes**

**Tabla N° 5: Personas naturales**

<b>Personas que ofrecen servicios varios</b>	
<b>Descripción</b>	Como parte de trabajo de campo se realizó una entrevista en la calle 8 de Calacoto a los trabajadores quienes ofrecen sus servicios de albañilería, plomería, electricidad y jardinería, realizan limpieza que incluye, corte de pasto, regado de jardín y podado; con la desventaja que los clientes que contratan sus servicios deben tener la maquinaria necesaria para las tareas a realizarse.
<b>Localización</b>	Municipio de La Paz, Calle 8 de Calacoto, plaza Humbolt.
<b>Participación en el mercado</b>	5%
<b>Precio</b>	Entre 100 a 150 Bs. Por día.

**Conclusión de entrevista:** Gran parte de esta competencia realizan trabajos por precios bajos, pero no especializado, es decir no garantizan un buen trabajo, es temporal y no poseen la maquinaria adecuada para desarrollarlas diferentes tareas.

d) **Ámbito Internacional**

**Tabla N° 6: Empresas Internacionales**

<b>Empresa</b>	<b>Producto o Servicio</b>	<b>Tipo de Empresa</b>	<b>Precio</b>	<b>Plaza</b>	<b>Promoción</b>
<b>El Tulipán, Franquicia Paisajismo Urbano®</b>	Jardinería, Paisajismo, Construcción de Jardines, Vivero, Mantenimiento De Plantas Y Jardines	Unipersonal NIT. 01025501020	Según Cotización	Departamento de Santa Cruz, Calle Manuel Ignacio Salvatierra N° 490 Zona: Central	Teléfono: 337-5202 Email: <a href="mailto:tulipanpaisajismo@gmail.com">tulipanpaisajismo@gmail.com</a> Sitio web. <a href="https://www.tulipann.com.bo/Terrazas.html">https://www.tulipann.com.bo/Terrazas.html</a>

**Fuente:** Directorio Electrónico de Fundempresa



La Franquicia Paisajismo Urbano es una empresa líder en estructuras ajardinadas con sede en España y con franquicias en países como Chile, Argentina, Colombia, Uruguay, México, Grecia, España y Arabia Saudí y ahora Bolivia, la empresa El Tulipán con sede en Santa Cruz adquirió la franquicia tras realizar el primer jardín vertical en un edificio de cuatro pisos de altura en La Federación de Entidades Empresariales Privadas de Cochabamba en colaboración del famoso biólogo español Ignacio Solano de Paisajismo Urbano y su equipo que vinieron desde España para armar el jardín vertical y capacitar a los paisajistas bolivianos para futuros trabajos en el país, lograron también una alianza estratégica con los afamados paisajistas cochabambinos Elizabeth Daza y Erick Ríos (DECOJARDÍN)<sup>12</sup>.

El tulipán siendo una empresa española es dirigido en Bolivia por el Ingo. Betram, nacido en Holanda, quien estudió Ingeniería Forestal y la paisajista Marcela Montes nacida en Argentina quien es diseñadora profesional.<sup>13</sup>

A pesar que la denominada empresa El Tulipán trabaja en el departamento de Santa Cruz demostrando profesionalismo y experiencia no deja de ser una competencia altamente peligrosa en caso que decida abrir una sucursal en la ciudad de La Paz a futuro.

## 2.6.Segmentación del mercado

### 2.6.1. Geográfica

La descripción geográfica donde Vinka S.R.L. iniciará actividades se realizará bajo las siguientes especificaciones:

**Tabla Nº 7: Geográfica**

Segmentación geográfica	
<b>País</b>	Estado Plurinacional de Bolivia
<b>Departamento</b>	La Paz
<b>Provincia</b>	Murillo
<b>Zona</b>	Macrodistrito Sur, Distrito 18, Zona de Achumani.

**Fuente:** Elaboración propia.

<sup>12</sup><http://www.lostiempos.com/oh/tendencias/20160612/paisajismo-urbano-bolivia>

<sup>13</sup><https://www.tulipan.com.bo/Terrazas.html>



## 2.6.2. Demográfica

### a) Según su rubro

El mercado objetivo son amas de casa, es decir mujeres inactivas económicamente, que se dedican al bienestar familiar o realizan otras actividades.

**Tabla N° 8: Conductual**

<b>Segmentación Conductual</b>	
<b>Servicios que actualmente contrata</b>	Empresas constituidas formalmente e informalmente, personas independientes que ofrecen servicios varios.
<b>Frecuencia de contratación de servicio</b>	Semanal y mensual
<b>Servicios que requiere</b>	Mantenimiento de jardines Diseño y remodelación de jardines. Sembrado o instalación de césped.

**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.7. Participación de la Empresa en el Mercado

Mediante información primaria y secundaria se podrá definir la participación que la empresa puede llegar a tener en el mercado, analizando el comportamiento tanto de ofertantes y demandantes.

**Tabla N° 9: Comportamiento del mercado**

<b>Comportamiento del ofertante</b>	
Mediante entrevistas e investigación secundaria se determinó la existencia de competencia subdividida en tres competencia formalmente, informal e independiente:	
<b>Competencia formal:</b> Conformada por empresas unipersonales en su gran mayoría, como ser: <b>“Empresa Juan Carlos Limachi Coaquira”</b>	<b>Competencia informal:</b> Personas que trabajan como empresas pero no se encuentran constituidas legalmente, son más difíciles de contactar y obtener información. <b>“Juan Carlos Hualpara”</b>



<p><b>“Empresa Flores Laura”</b></p> <p><b>Servicio:</b> Ofrecen servicios de jardinería y decoración, servicios de forestación, fumigación.</p> <p><b>Precio:</b> Precios varían según presupuesto a partir de Bs. 250.-</p> <p><b>Plaza:</b> Zona chuquiaguillo y Zona de Chasquipampa respectivamente.</p> <p><b>Promoción:</b> No poseen promociones vigentes.</p>	<p><b>Empresas Informales:</b></p> <p><b>Servicio:</b> Servicios de mantenimiento y decoración.</p> <p><b>Precio:</b> Precios varían según cotización a partir de bs. 300.-</p> <p><b>Plaza:</b> No poseen lugar específico.</p> <p><b>Promoción:</b> No poseen promociones.</p> <p><b>Trabajo independiente:</b></p> <p><b>Servicio:</b> Ofrecen servicios varios, jardinería, electricidad, plomería, albañilería.</p> <p><b>Precio:</b> Entre Bs. 100 a 150 por día dependiendo el trabajo.</p> <p><b>Plaza:</b> Calle 8 de Calacoto, inmediaciones plaza humbolt.</p> <p><b>Promoción:</b> No poseen.</p>
--	---

#### Comportamiento del demandante

Cuando se trata sobre la contratación de servicios de jardinería se determinó mediante estudio de mercado los factores no controlables que llegan a influir en el cliente:

#### Factores Culturales

**Cultura:** El 46% de los posibles clientes requieren el servicio por el interés por el cuidado del medio ambiente, el 34% por bienestar familiar.

**Subcultura:** El 70% del mercado meta son mujeres sin actividad económica activa, es decir mujeres que se dedican al cuidado y bienestar de su familia.

**Clase social:** Según división de clases sociales en Bolivia son tres, Clase baja, Clase media y Clase alta; en cuanto al grupo de interés es la clase alta.

#### Factores Sociales

**Grupos de referencia:** La influencia de grupos hacia los clientes son:

- **Influencia de boca en boca:** El 46% de las mujeres es influenciada por sus





amistades en cuanto a la selección de sus servicios de jardinería.

- **Redes Sociales:** El 23% de las encuestadas buscan recomendaciones mediante las redes sociales para contratar los servicios.

**Familia:** El 31% de las mujeres es influenciado por su familia en cuanto a la selección de servicios.

**Papeles y estatus:** El papel que desempeña el 70% es de madre y esposa; el 30% de madre, esposa y trabajadora, ambos casos con tiempo limitado en sus diferentes actividades, pero aun así desean reflejar bienestar y belleza de su hogar ante la sociedad.

#### **Factores personales**

**Edad y etapa en el ciclo de vida:** El 44% de las encuestadas se encuentran entre los 35 a 39 años, quienes se encuentran en etapa de matrimonio, hijos y búsqueda de una casa para su familia el 42% de las mujeres de esa edad ya poseen una casa unifamiliar preferentemente con jardín para desarrollo de actividades familiares.

**Ocupación:** El 70% se ocupa por el cuidado del hogar y diferentes actividades sociales; el 30% realiza algún tipo de trabajo de oficina.

**Situación económica:** Según observación se pudo determinar que los ingresos económicos que poseen los clientes identificados son altos, guiándonos según la zona, el tipo de vivienda y el estilo de vida.

**Estilo de vida:** Las mujeres encuestadas llevan un estilo de vida muy ocupado las actividades que realizan y el cuidado del hogar no les permite realizar algunas tareas donde se necesita fuerza como es la jardinería, por esa razón se ve la necesidad de ésta clase de servicios.

#### **Factores psicológicos**

**Motivación:** El 34% de las encuestadas indicaron que requieren el servicio por bienestar familiar, el 46% por responsabilidad ambiental y el 20% por ser un símbolo de belleza.

**Percepción:** El 100% de las mujeres encuestadas consideran importante las áreas verdes en su hogar, que demuestra a la sociedad un hogar perfecto.

**Creencia y actitudes:** Actuales actitudes sobre la responsabilidad hacia la naturaleza y la preocupación sobre el bienestar familiar.



**Fuente:** Elaboración propia en base a estudio de mercado e información secundaria.

### 2.7.1. Precios

Para establecer los precios Vinka S.R.L. trabajará según cotización, basándose en el tamaño del terreno y el grado de dificultad en los diferentes servicios, para lo cual será preciso el llenado de los formularios N° 1, 2 y 3 (Anexos).

En la siguiente tabla se presenta una estimación de precios mínimos y máximos posteriormente se realizó un promedio, basados en los resultados de las encuestas y la elasticidad en precios aceptados por los futuros clientes, los cuales serán importantes para el desarrollo del presente plan de negocios ya que se utilizarán para la elaboración de proyecciones en los ingresos.

**Tabla N° 10: Precios promedios por línea de servicios**

SERVICIO	Tamaño del terreno	Bs. x m2	FREC. DE SERVICIO X MES	PRECIO MIN	PRECIO MAX	PROM PRECIOS
MANTENIMIENTO DE JARDINES	PEQUEÑA 10-20 m2	18,00	1 MES	180,00	360,00	270,00
	MEDIANA 21-30 m2	18,00	2 MES	378,00	540,00	459,00
	GRANDE 31-40 m2	20,00	3 MES	620,00	800,00	710,00
DISEÑO Y REDISEÑO DE JARDINES	PEQUEÑA 10-20 m2	150,00		1.500,00	3.000,00	2.250,00
	MEDIANA 21-30 m2			3.150,00	4.500,00	3.825,00
	GRANDE 31-40 m2			4.650,00	6.000,00	5.325,00
TEPEADO O SEMBRADO DE CESPED	PEQUEÑA 10-20 m2	180,00		1.800,00	3.600,00	2.700,00
	MEDIANA 21-30 m2			3.780,00	5.400,00	4.590,00
	GRANDE 31-40 m2			5.580,00	7.200,00	6.390,00

**Fuente:** Elaboración propia, según encuestas.

Para cada servicio se determinó un precio por metro cuadrado aproximado, que estarán sujetos a cambios según el terreno de trabajo, se optó por no separar los servicios de instalación de tepes y sembrado de césped ya que el procedimiento para la preparación del

terreno es similar en ambos casos, solo difiere en la forma y tiempo de obtención del césped, por plancha de pasto o semillas

### 2.7.2. Potencial de ventas

Según las encuestas realizadas (anexos) se determinaron el potencial de ventas como se demuestra en la tabla N° 5 el 81% de los encuestados están interesados en los diferentes servicios, es decir 52 amas de casa están dispuestas a contratar los servicios.

**Tabla N° 11: Frecuencia de compra**

<b>Servicios</b>	<b>Frecuencia contratación de servicios</b>	<b>Ventas por mes</b>	<b>Ventas anuales</b>
<b>Primera línea de servicios</b>	1 vez por mes	33	388
	2 vez por mes	12	124
	3 vez por mes	5	45
<b>Segunda Línea</b>	1 vez por mes	1	12
<b>Tercera Línea</b>	1 vez por mes	1	12

**Fuente:** Elaboración propia en base a encuestas.

La demanda mensual de los servicios ascendería a 52 respecto a las tres líneas, pero al ser una empresa nueva en el mercado se pretende ingresar con 45 servicios los primeros meses, esperando ofrecer la totalidad de demandas según encuestas a inicios de la primavera.



**Tabla N° 12: Demanda esperada**

Detalle	Numero de Servicios según temporalidad											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Primera línea de servicios	32	32	32	32	32	32	32	32	33	33	33	33
	9	9	9	9	10	10	10	10	12	12	12	12
	2	2	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5
	43	43	44	44	45	46	46	46	50	50	50	50
Segunda línea de servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
tercera línea de servicios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
<b>Total casas por mes</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>48</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>52</b>	<b>52</b>

**Fuente:** Elaboración propia, en base a encuestas.

**Descripción:**

Se estima los dos primeros meses una demanda de 43 casas para la primera línea de servicios, que posteriormente irá incrementando paulatinamente hasta alcanzar las 52 casas según las encuestas realizadas, se espera llegar a la meta desde el mes de septiembre hasta diciembre por inicios de la primavera, las fiestas de navidad y año nuevo.

La segunda y tercera línea por mes tendrán una demanda; en total las tres líneas sumarán una demanda esperada de 581 servicios en el primer año.



### 2.7.3. Ingresos Esperados

Tomando como referencia la demanda esperada (tabla N° 6) y los promedios de precios por servicios (tabla N° 1) se obtendrán los ingresos esperados por mes en el año 1.

**Tabla N° 13: Ingresos esperados**

PROYECCIÓN DE INGRESOS - AÑO 1													
Detalle	Promedio de Precios x servicio	MES 1		MES2		MES 3		MES 4		MES 5		MES 6	
		N° Servicios	Enero	N° Servicios	Febrero	N° Servicios	Marzo	N° Servicios	Abril	N° Servicios	Mayo	N° Servicios	Junio
Primera línea de servicios	270,00	32,00	8.640,00	32,00	8.640,00	32,00	8.640,00	32,00	8.640,00	32,00	8.640,00	32,00	8.640,00
	459,00	9,00	4.131,00	9,00	4.131,00	9,00	4.131,00	9,00	4.131,00	10,00	4.590,00	10,00	4.590,00
	710,00	2,00	1.420,00	2,00	1.420,00	3,00	2.130,00	3,00	2.130,00	3,00	2.130,00	4,00	2.840,00
	<b>Total x mes</b>		<b>14.191,00</b>		<b>14.191,00</b>		<b>14.901,00</b>		<b>14.901,00</b>		<b>15.360,00</b>		<b>16.070,00</b>
Segunda línea de servicios	2.250,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	3.825,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00
	<b>Total x mes</b>		<b>5.325,00</b>		<b>5.325,00</b>		<b>5.325,00</b>		<b>5.325,00</b>		<b>5.325,00</b>		<b>5.325,00</b>
tercera línea de servicios	2.700,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00
	6.390,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Total x mes</b>		<b>4.590,00</b>		<b>4.590,00</b>		<b>4.590,00</b>		<b>4.590,00</b>		<b>4.590,00</b>		<b>4.590,00</b>
<b>Total por mes</b>		<b>24.106,00</b>		<b>24.106,00</b>		<b>24.816,00</b>		<b>24.816,00</b>		<b>25.275,00</b>		<b>25.985,00</b>	



PROYECCIÓN DE INGRESOS - AÑO 1											
MES 7		MES 8		MES 9		MES 10		MES 11		MES 12	
Nº Servicios	Julio	Nº Servicios	Agosto	Nº Servicios	Septiembre	Nº Servicios	Octubre	Nº Servicios	Noviembre	Nº Servicios	Diciembre
32,00	8.640,00	32,00	8.640,00	33,00	8.910,00	33,00	8.910,00	33,00	8.910,00	33,00	8.910,00
10,00	4.590,00	10,00	4.590,00	12,00	5.508,00	12,00	5.508,00	12,00	5.508,00	12,00	5.508,00
4,00	2.840,00	4,00	2.840,00	5,00	3.550,00	5,00	3.550,00	5,00	3.550,00	5,00	3.550,00
	16.070,00		16.070,00		17.968,00		17.968,00		17.968,00		17.968,00
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00	1,00	5.325,00
	5.325,00		5.325,00		5.325,00		5.325,00		5.325,00		5.325,00
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00	1,00	4.590,00
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	4.590,00		4.590,00		4.590,00		4.590,00		4.590,00		4.590,00
-	25.985,00	-	25.985,00	-	27.883,00	-	27.883,00	-	27.883,00	-	27.883,00

**Fuente:** Elaboración propia, en a encuestas.

**Descripción:**

Guiándonos de la tabla con precios promedio por servicio (Tabla N°1) y también de la demanda esperada (Tabla N° 6) se pudo obtener los ingresos esperados por mes expresados en bolivianos, donde se prevé tener un ingreso total anual de 312.606,00.

#### 2.7.4. Volumen de Ventas

La determinación del volumen de ventas anuales se realizó a partir de los ingresos esperados.

**Tabla N° 14: Volumen de Ventas**

Servicios	Ingresos	Volumen de ventas Mensual	Volumen de ventas Semanal
Primera línea	193.626,00	16.135,50	4.033,88
Segunda línea	63.900,00	5.325,00	1.331,25
Tercera línea	55.080,00	4.590,00	1.147,50

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 2.8. Cliente objetivo (comportamiento del consumidor)

Basándonos en las encuestas realizadas a mujeres de 30 a 60 años (Mercado objetivo), se describirá el siguiente comportamiento del consumidor respondiendo las preguntas:

##### ¿Quién precisa el servicio?

Los clientes potenciales identificados son mujeres casadas, quienes se preocupan por el bienestar del hogar y buscan servicios de jardinería. Según encuestas se determinó que dos grupos mayoritarios que representan el 44% del mercado objetivo tienen entre los 35 a 39 años de edad y el 32% entre 40 a 60 años. Otro dato relevante obtenido es que un 70% no realizan actividades económicas es decir se dedican al cuidado de la familia y del hogar a tiempo completo, mientras que el 30% además de dedicarse al hogar realiza actividades económicas; en ambos casos no tienen el tiempo suficiente para realizar otras tareas.

##### ¿Por qué requieren el servicio?

Requieren el servicio de jardinería por tres razones: El 46% de las encuestadas contratan servicios para el cuidado y mantención del medio ambiente, 34% porque las áreas verdes son lugares de distracción y ofrece bienestar familiar, el 20% por que demuestra belleza.



### **¿Cuándo requieren el servicio?**

Según estudio de mercado el 63% requiere el servicio de forma mensual, el 23% quincenal y el 10% semanal, que estarán sujetos a recomendaciones del personal según el tamaño del jardín y la estación del año en la que se encuentre.

### **¿A quienes contratan?**

El 8 % contratan servicios de Flores Laura y el 10% de Juan Carlos Limachi; el 5% contratan a empresas informales y el 5% contratan servicios denominados independientes que son trabajos eventuales.

### **¿A qué precio contratan los servicios?**

Todos los que se dedican a éste tipo de rubro trabajan según cotización no tienen precios fijos, pero se determinó según entrevista una empresa unipersonal su cotización parte de Bs. 250 hacia adelantes, empresa informal a partir de Bs. 300 y servicios independientes a partir de los 100 a 150 bolivianos por día.

## **2.9. Perfil del cliente**

Según las encuestas realizadas se idéntico el perfil del cliente o target, que nos ayudará en el análisis y comprensión de las necesidades, como también a conocer las preferencias de los clientes o su identificación para enfocar las estrategias de marketing al mercado correcto.



## Esquema N° 2: Perfil del cliente

---

Perfil del cliente	<b>Factores demográficos y socioeconómicos</b> <u>Género:</u> Femenino <u>Edad:</u> El 44% con una edad entre los 35 a 39 años de edad y el 32% de 40 a 60 años. <u>Estado Civil:</u> Casadas <u>Tipo de vivienda:</u> El 74% goza de una vivienda unifamiliar propia con área verde.
	<b>Factores psicográficos</b> Las encuestadas se encuentra orientadas en el bienestar de su familia y hogar, posee pasatiempos e interés secundarios como ejercitarse, reuniones sociales, etc. otra parte realiza actividades económicas.
	<b>Aspectos geográficos</b> Macrodistrito 18, zona de Achumani del departamento de la Paz.
	<b>Beneficios o motivos de compra</b> Para el 46% de las encuestadas tener un area verde es necesario por que significa cuidado del medio ambiente, el 34% recarga o bienestar y el 20% por belleza.

**Fuente:** Elaboración propia basada en estudio de mercado.

### 2.9.1. Influencias Externas e Internas

#### a) Influencia Externa

**Cultural:** Se pudo observar la importancia que la sociedad le da a la apariencia tanto personal como de los hogares; la familia misma inculca a su descendencia éstos hábitos que pueden ser decisivos para la empresa ya que su servicio es externo y representa cuidado de las áreas verdes del hogar ante la sociedad y la familia.

**Económico:** La decisión en la contratación de los servicios dependerá del nivel salarial o el circulante de cada persona u hogar.





**Social:** las amistades influyen en la decisión de obtener los servicios de jardinería, es decir el círculo social puede llegar a recomendar ciertos servicios de confianza o que dieron buenos resultados.

#### **b) Influencia Interna**

**Valores:** En la actualidad se vio un interés creciente de la sociedad por el cuidado del medio ambiente.

**Estilo de vida:** Las actividades que realizan los clientes del día no le permiten realizar el cuidado de sus áreas verdes.

**Bienestar:** En una sociedad donde existe mucho estrés las áreas verdes pueden ayudar en la salud de las personas adultas y niños<sup>14</sup>.

#### **2.9.2. Enfoque decisión de compra**

Se realizará un análisis del proceso por el que pasa el cliente para tomar su decisión de compra, que iniciaría con el reconocimiento de la necesidad y finalizaría con la contratación de los servicios.

---

<sup>14</sup> Un jardín puede ser un espacio de recarga y bienestar, que no solo purifica el aire: también mejora la calidad del sueño, libera del estrés, disminuye la tensión y favorece el desarrollo cognitivo<sup>14</sup> (Carolina Quintero, 2018)



### Esquema N° 3: Decisión de compra

Reconocer una necesidad	Busqueda de información	Evaluación de alternativas	Decisión de compra	Comportamiento post-compra
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Estimulo externo:</b> Conciencia ecológica, convivencia familiar y social.</li> <li>• <b>Necesidad:</b> Social, aceptación pertenencia a un grupo.</li> <li>• <b>Deseo:</b> Vivienda con espacio suficiente para socializar con amigos y familia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>fuentes personales:</b> Familiares y amigos</li> <li>• <b>Fuentes comerciales:</b> Redes sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Precio:</b> A corde a los ingresos y al trabajo que se realizará</li> <li>• <b>Beneficio:</b> Familiares y sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente tomará en cuenta el <b>precio</b> más competitivo también tomará en cuenta la <b>calidad</b> de servicio y los <b>beneficios</b> para su familia al tener areas verdes en su hogar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Basados en su perspectiva juzgará el trabajo final.</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.10. Estrategia de Marketing

### 2.10.1. Objetivos de marketing

Posicionar a la Empresa VINKA S.R.L en los servicios de Paisajismo y Jardinería, diseñando y manteniendo las áreas verdes de los hogares paceños del Macrodistrito Sur en la Zona de Achumani,

### 2.10.2. Marketing Mix

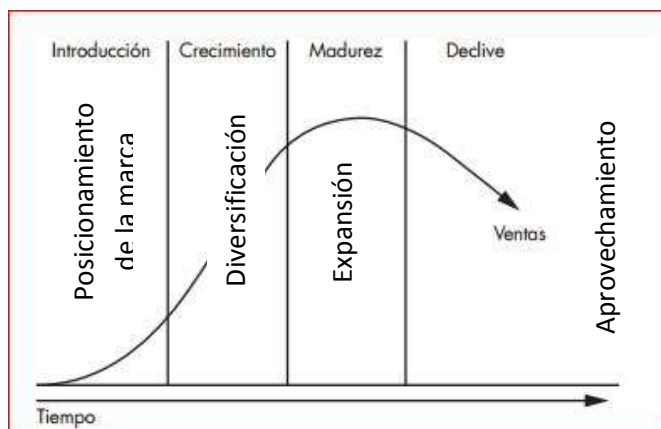
A través de la implementación del marketing mix se realizará un análisis de las estrategias internas a desarrollar en cuanto a cuatro variables:

#### Producto o Servicio

Los servicios integrales que se ofrecerán serán de mantenimiento, diseño, remodelación, sembrados nuevos y/o instalación de tepes. Para explicar la estrategia del servicio se

realizará un análisis del Ciclo de Vida del servicio y se determinarán las estrategias a utilizarse en cada etapa.

### Imagen N° 11: Estrategias del Servicio



#### Etapa de Introducción

**Estrategia de Posicionamiento:** Se tratará de posicionar a la empresa relacionándola con el cuidado del medio ambiente y bienestar para toda la familia, el logotipo será expuesto en los uniformes del personal.

#### Etapa de Crecimiento

**Estrategia de diversificación:** Explorar nuevos mercados como ser: la venta de adornos florales, decoraciones con flores para acontecimientos y otros relacionados con las plantas en general.

#### Etapa de madurez

**Estrategia de expansión:** Cuando la empresa posea clientes fidelizados, se puede ampliar nuestro servicio a otras zonas del Macrodistrito sur con el fin de obtener mayores ingresos.

### **Etapa de declinación**

**Estrategia de aprovechamiento:** En la etapa de declive la empresa tratará de aprovechar su marca y la lealtad de los clientes que se haya logrado.



### **Estrategia de precio**

La fijación de precios será orientado a las ventas, es decir a lograr acrecentar el volumen de demanda del servicio con precios competitivos para lograr por ende un incremento en la participación en el mercado. Con el objetivo de desacelerar o hacer frente a la competencia, VINKA deberá ofrecer precios competitivos, el primer año bajará sus costos para lograr una introducción del servicio más eficiente y sea competitivo sin necesidad de descuidar la calidad, por esta razón se realizará un creme de precios, es decir se introducirá el servicio de la empresa con un precio bajo, con un posterior incremento.

VINKA logrará bajar los precios de sus servicios con la inscripción de la empresa al PLAN GENERACIÓN DE EMPLEO; ya que solo necesitamos jóvenes que hayan terminado la secundaria, para el cargo de "Ayudante de Jardinería" nos brindan el siguiente beneficio:



a) Jóvenes de escasos recursos (entre 17 y 26 años) que no hayan concluido la secundaria

Incluye una capacitación "InSitu" (pasantía) por dos meses, cubierta por un estipendio diario para el beneficiario.

Una capacitación en aula de hasta Bs500.- a requerimiento de la empresa para que el/la joven pueda fortalecer capacidades específicas.

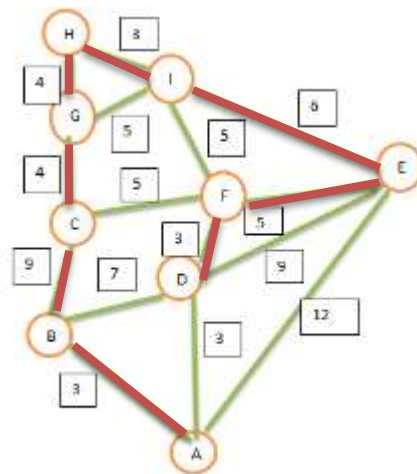
Por hasta doce (12) meses, el programa cubre el 30% del salario mínimo nacional, más el pago de aportes patronales (16.71% del salario mínimo) más un aguinaldo.

Este beneficio nos ayudará en el primer año para reducir los precios y cumplir con la estrategia elegida.

En la siguiente tabla se observará que los tres ayudantes de jardinería son los que estarán dentro del programa, mientras que el maestro jardinero debe ser una persona con experiencia previa, es por esta razón que se preferirá contratar una persona más capacitada en el cargo, en el primer año los salarios operativos costarán Bs. 104.400,22 aproximadamente, incluyendo el estipendio y la capacitación suma un total de 108.900,22.

### Estrategia de distribución

Los canales de distribución de los servicios se realizarán mediante movilidad particular, donde se transportarán los materiales y al personal; el cronograma de servicios de mantenimiento se hará según implementación de la Ruta más corta, para trazar rutas que pasen por las casas a trabajar y a la vez que ahorre tiempo.



### Estrategia de promoción

La promoción de la marca se reforzará con el marketing directo, se entablará una relación con el cliente mediante redes sociales, se abrirá un blog, una página de Facebook y una cuenta de gmail que tienen un costo de Bs. 0 y tarjetas personales como también folletos; pero el principal crecimiento estará basado en la recomendación de los clientes es decir el "marketing boca a boca".

### Imagen N° 12: Facebook Empresarial



**Fuente:** Elaboración propia.

#### 2.10.3. Estrategia de Ingreso

**Estrategia de precios de penetración:** Ingresar al mercado con precios competitivos y mantener la calidad es un reto que VINKA S.R.L. estará dispuesto a realizar, ya que tiene la posibilidad de reducir costos en planillas de personal operativo que llega a ser el costo más grande siendo ésta una empresa de servicios.

#### 2.10.4. Posicionamiento

VINKA S.R.L. buscará posicionarse ante sus clientes como una empresa que busca el bienestar de las familias y el cuidado del medio ambiente, logrando de ésta forma un posicionamiento adecuado a cada estilo de vida del mercado potencial.

**Posicionamiento según el estilo de vida:** Según investigación de mercado se determinó la escases de tiempo que tiene el mercado objetivo respecto a la variedad de actividades diarias que realizan agregando a eso los cuidados del hogar, entre ellos el mantenimiento de



las áreas verdes, VINKA interpretando de forma acertada ofrecerá servicios que se adecuan a su estilo de vida, sin tener que invertir tiempo o esfuerzo.

### 3. OPERACIONES

En el tercer capítulo se describen los procesos a seguir para ofrecer cada uno de los servicios de la empresa, se determinarán las maquinarias, herramientas, proveedores y personal necesario para brindar servicios de calidad.

#### 3.1. Diseño y desarrollo de los servicios

En este punto se identifican las características de cada uno de los servicios, los procesos, materiales necesarios, personal requerido y el tiempo promedio de realización de las tareas.

##### 3.1.1. Descripción técnica y funcional

**Primera línea de Servicios:** Este servicio será el de mayor demanda según las encuestas realizadas.

**a. Mantenimiento de jardines:** Se determinará como un servicio estrella, por la demanda que se pretende obtener basados en el estudio de mercado.

**Proceso:** Cortar el césped, cortar ramas, dar forma a arbustos, cortar hojas secas de las plantas o flores, barrer el pasto cortado y hojas que cayeron al piso, remover la tierra, regar el pasto y las plantas, limpiar el patio en caso de que se haya ensuciado.

**Materiales:** Para este servicio es necesario contar con cortacésped, desbrozadora, tijeras, escobas de paja, recoge basura, bolsa para basura, removedor de tierra, manguera.

**Personal a cargo:** Maestro jardinero





**Dependientes:** Ayudantes de jardinería

**Tabla N° 15: Características del servicio**



Características			
N° Personal	1	2	3
Tamaño	Pequeño (10-20mtrs.)	Mediano (21-30 mtrs.)	Grande (31-40 mtrs.)

<b>Tiempo</b>	1:05:00	1:50:00	2:02:00
---------------	---------	---------	---------

**Tabla N° 16: Hoja de operaciones**

<b>HOJA DE OPERACIONES</b>				
<b>N°</b>		<b>Descripción</b>	<b>Persona</b>	<b>Maquinaria, material o equipo</b>
<b>0</b>		El pedido del servicio se podrá realizar por vía telefónica o personalmente en la oficina.	Cliente	-
1		Ingresar a sistema datos del cliente, la hora y el día de visita para la cotización por mantenimiento.	Secretaria	Teléfono, computadora, impresora
2		Realizará visita y cotización al cliente basándose en el formulario N°1(Anexos) se determinará con el cliente el día y la frecuencia del servicio.	Maestro Jardinero	Hoja de cotización de la empresa.
3		Realizará contrato de servicio con el cliente y le informará sobre la forma de pago; en oficina o por transferencia bancaria.	Secretaria	Teléfono, computadora, impresora



4		Conducirá y transportará las maquinarias y herramientas necesarias como también al personal para prestar el servicio correspondiente.	Maestro Jardinero	Movilidad, desbrozadora, cortacésped, escoba, basurero, rastrillo, tijeras, manguera, etc.
5		Se encargarán de bajar herramientas y maquinarias de la movilidad y seguirán instrucciones del maestro jardinero.	Ayudantes de jardinería	Desbrozadora, cortacésped, escoba, basurero, rastrillo, tijeras, manguera, etc.

**Fuente:** Elaboración propia

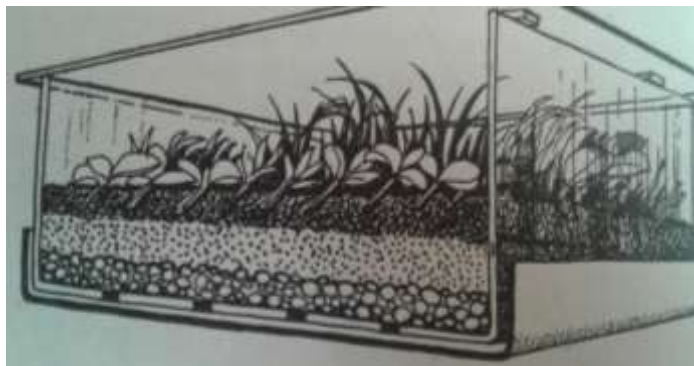
#### Esquema N°4: Descripción detallada del servicio



**Fuente:** Elaboración propia

**Segunda línea de servicios:** Es el servicio que ofreceremos con menor frecuencia al mes y a veces estará relacionado con la tercera línea de servicios.

**b. Decoración y remodelación de jardines:**



**Proceso interno:** Se debe primero preparar la tierra para plantar las diferentes especies escogidas, la primera capa debe ser de piedras medianas que aseguren el drenaje, la segunda capa debe ser

recubierta de arena, la tercera capa de arena y turba<sup>15</sup>.

**Proceso externo:** Es fruto de la imaginación y la experiencia con el uso de diferentes elementos naturales que realce la belleza de la naturaleza.

**Materiales:** Para este servicio es necesario palas de mano, picotas, maseteros, Piedras Blancas y Negras, Abono, plantas decorativas, flores, arbustos.

**Personal a cargo:** Diseñador

**Dependientes:** Personal operativo eventual.

**Personal:** De 1 a 4 personas dependiendo del tamaño del terreno.

**Tiempo:** Varía según el tamaño del terreno y estilo, aproximadamente entre 3 a 6 horas.

**Tabla N° 17: Características del servicio**

<b>Características</b>			
<b>Nº Personal</b>	2	3	4
<b>Tamaño</b>	Pequeño (10-20mtrs.)	Mediano (21-30 mtrs.)	Grande (31-40 mtrs.)
<b>Tiempo en actividad</b>	2:55:00	3:45:00	6:18:00
<b>Tiempo en elaboración de diseño</b>	1 a 2 días	1 a 2 días	1 a 2 días

<sup>15</sup>(Berger, 1988)

<b>Tiempo en pedido de material</b>	1 día	1 día	1 día
<b>Tiempo en selección de plantas, flores o árboles.</b>	1 día	1 día	1 día

**Fuente:** Elaboración propia.

**Estilos:**

- ✓ **Jardín Bonsái:** Jardines construidos con Bonsái que son árboles enanos que necesitan mucho cuidado, pueden vivir numerosos años.



- ✓ **Zen Feng Shui:** De procedencia China supone un estudio de las energías transmitidas entre la naturaleza y el hombre. Se trata de espacios reducidos, relajantes, equilibrados y de formas circulares u ondulares. El arte huye del exceso de detalles y la ostentación, utilizando elementos de composición tales como rocas, plantas, esculturas, paredes, macetas, elementos con agua y adornos.




- ✓ **Jardín con espacio Infantil:** Para las familias que tienen niños se hará un diseño donde exista un espacio para armar juegos, se seleccionaran plantas que no puedan hacerles daño o piezas pequeñas.








- ✓ **Jardines para edificios:** Se realizarán decorados para edificios, para la parte de ingreso como también para las azoteas o terrazas.





**Tabla N° 18: Descripción detallada del servicio**

N°		Descripción	Personal Encargado	Maquinaria y equipo
0		El pedido del servicio se podrá realizar por vía telefónica o personalmente en la oficina.	Cliente	-



1		<p>Ingresará a sistema datos del cliente, la hora y el día que el diseñador irá a cotizar, la forma de pago e imprimirá factura y una nota de visita.</p>	Secretaría	Teléfono, computadora, impresora
2		<p>Elaborará el diseño del jardín según gusto y necesidad del cliente como también la cotización para la empresa, detallando las plantas, flores, arbustos que utilizará y con precios de nuestros proveedores seleccionados.</p>	Diseñador	Formulario N° 2 de la empresa
3		<p>Revisará y reenviará cotización a secretaria para envío al cliente.</p>	Gerente	Teléfono, computadora
4		<p>Llamará al cliente y enviará cotización por medio magnético, realizará contrato para diseñador y realizará pedido a proveedores.</p>	Secretaria	Teléfono, impresora y computadora
5		<p>Firmará contrato y contactará a personal operativo eventual seleccionado</p>	Diseñador	

6		Conducirá y transportará las maquinarias y herramientas necesarias como también al personal para prestar el servicio correspondiente.	Maestro Jardinero	Movilidad, bordadora, cortacésped, escoba, basurero, rastrillo, tijeras, manguera, etc.
7		Realizará una supervisión hasta finalización de trabajo.	Diseñador	

**Fuente:** Elaboración propia

#### Esquema N° 5: Diagrama de prestación de servicio



**Fuente:** Elaboración propia.

### Esquema N° 6: Descripción detallada del servicio



**Fuente:** Elaboración propia

#### Tercera línea de servicios:

##### c. Sembrado o tepeado de jardines:

###### Sembrado de jardines:

**Proceso:** Primero se prepara el terreno nivelándolo, se pone algo de tierra y abono se ponen las semillas, se cubre con paja y se riega.

**Materiales:** Palas, picotas, carretilla, manguera.

**Personal a cargo:** Maestro jardinero

**Dependientes:** Personal operativo eventual

**Personal:** De 1 a 4 personas, depende del tamaño del terreno.



**Tiempo:** La finalización del servicio termina cuando existen los primeros brotes de pasto en el terreno, que llegaría a demorar días, pero el trabajo al igual que los demás varían según el tamaño del terreno, aproximadamente entre 1 a 2 días.

**Tabla N° 19: Características del servicio**

<b>Características</b>			
<b>N° Personal</b>	2	3	4
<b>Tamaño</b>	Pequeño (10-20mtrs.)	Mediano (21-30 mtrs.)	Grande (31-40 mtrs.)
<b>Tiempo en actividad</b>	6:00:00	7:45:00	9:40:00
<b>Tiempo en pedido de material (Tierra, abono, piedras)</b>	1 día	1 día	1 día
<b>Tiempo pedido de tepes y semillas.</b>	1 día	1 día	1 día

**Fuente:** Elaboración propia

**Instalación de tepes:**

**Proceso:** Compra de planchas de césped, se prosigue a ponerlos en el terreno sin antes poner el abono y un poco de tierra, se riega día por medio.

**Materiales:** Palas, picotas, manguera, carretilla, manguera.

**Personal a cargo:** Maestro jardinero

**Dependientes:** Personal operativo eventual






**Personal:** De 1 a 4 personas, depende del tamaño del terreno.

**Tiempo:** Varía según el tamaño del terreno entre 6 a 10 horas.





**Tabla N° 20: Descripción detallada del servicio**

N°		Descripción	Personal Encargado	Maquinaria, material o equipo
0		El pedido del servicio se podrá realizar por vía telefónica o personalmente en la oficina.	Cliente	-
1		Ingresar a sistema datos del cliente, la hora y el día de visita para la cotización por tepeado o sembrado.	Secretaria	Teléfono, computadora, impresora
2		Realizará visita y cotización al cliente basándose en el formulario N°3 (Anexos) y lo enviará al Gerente general.	Maestro Jardinero	Hoja de cotización de la empresa.
3		Revisará y reenviará cotización a secretaria para envío al cliente.	Gerente	Teléfono, computadora
3		Realizará contrato de servicio con el cliente y le informará sobre la forma de pago; en oficina o por transferencia bancaria.	Secretaria	Teléfono, computadora, impresora

4		Conducirá y transportará las maquinarias y herramientas necesarias como también al personal para prestar el servicio correspondiente.	Maestro Jardinero	Movilidad, bordadora, cortacésped, escoba, basurero, rastrillo, tijeras, manguera, etc.
5		Se encargarán de bajar herramientas y maquinarias de la movilidad y seguirán instrucciones del maestro jardinero.	Personal operativo eventual	

**Fuente:** Elaboración propia

**Esquema N° 7: Diagrama de prestación de servicio**



**Fuente:** Elaboración propia.

### Esquema N° 8: Descripción detallada del servicio



**Fuente:** Elaboración propia

### 3.2. Descripción detallada de funciones por puestos, personal, cargos

**Tabla N° 21: Descripción de puestos**

Trabajador	Funciones	Utilización de herramientas	Perfil del trabajo
<b>Gerente General</b>	<p>Desarrollar metas a mediano y largo plazo para cada unidad de la Empresa. Evaluar el desempeño y cumplimiento de metas.</p> <p>Buscar mejoras y nuevas oportunidades para que la empresa obtenga mayor competitividad.</p> <p>Diseño, aplicación y seguimiento de estrategias.</p> <p>Coordinación y supervisión de unidades de la empresa.</p> <p>Colaborar con otras funciones afines</p>	Equipo de computación, telefonía, internet.	Título a nivel licenciatura en Administración de Empresas.
<b>Secretaria</b>	<p>Organizar y llevar el control de la agenda de visitas a los clientes nuevos.</p> <p>Realizar transcripciones y controlar la documentación.</p> <p>Confecionar cartas, informes,</p>	Equipo de computación, telefonía, internet.	Título a nivel técnico en Secretaría Ejecutiva.



	<p>contratos, facturas y otros.</p> <p>Coordinar con los maestros jardineros los horarios y números de casas por día.</p> <p>Ofrecer los servicios de la empresa.</p> <p>Coordinar con proveedores materiales requeridos por diseñador y/o maestro jardinero.</p> <p>Convocar a reuniones con autorización y petición del inmediato superior.</p> <p>Colaborar con otras funciones afines.</p>		
<b>Maestro Jardinero</b>	<p>Realizar presupuesto para mantenimiento de cada jardín (Anexo N°3).</p> <p>Organizar a los auxiliares de jardinería.</p> <p>Delegar tareas a los auxiliares de jardinería.</p> <p>Controlar el trabajo efectuado.</p> <p>Hacer cumplir el diagrama de flujo.</p> <p>Realizar Procedimiento de evaluación del personal de forma mensual.</p> <p>Capacitar al personal nuevo.</p> <p>Informar sobre reclamos y sugerencias de los clientes.</p> <p>Llenar formulario semanal sobre estado de máquinas y movilidad (Anexo N°1).</p> <p>Realizar procedimientos de evaluación a los trabajadores (Anexo N° 2).</p> <p>Colaborar con otras funciones afines.</p>	<p>Maquinarias, herramientas, movilidad.</p>	<p>Bachiller, con licencia de conducir categoría A.</p>
<b>Ayudante de Jardinería</b>	<p>Realizar tareas encomendadas por el maestro jardinero.</p> <p>Colaborar con otras funciones afines.</p>	<p>Maquinarias, herramientas bajo supervisión.</p>	<p>Bachiller</p>



<b>Diseñador</b>	Diseñar jardines implementando naturales según el requerimiento del cliente. Organizar y dirigir al equipo contratado en diferentes tareas. Delegar tareas a los ayudantes de jardinería. Controlar la calidad y cumplimiento de los trabajos. Realizar presupuesto según material a utilizar, personal y posibles costos extra (AnexoN°4 y 5). Colaborar con otras funciones afines.		Estudios en diseño de exteriores.
------------------	--	--	-----------------------------------

**Fuente:** Elaboración propia

### 3.3. Estudios de tiempo por proceso

El estudio de tiempo se realizará según cada línea de servicio:

**Primera línea de servicios:** La determinación de tiempos para el mantenimiento de jardines varía según el tamaño, la dificultad; es por esta razón que se realizó tres cuadros con un tiempo aproximado de cada tarea a realizarse de forma diaria para un buen servicio.

Cada tamaño de jardín variará en el número de ayudantes de jardinería a necesitarse, ya que para una casa grande se requiere más tiempo a comparación con una casa pequeña que el trabajo lo puede hacer solo una persona.

**Tabla N° 22: Primera línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Pequeña (10 a 20 mtrs <sup>2</sup> )
N° personal necesario	1
Descripción	<b>Tiempo</b>
Cortar césped	Cronometro 00:10:00
Dar formas a arbustos	Cronometro 00:05:00
Cortar flores, plantas y	Cronometro



otros	00:05:00
Deshierbar	Cronometro
	00:05:00
Barrer	Cronometro
	00:10:00
Remover tierra	Cronometro
	00:10:00
Regar	Cronometro
	00:10:00
Limpiar	Cronometro
	00:10:00
<b>Total tiempo</b>	<b>01:05:00</b>

Los jardines de un tamaño pequeño no necesitan más de un ayudante de jardinería para realizar el trabajo, se debe terminar el servicio en un tiempo aproximado de 1 hora con 5 minutos.

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

**Tabla N° 23: Primera línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Mediana (21 a 30 mtrs <sup>2</sup> )
N° personal necesario	2
<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
Cortar césped	Cronometro
	00:15:00
Dar formas a arbustos	Cronometro
	00:10:00
Cortar flores, plantas y otros	Cronometro
	00:10:00
Deshierbar	Cronometro
	00:10:00
Barrer	Cronometro
	00:20:00
Remover tierra	Cronometro
	00:15:00
Regar	Cronometro
	00:20:00
Limpiar	Cronometro
	00:10:00
<b>Total tiempo</b>	<b>01:50:00</b>
<b>Total tiempo con división de trabajo</b>	<b>00:55:00</b>

Los jardines de tamaño mediano necesitan dos ayudantes de jardinería reduciendo de esta forma el tiempo para realizar el trabajo, es decir si una persona necesita 1 hora con 50 minutos, dos personas que se dividirán las tareas terminaría en 55 minutos.

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.



**Tabla N° 24: Primera línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Grande (31 a 40 mtrs <sup>2</sup> )
Nº personal necesario	3
<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
Cortar césped	Cronometro 00:20:00
Dar formas a arbustos	Cronometro 00:10:00
Cortar flores, plantas y otros	Cronometro 00:15:00
Deshierbar	Cronometro 00:15:00
Barrer	Cronometro 00:20:00
Remover tierra	Cronometro 00:15:00
Regar	Cronometro 00:30:00
Limpiar	Cronometro 00:12:00
Total tiempo	<b>02:02:00</b>
Total tiempo con división de trabajo	<b>00:40:40</b>

Los jardines de tamaño grande necesitan tres ayudantes de jardinería reduciendo de esta forma el tiempo para realizar el trabajo, es decir si una persona necesita 2 horas con 2 minutos, tres personas terminarán el trabajo en 40 minutos.

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

**Segunda línea de servicios:** Los tiempos en los que se realizarán los diseños y rediseños varían según el tipo de decoración a realizarse y al igual que la anterior línea se dividirá según el tamaño del terreno a trabajarse.

**Tabla N° 25: Segunda línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Pequeña 10 a 20 mtrs <sup>2</sup>
Nº personal necesario	2



Descripción	Tiempo
Marcación de diseño	Cronometro
	00:15:00
Preparación de terreno	Cronometro
	00:20:00
Rellenar con abono y tierra	Cronometro
	00:35:00
Plantar según diseño	Cronometro
	00:30:00
Decorar con piedras y otros elementos	Cronometro
	00:20:00
Decorar con Rocas	Cronometro
	00:15:00
Regar	Cronometro
	00:20:00
Limpiar	Cronometro
	00:20:00
<b>Total tiempo</b>	<b>02:55:00</b>

En terrenos pequeños el diseño o rediseño de jardines se puede terminar en un tiempo promedio de 2 horas y 55 minutos, contratando dos ayudantes de jardinería.

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

**Tabla N° 26: Segunda línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Mediana 21 a 30 mtrs <sup>2</sup>
N° personal necesario	3
Descripción	Tiempo
Marcación de diseño	Cronometro
	00:15:00
Preparación de terreno	Cronometro
	00:25:00
Rellenar con abono y tierra	Cronometro
	00:45:00
Plantar según diseño	Cronometro
	00:40:00
Decorar con piedras y otros elementos	Cronometro
	00:30:00
Decorar con Rocas	Cronometro

Los jardines de tamaño mediano necesitan tres ayudantes de jardinería llegarían a necesitar 3 horas y 28 minutos para realizar el diseño o rediseño aproximadamente.





	00:20:00
Regar	Cronometro
	00:30:00
Limpiar	Cronometro
	00:20:00
Total tiempo	03:45:00

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

**Tabla N° 27: Segunda línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Grande 31 a 40 mtrs <sup>2</sup>
N° personal necesario	4
Descripción	<b>Tiempo</b>
Marcación de diseño	Cronometro
	00:18:00
Preparación de terreno	Cronometro
	00:25:00
Rellenar con abono y tierra	Cronometro
	01:15:00
Plantar según diseño	Cronometro
	01:00:00
Decorar con piedras y otros elementos	Cronometro
	01:10:00
Decorar con Rocas	Cronometro
	00:40:00
Regar	Cronometro
	01:00:00
Limpiar	Cronometro
	00:30:00
Total tiempo	06:18:00

Los jardines de tamaño grande necesitan mayor número de personas para el trabajo, con un aproximado de 6 horas y 18 minutos.

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

**Tercera línea de servicios:** Al igual que los anteriores servicios existe una variación según el tamaño del terreno a tepearse, no se hizo un estudio de tiempo del sembrado de jardín ya



que existen variables determinantes como ser: La estación del año, el terreno, la humedad del suelo y el tamaño.

**Tabla N° 28: Tercera línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Pequeña 10 a 20 mtrs <sup>2</sup>
Nº personal necesario	2
<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
Preparación de terreno	Cronometro
	01:00:00
Colocado de tepes	Cronometro
	03:00:00
Descanso	Cronometro
	00:30:00
Recubrir con abono	Cronometro
	00:30:00
Regar	Cronometro
	01:00:00
Limpiar	Cronometro
	00:30:00
<b>Total tiempo</b>	<b>06:00:00</b>

Los jardines de tamaño mediano necesitan tres ayudantes de jardinería llegarían a necesitar 3 horas y 28 minutos para realizar el diseño o rediseño aproximadamente.

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

**Tabla N° 29: Tercera línea de servicio**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Mediano 21 a 30 mtrs <sup>2</sup>
Nº personal necesario	3
<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
Preparación de terreno	Cronometro
	01:30:00
Colocado de tepes	Cronometro
	04:00:00
Descanso	Cronometro
	01:00:00



Recubrir con abono	Cronometro
	00:30:00
Regar	Cronometro
	01:15:00
Limpiar	Cronometro
	00:30:00
Total tiempo	07:45:00

Los tepeados de jardines medianos tardan un promedio de 7 horas y 45 minutos aproximadamente con tres trabajadores.

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

**Tabla N° 30: Tercera línea de servicios**

Unidad:	Operativa
Tamaño	Grande 31 a 40 mtrs <sup>2</sup>
Nº personal necesario	4
<b>Descripción</b>	<b>Tiempo</b>
Preparación de terreno	Cronometro
	02:00:00
Colocado de tepes	Cronometro
	05:00:00
Descanso	Cronometro
	01:30:00
Recubrir con abono	Cronometro
	00:40:00
Regar	Cronometro
	01:30:00
Limpiar	Cronometro
	00:30:00
Total tiempo	09:40:00

El tiempo promedio para realizar el tepeado de césped es de un día de trabajo y medio con cuatro o más trabajadores.



**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.


### 3.4. Soporte tecnológico<sup>16</sup>

Para ofrecer los diferentes servicios VINKA necesitará de la tecnología para facilitar gran parte del trabajo, como parte de la maquinaria se precisará

<sup>16</sup> (Carlos M. Torrecilla, 1998)

**Tabla N° 31: Maquinaria**

MAQUINARIA	
<p><b>Cortadores de césped a gasolina:</b> Esta máquina es la más indispensable a la hora de mantener en buen estado el césped, es de fácil manejo ya que se desliza mediante ruedas.</p> <p><b><u>Proveedor:</u></b></p> <p><b>Empresa:</b> Hansa Ltda.</p> <p><b>Marca:</b> Husqvarna HU700F</p> <p><b>Especificaciones técnicas:</b> Cortacésped autopropulsado de alta capacidad, equipado con una amplia y robusta plataforma de corte de acero y motor honda de fácil arranque. Grandes ruedas traseras dan una fácil maniobrabilidad. Además, cuenta con TrioClip, velocidad variable de unidad y un colector extra grande.</p> <p><b>Precio:</b> 5.000.19 Bs.</p> <p><b>Garantía:</b> 2 años</p> <p><b>Vida útil estimada:</b> 8 años</p>	
<p><b>Desbrozadora de hilo:</b> esta máquina siega la maleza del jardín. Resulta muy adecuada para perfilar el césped y las zonas a las que la segadora no puede acceder.</p> <p><b><u>Proveedor:</u></b></p> <p><b>Empresa:</b> Hansa Ltda.</p> <p><b>Marca:</b> Husqvarna 128R</p> <p><b>Especificaciones técnicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencia: 2.85 HP</li> <li>• Cilindrada: 45.7 cc</li> <li>• Revoluciones del motor: 9500 rpm</li> <li>• Peso: 8.7 kg</li> </ul> <p><b>Precio:</b> 2.200,22 Bs.</p> <p><b>Garantía:</b> 1 año</p> <p><b>Vida útil estimada:</b> 8 años</p>	

<p><b>Motosierra:</b> Es una herramienta de envergadura que funciona con electricidad o con motor de explosión, se utiliza para podar los árboles.</p> <p><b><u>Proveedor:</u></b></p> <p><b>Empresa:</b> Hansa Ltda.</p> <p><b>Marca:</b> Husqvarna 236 e</p> <p><b>Especificaciones técnicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Potencia: 1.4 KW</li> <li>• Cilindrada: 38.2 cc</li> <li>• Longitud de espada: 18"</li> <li>• Paso de cadena: 3/8"</li> <li>• Cantidad de dientes: 36 dientes</li> <li>• Peso s/equipamiento de corte: 6.1 kg</li> </ul> <p><b>Precio:</b> 2.610,64 Bs.</p> <p><b>Garantía:</b> 2 años</p> <p><b>Vida útil estimada:</b> 8 años</p>	
--	---

**Fuente:** Elaboración propia, en base a experiencia previa en el rubro.

La maquinaria se comprará de la Empresa HANSA Ltda. ya que importan a Bolivia los productos de Husqvarna que tienen gran resistencia y fuerza en el motor, también por ser productos americanos, asimismo presentan grandes rebajas ciertas temporadas de hasta el 20%, además de otras ventajas como la garantía.

Como parte del proceso del servicio se debe mencionar también el uso de herramientas necesarias para el rubro como:

**Tabla N° 32: Herramientas**

<b>HERRAMIENTAS</b>	
<b>HERRAMIENTAS PARA EXTERIOR</b>	
<p><b>Pulverizador:</b> Se emplea para aplicar los herbicidas.</p> <p><b><u>Proveedor:</u></b></p>	

<p><b>Empresa:</b> Hansa Ltda.</p> <p><b>Marca:</b> Husqvarna 325S25</p> <p><b>Especificaciones técnicas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Potencia:</b> 1.1 hp, <b>Cilindrada:</b> 25.4 cm<sup>3</sup></li> <li>• <b>Tanque de combustible:</b> 0.6 lit.</li> <li>• <b>Capacidad tanque agroquímicos:</b> 25 lit.</li> <li>• <b>Descarga líquida:</b> 4.8 lit./min</li> <li>• <b>Cobertura horizontal:</b> 12m/39.4 pies</li> <li>• <b>Numero de boquillas:</b> 3</li> <li>• <b>Peso:</b> 9.8 kg</li> </ul> <p><b>Precio:</b> 3.449,02 Bs.</p> <p><b>Garantía:</b> 1 año</p> <p><b>Vida útil estimada:</b> 4 años.</p>	
<p><b><u>Proveedor</u></b></p> <p><b>Empresa:</b> Empresa Importadora de herramientas y maquinaria en general.</p> <p><b>Marca:</b> No específica</p> <p><b>Lugar de compra:</b> Ciudad de El Alto, Av. 6 de Marzo calle 5</p> <p><b>Garantía:</b> No presentan garantías.</p>	
<p><b>Picota de mano (Chontilla):</b> Mango de madera que finaliza con un pequeño pico.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 40 c/u</p> <p><b>Deshierbador:</b> Se utiliza para eliminar las malas hierbas, aunque también sirve para romper la costra superficial del terreno.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 20 c/u</p>	

<p><b>Trasplantador:</b> Es una pequeña pala en forma de cuchara que se utiliza para hacer trasplantes en las jardineras y macetas.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 20 c/u</p> <p><b>Tridente:</b> Sirve para soltar y mullir la tierra alrededor de las plantas.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 15 c/u</p> <p><b>Pala plana:</b> Es fundamental para plantar y trasplantar como para voltear la tierra.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 50 c/u</p> <p><b>Rastrillo:</b> Instrumento de mango largo que termina en púas perpendiculares para recoger hierva.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 30 c/u</p> <p><b>Manguera:</b> tubo hueco flexible diseñado para transportar agua.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 120 c/u</p> <p><b>Escoba de jardinero:</b> Para barrer las hojas secas del piso y otros.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 20 c/u</p> <p><b>Basureros:</b> Para recoger las hojas secas y otros.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 15 c/u</p>	
--	--

**Proveedor:**

**Empresa:** Empresa Importadora de herramientas y maquinaria en general.

**Marca:** No específica

**Lugar de compra:** Ciudad de El Alto, Av. 6 de Marzo calle 5

**Garantía:** No presentan garantías.

**Vida Útil:** 4 años



**HERRAMIENTAS DE CORTE**

**Tijeras clásicas de jardinero:** Es el modelo tradicional, con dos hojas curvas, que se utiliza con una mano. Su diseño ergonómico reduce el esfuerzo al mínimo.

**Precio:** Bs 100 c/u

**Tijera de setos o cizalla:** Resulta adecuado para la poda de setos y pequeños arbustos. Sus mangos fuertes y las hojas anchas y alargadas retienen la rama podada una vez practicado el corte.


**Precio:** Bs 100 c/u

**Podadera:** Permite cortar limpiamente ramas de hasta 45 milímetros de diámetro sin esfuerzo. Gracias a sus largos brazos, tiene gran potencia y una mayor accesibilidad para el corte de las ramas altas.

**Precio:** Bs 80 c/u






<p><b>Proveedor</b></p> <p><b>Empresa:</b> Empresa Importadora de herramientas y maquinaria en general.</p> <p><b>Marca:</b> No específica</p> <p><b>Lugar de compra:</b> Ciudad de El Alto, Av. 6 de Marzo calle 5</p> <p><b>Garantía:</b> No presentan garantías.</p> <p><b>Vida Útil:</b> 4 años</p>	
---	---

**Fuente:** Elaboración Propia.

**Tabla N° 33: Vehículo**

VAGONETA	
<p>Vehículo muy útil para cualquier tipo de negocio que te permite llevar gran cantidad de peso posee demasiado espacio para las máquinas y trabajadores.</p>	
<p><b><u>Proveedor:</u></b></p> <p><b>Empresa:</b> Imcruz</p> <p><b>Marca:</b> Camioneta Suzuki Carry</p> <p>Año 2018</p> <p><b>Especificaciones Técnicas:</b></p> <p><b>Cilindrada</b> 1590cc</p> <p><b>Tracción</b> 4x2 (simple)</p> <p><b>Numero de ruedas</b> 4</p> <p><b>Numero de puertas</b> 2</p> <p><b>Capacidad de carga</b> 9 tn.</p> <p><b>Color</b> Plata</p> <p><b>Número de plazas</b> 2</p> <p><b>Combustible</b> Gasolina</p> <p><b>Tipo chasis</b> Combinado</p> <p><b>Tipo motor</b> Inyección</p> <p><b>Peso</b> 1115 Kg.</p> <p><b>Precio:</b> Bs. 112000</p> <p><b>Garantía:</b> 3 años</p> <p><b>Vida Útil:</b> 5 años.</p>	

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de Empresa IMCRUZ



### 3.5. Insumos

**Tabla N° 34: Insumos básicos para las tres líneas de servicio**

PRIMERA LÍNEA DE SERVICIOS						
INSUMOS (Bs.)						
Detalle	Proveedor	Unidad	Cantidad	Precio unitario de compra	Total mensual	Total Anual
Gasolina para maquinas	Gasolinera CARSUR S:A.	Litros	30,00	3,50	105,00	1.260,00
Hilo para desbrozadora		Rollo	2,00	70,00	140,00	1.680,00
Gasolina para movilidad	Gasolinera CARSUR S:A.	Litros	200,00	3,50	700,00	8.400,00
Fertilizantes	Aborna Importadora	Libra	2,00	20,00	40,00	480,00
<b>TOTALES</b>					<b>985,00</b>	<b>11.820,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia. En base a precios del mercado.

Los insumos de la tabla N° 16 serán los insumos básicos para las tres líneas de servicio ya que los materiales a utilizar de la segunda y tercera línea son a cotización y varían según el tamaño del terreno y el tipo de decoración que desean los clientes.

**Tabla N° 35: Insumos variables según cotización**

SEGUNDA LÍNEA DE SERVICIOS *			
Detalle	Proveedor	Unidad	Precio unitario de compra
<b>Insumos</b>			
Abono, turba	Sra. Celia Quispe	Cubo	180,00
Tierra	Personas que realizan lavado de tierra.	Cubo	180,00
Rocas		Cubo	400,00
Piedras		Saco	150,00
Plantas, flores, arbustos, etc.	Vivero Emaverde y Vivero Ecológico	Varía desde de 2 a 100 bs	
*PRECIO DISPUESTO A PRESUPUESTO			

**Fuente:** Elaboración propia base, experiencia previa en el rubro.



**Tabla N° 36: Insumos variables según cotización**

<b>TERCERA LINEA DE SERVICIOS**</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio unitario de compra</b>
<b>Insumos</b>			
<b>Abono</b>	Sra. Celia Quispe	Cubo	180,00
<b>Tepes (Pasto Silvestre)</b>		Cubo	180,00
<b>Tierra</b>	Personas lavan tierra en el rio Irpavi	Kilo	100,00
<b>Semillas</b>	Aborna Importadora	m2	30,00
*PRECIO DISPUESTO A PRESUPUESTO			

**Fuente:** Elaboración propia.

Los insumos en las tablas N° 16, 17 son los precios actuales por unidad de los materiales a utilizarse al realizar esos servicios y de los que se basa para determinar el precio final para el cliente.

### 3.6. Ropa de trabajo

#### Esquema N° 9: Uniforme de Trabajo



##### **Botas de goma**

- Precio por unidad de Bs. 60
- Proveedor: Empresa Litoral Empresa de ropa de trabajo y seguridad industrial. Oficina Av. Illimani N° 1837 Miraflores.



##### **Overol**

- Precio por unidad de Bs. 60
- Proveedor: Empresa Litoral Empresa de ropa de trabajo y seguridad industrial. Oficina Av. Illimani N° 1837 Miraflores



##### **Guantes**

- Precio por unidad de Bs. 10
- Proveedor: Empresa Litoral Empresa de ropa de trabajo y seguridad industrial. Oficina Av. Illimani N° 1837 Miraflores



##### **Sombrero**

- Precio por unidad de Bs. 25
- Proveedor: Empresa Litoral Empresa de ropa de trabajo y seguridad industrial. Oficina Av. Illimani N° 1837 Miraflores



##### **Gafas de seguridad**

- Precio por unidad de Bs. 30.-
- Proveedor: Empresa Litoral Empresa de ropa de trabajo y seguridad industrial. Oficina Av. Illimani N° 1837 Miraflores



##### **Casco de seguridad**

- Precio por unidad de Bs. 30.-
- Proveedor: Empresa Litoral Empresa de ropa de trabajo y seguridad industrial. Oficina Av. Illimani N° 1837 Miraflores



##### **Arnés de seguridad**

- Precio por unidad de Bs. 210.-
- Proveedor: Empresa Litoral Empresa de ropa de trabajo y seguridad industrial. Oficina Av. Illimani N° 1837 Miraflores



##### **Barbijo N° 95**

- Precio por paquete a Bs. 75.-
- Proveedor: Super farmacia Virgen de Copacabana C. 17 N° 6315 Zona Obrajes

**Fuente:** Elaboración propia.


### 3.7. Proveedores

VINKA tendrá alianzas estratégicas con sus proveedores principales:

- ✓ Proveedores de Turba y abono: Descuentos por cubo de turba y abono para reducir costos y precio final para el cliente.
- ✓ Proveedores de piedras decorativas: Buscar mejor proveedor y realizar pedidos por mayor.
- ✓ Viveros: Realizar alianza estratégica con vivero, pasar lista de plantas más utilizadas por la empresa y obtener descuentos únicos.

**Tabla N° 37: Proveedores**

	Medida	Bs	Descripción del Proveedor	
<b>Turba y Abono</b>	Cubo	180	Sra. Celia: Puesto N° 1 de venta en la Av. Tomas	
<b>Tepes</b>	M2	30	Murillo de la zona de Calacoto, quien cuenta con su propio camión donde transporta la materia según pedido del cliente.	
<b>Tierra</b>	Cubo	180	Personas que realizan lavado de arena en el río Irpavi.	
<b>Piedras</b>	Cubo	400		
<b>Rocas</b>	Saco	150		
<b>Plantas, flores, arbustos, arboles, etc.</b>	Unidad	2-100	Vivero de Emaverde: Vivero ubicado Av. Hernan Siles Zuazo, Zona de Aranjuez, cuentan con dos áreas productivas, entre invernaderos, semisombra y	

			pleno sol, con una capacidad de producción de 3.000.000 de plantines anual. Vivero Ecológico: Vivero ubicado en la Zona de Chasquipampa, final calle 60 N° 42, cuenta con un área productiva invernadero y semisombra.	
<b>Semillas</b>	Kilo	100	Aborna Importadora: Av.	
<b>Fertilizantes</b>	Libra	20	Montes N ° 775 Edificio Colonial Piso 2 Oficina 21	
<b>Gasolina</b>	Litro	3.50	Gasolinera CARSUR S.A.	
<b>Hilo para desbrozadora</b>	Rollo	70	Puestos de venta en la calle Gallardo zona central.	

**Fuente:** Elaboración propia, basado en investigación de campo.

**Personas naturales:** Las especificaciones de los proveedores no es posible por tratarse de personas naturales o sus comercios pertenecen al régimen simplificado, fiándonos de la experiencia previa en el rubro se pudo elegir proveedores con precios bajos y con productos de calidad.

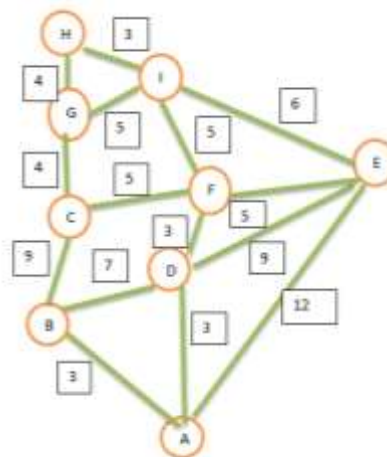
### 3.8. Logística y distribución

VINKA SRL se deberá organizar por día para poder brindar su gama de servicios, primero debe agrupar casas según límites de calles, tomando en cuenta las casas que sean cercanas para distribuir al personal y las herramientas, optimizando tiempo.

Como se determinó la primera línea como el servicio que contará con mayor demanda necesitará aplicar un estudio de tiempo según distancia de casas. Por ejemplo: Se agruparán y enumerarán las casas en calles cercanas para el día lunes.



Se marcarán las casas previstas para determinados días y se realizará una red con tiempos que se utilizará para llegar a las casas marcadas.



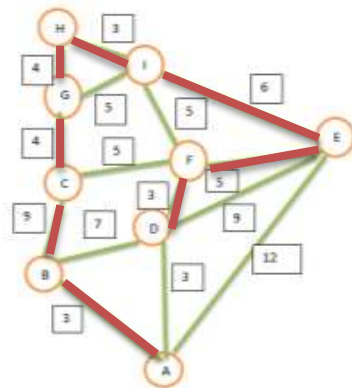
Posteriormente se sumarán los diferentes números según los nodos y se obtendrá el de menor tiempo que recorrerá toda la red.

$$A+B+C+G+H+I+F+D+E= 3+9+4+4+3+5+3+9= 40$$

$$A+B+C+G+H+I+E+F+D= 3+9+4+4+3+6+5+3 = 37$$

$$A+E+I+F+D+B+C+G+H= 12+6+5+3+7+9+4+4=50$$





La líneas rojas demuestran la ruta a recorrer el Maestro Jardinero el día lunes para llegar a las ocho casas desde un punto A en el menor tiempo que es 37 minutos, donde se le sumaran los tiempos que se necesitan para brindar los servicios según el tamaño del terreno, como se especificó en el anterior punto.

### 3.9. Localización

Para la localización de la oficina se tomará en cuenta la zona donde viven los clientes, esto para comodidad de ellos y una mayor contratación de servicios.



#### 3.9.1. Macrolocalización

Vinka se ubicará en el Macrodistrito Sur, en la avenida de ingreso a la zona de Achumani, en plena Av. Rosendo Gutierrez y Javier del Granado, a cuerdas del Hipermaxi, la misma que tendrá un tema de decoración respecto a la naturaleza, con plantas decorativas.



**Tabla N° 38: Macrolocalización**

MACROLOCALIZACIÓN				
Nro.	Variable	Ponderación	Zona Sur	Centro
1	Ubicación del cliente	100	80	20
2	Disponibilidad de servicios básicos	100	50	50
3	Precio del alquiler.	100	60	40



4	Localización de proveedores	de	100	50	50
<b>TOTALES</b>				240	160

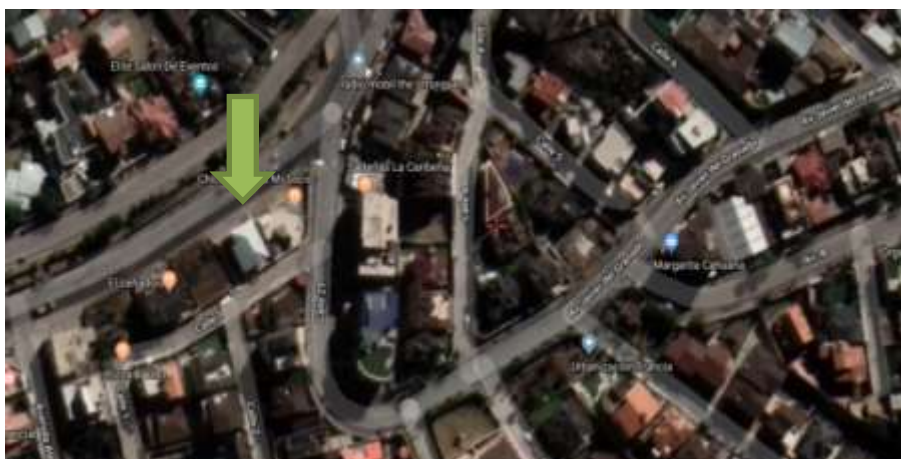
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla N° 39: Microlocalización**

MICROLOCALIZACIÓN				
Nro.	Variable	Ponderación	Achumani	San Miguel
1	Ubicación del cliente	100	80	20
2	Disponibilidad de servicios básicos	100	50	50
3	Precio del alquiler.	100	60	40
4	Localización de proveedores	100	50	50
<b>TOTALES</b>			240	160

**Fuente:** Elaboración propia.

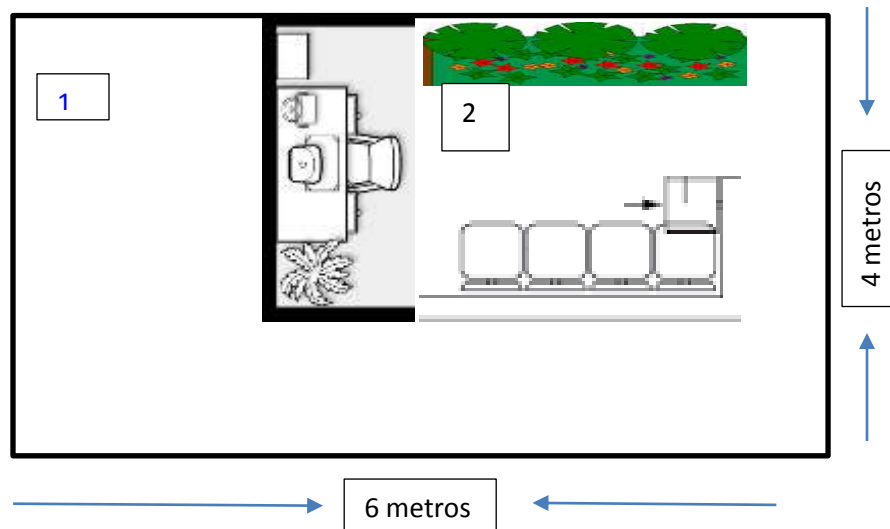
**Imagen N° 13: Vista Satelital Achumani**



**Fuente:** Vista Satelital.

### 3.9.2. Distribución Oficina

Imagen N° 14: Layout



1. Depósito para guardar maquinaria y herramientas (2x4 metros)
2. Oficina (4x4 metros)

### 3.10. Personal y Organización de la empresa

Vinka estará conformado por 6 personas en sus primeros años: Personal administrativos, Un gerente general y una secretaria, en cuanto el personal operativo, Un Maestro jardinero y tres ayudantes de jardinería y por último el personal eventual, Un diseñador y personal operativos eventuales, cada uno muy importante para el capital humano de la empresa.

La jornada de trabajo serán de 8 horas diarias el ingreso será en verano y primavera a las 8:00 am-12:00 pm y de 14:00 -18:00; en época de frío de 9:00 am- 13:00 y de 14:00 -18:00 de lunes a sábado hasta medio día.

## Personal Administrativo



### Gerente General

- Encargado de direccionar todos los esfuerzos del personal hacia las metas y objetivos de la empresa.



### Secretaria

- Se encargará de realizar los contratos predeterminados, agendará citas con los clientes para la correspondiente cotización y otros.

## Personal Operativo:



### Mestro Jardinero

- En la parte operativa es el más importante ya que se encargará de supervisar el trabajo de los ayudantes de jardinería y colaborará en las metas propuestas.



### Ayudantes de Jardinería

- Debe cumplir básicamente con las tareas delegadas por el maestro jardinero.

## Personal eventual



### Diseñador

- Aun que es un personal eventual es importante para la empresa porque se encargará de realizar diseños según la necesidad y presupuesto del cliente, destacando la creatividad e innovación.

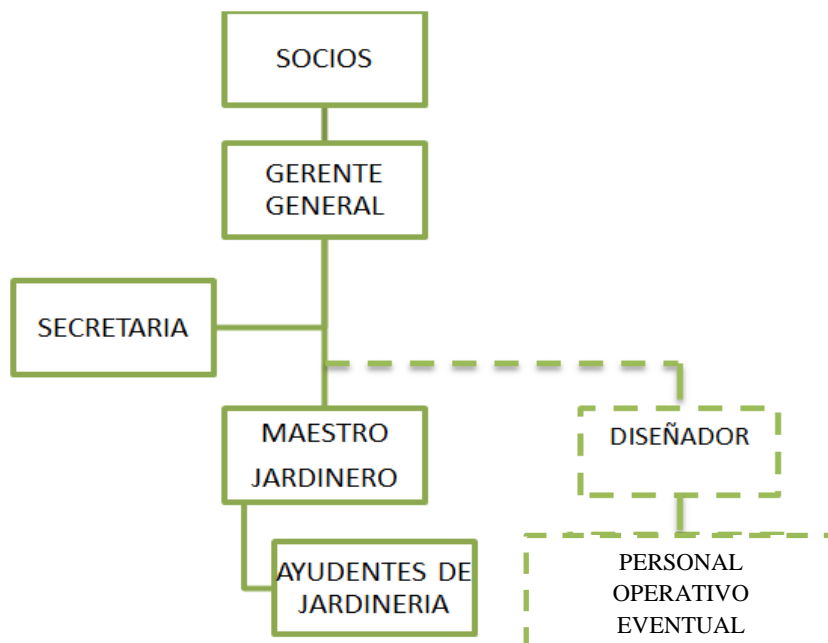


### Personal Operativo Eventual

- Dependientes del diseñador o maestro jardinero, realizar tareas encomendadas por los inmediatos superiores indicados.



### 3.10.1 Estructura y Organización de la Empresa



### 3.10.2. Manual de funciones

#### Personal administrativo:

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	GERENTE GENERAL
Número de Cargos	1
Reporta a	PROPIETARIO
REQUISITOS MINIMOS	
Requisitos de Formación	Título en Administración de Empresas.
Requisitos de Experiencia	Dos años de experiencia profesional relacionada en dirección de emprendimientos.
OBJETIVO PRINCIPAL	
Administrar y organizar la empresa para lograr la máxima utilidad.	
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar metas a mediano y largo plazo para cada unidad de la Empresa.</li> </ul>	



- Evaluar el desempeño y cumplimiento de metas.
- Buscar mejoras y nuevas oportunidades para que la empresa obtenga mayor competitividad.
- Diseño, aplicación y seguimiento de estrategias.
- Coordinación y supervisión de unidades de la empresa.
- Colaborar con otras funciones afines.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	SECRETARÍA
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	GERENTE GENERAL
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<b>Requisitos de Formación</b>	Secretariado Ejecutivo
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Un año en experiencia relacionada.
<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>	
<b>Colaborar al gerente General en las diferentes actividades de la empresa.</b>	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar y llevar el control de la agenda de visitas a los clientes nuevos.</li> <li>• Realizar transcripciones y controlar la documentación.</li> <li>• Confeccionar cartas, informes, contratos, facturas y otros.</li> <li>• Coordinar con los maestros jardineros los horarios y números de casas por día.</li> <li>• Ofrecer los servicios de la empresa.</li> <li>• Coordinar con proveedores materiales requeridos por diseñador y/o maestro jardinero.</li> <li>• Convocar a reuniones con autorización y petición del inmediato superior.</li> <li>• Colaborar con otras funciones afines.</li> </ul>	



**Personal operativo:**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	MAESTRO JARDINERO
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	GERENTE GENERAL
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<b>Requisitos de Formación</b>	Bachiller, con licencia A de conducir no excluyente
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Un año en trabajos similares.
<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>	
<b>Supervisar el trabajo de los ayudantes de jardinería.</b>	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar presupuesto para mantenimiento de cada jardín (Anexo N°3).</li> <li>• Organizar a los auxiliares de jardinería.</li> <li>• Delegar tareas a los auxiliares de jardinería.</li> <li>• Controlar el trabajo efectuado.</li> <li>• Hacer cumplir el diagrama de flujo.</li> <li>• Realizar Procedimiento de evaluación del personal de forma mensual.</li> <li>• Capacitar al personal nuevo.</li> <li>• Informar sobre reclamos y sugerencias de los clientes.</li> <li>• Llenar formulario semanal sobre estado de máquinas y movilidad (Anexo N°1).</li> <li>• Realizar procedimientos de evaluación a los trabajadores (Anexo N° 2).</li> <li>• Colaborar con otras funciones afines.</li> </ul>	

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	AYUDANTE DE JARDINERÍA
<b>Número de Cargos</b>	3
<b>Reporta a</b>	MAESTRO JARDINERO
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	



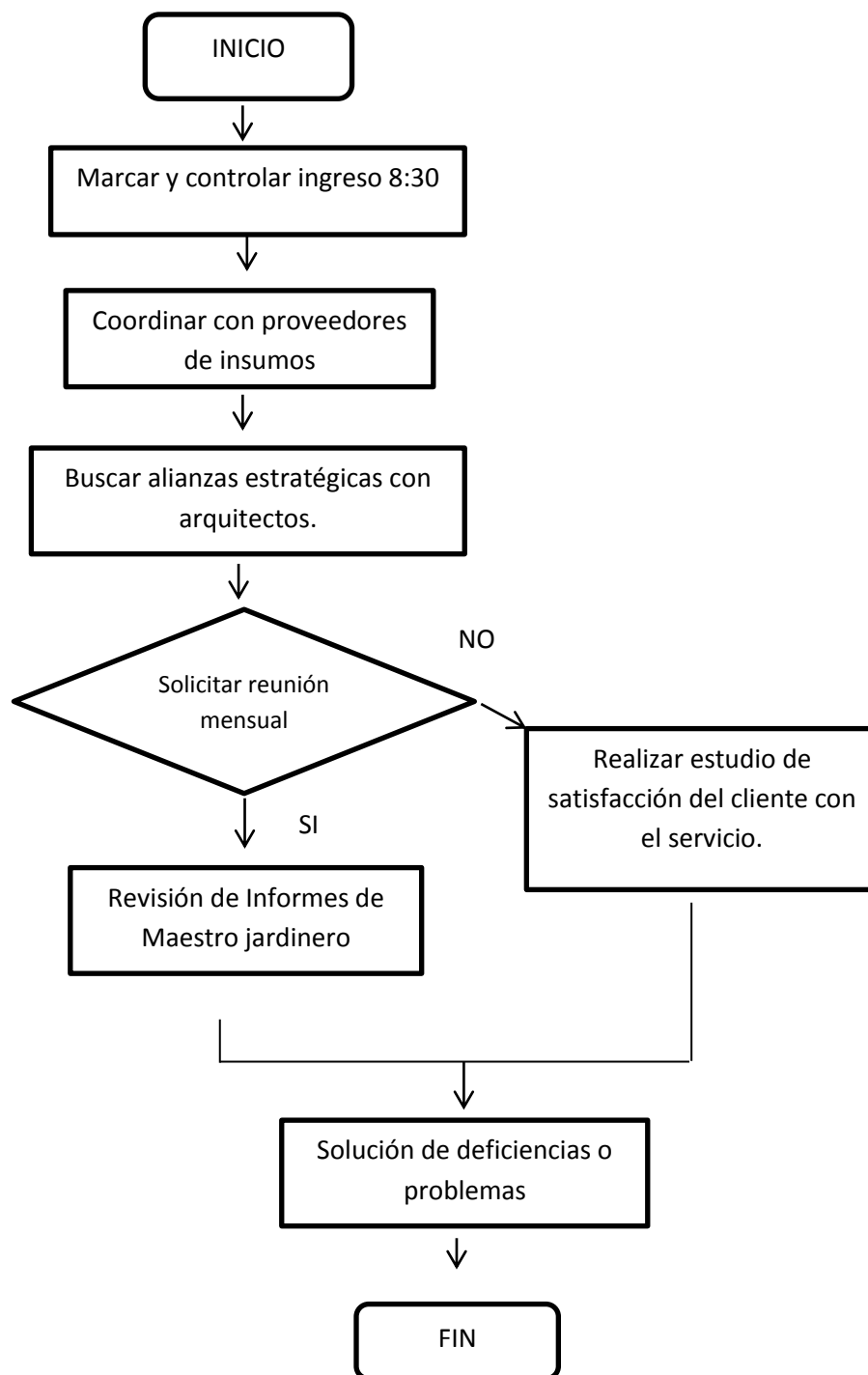
<b>Requisitos de Formación</b>	Bachiller
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Con o Sin experiencia
<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>	
<b>Cumplir con tareas delegadas por el maestro jardinero.</b>	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar tareas encomendadas por el maestro jardinero.</li> <li>• Colaborar con otras funciones afines.</li> </ul>	

### Personal operativo eventual

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	DISEÑADOR DE EXTERIORES
<b>Número de Cargos</b>	1
<b>Reporta a</b>	Gerente General
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
<b>Requisitos de Formación</b>	Estudio en Diseño de Exteriores
<b>Requisitos de Experiencia</b>	Dos años de Experiencia
<b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>	
<b>Realizar diseños según la necesidad y presupuesto del cliente, destacando la creatividad e innovación.</b>	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar jardines implementando naturales según el requerimiento del cliente.</li> <li>• Organizar y dirigir al equipo contratado en diferentes tareas.</li> <li>• Delegar tareas a los ayudantes de jardinería.</li> <li>• Controlar la calidad y cumplimiento de los trabajos.</li> <li>• Realizar presupuesto según material a utilizar, personal y posibles costos extra (AnexoNº4 y 5).</li> <li>• Colaborar con otras funciones afines.</li> </ul>	

## DIAGRAMA DE FLUJO O FLUXOGRAMA

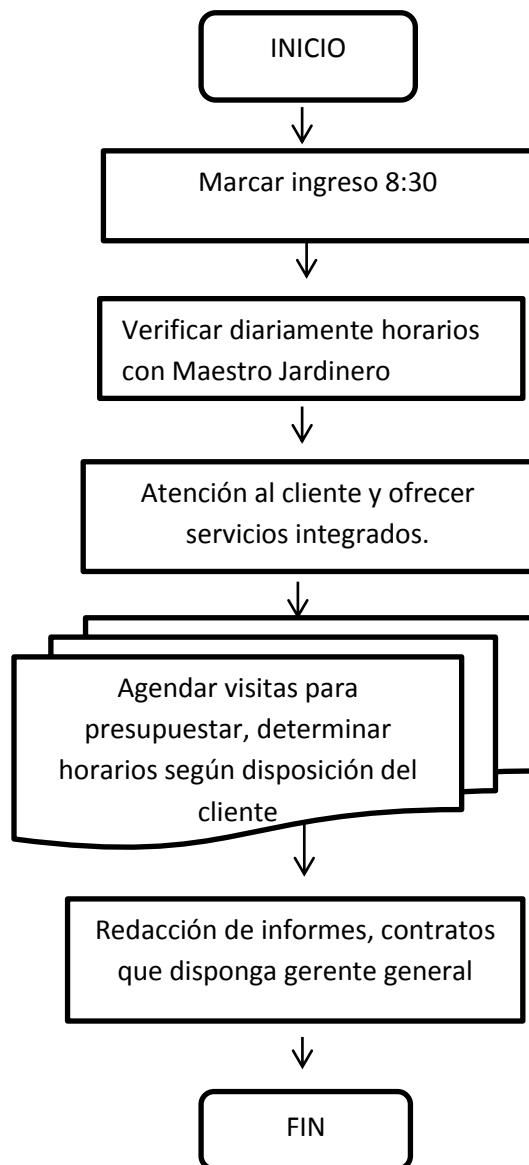
### GERENTE GENERAL





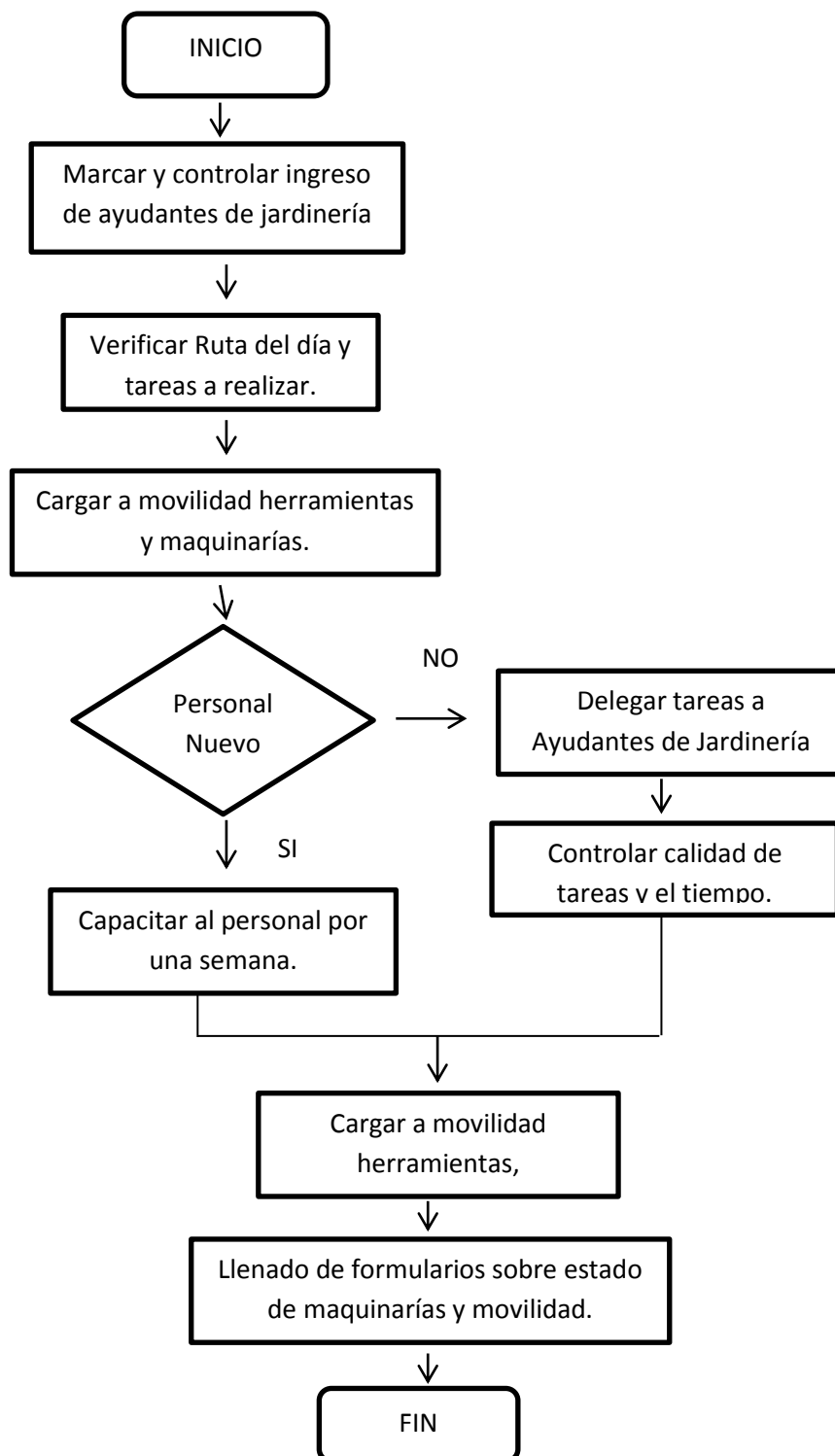
## DIAGRAMA DE FLUJO O FLUXOGRAMA

### SECRETARIA



## DIAGRAMA DE FLUJO O FLUXOGRAMA

### MAESTRO JARDINERO



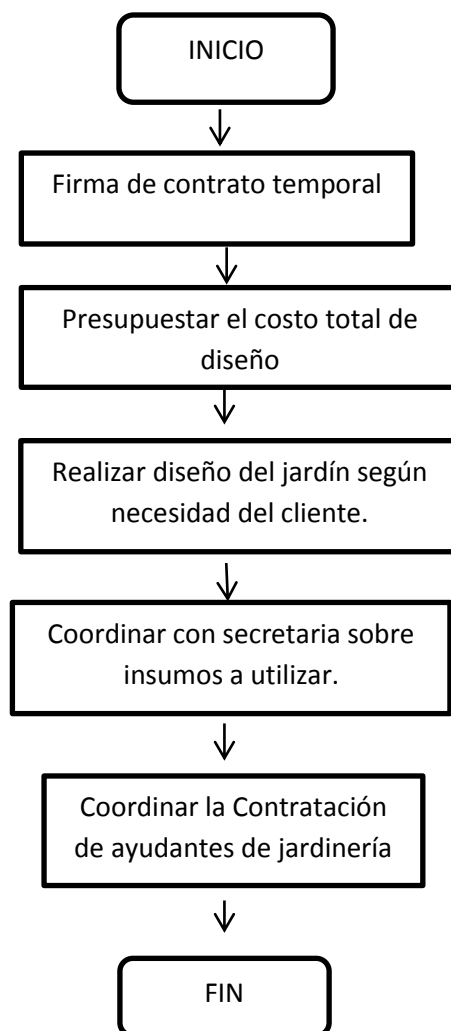
## DIAGRAMA DE FLUJO O FLUXOGRAMA

### AYUDANTE JARDINERO



## DIAGRAMA DE FLUJO O FLUXOGRAMA

### DISEÑADOR DE EXTERIORES



## 4. FINANZAS

### 4.1. Presupuesto de Inversión

Vinka S.R.L. invertirá el aporte de los socios en activos fijos necesarios para ofrecer los diferentes servicios descritos en el amplio del trabajo, el total de la inversión será de Bs. 145.000.- como se demuestra en la Tabla N° 28

La empresa financiará su inicio de actividades con aporte de capital propio de Bs. 145.000.- que estarán aportados dos socios uno mayoritario con el 60% y el otro socio con los restantes 40%

**Tabla N° 40: Presupuesto de inversión**

<b>PRESUPUESTO DE INVERSIÓN</b>		
<b>(Expresado en Bs.)</b>		
<b>Socios</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Bolivianos</b>
<b>Socio 1</b>	60%	87.000
<b>Socio 2</b>	40%	58.000
<b>N° socios 2</b>	100%	145.000

**Fuente:** Elaboración propia.

### Activos Fijos

Vinka invertirá inicialmente en activos fijos Bs. 141.146,72.- destinado gran parte del dinero a la compra de una movilidad, necesario para trasladar las maquinarias, herramientas y al personal para brindar el servicio correspondiente; también se invertirán maquinarias y herramientas para jardinería (Tabla N° 29)

Para el área administrativa se destinará a la compra de un escritorio, computadora, impresora y asientos para los clientes.

Como parte de este punto se decidió añadir los gastos de organización de la empresa, ya que considero una inversión inicial la constitución legal para poder empezar las actividades (Tabla N° 30)



**Tabla N° 41: Activos Fijos**

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario (Bs.)	Valor Total (Bs.)
<b>MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA</b>				<b>3.600,00</b>
Escritorio	Unidad	1	800,00	800,00
Juego de living	Unidad	1	2.600,00	2.600,00
Sillas	Unidad	2	100,00	200,00
<b>MAQUINARIA EN GENERAL</b>				<b>16.616,72</b>
Cortadores de cesped a gasolina (148 cc Mot. ByS)	Unidad	2	3.715,24	7.430,48
Desbrozadora de Hilo	Unidad	2	1.200,00	2.400,00
Desbrozadora de gasolina	Unidad	2	1.500,00	3.000,00
Motosierra (HN-3/8,61,5cc) Husqvarna	Unidad	1	3.786,24	3.786,24
<b>VEHICULOS AUTOMOTORES</b>				<b>112.000,00</b>
Vagoneta	Unidad	1	112.000,00	112.000,00
<b>HERRAMIENTAS EN GENERAL</b>				<b>4.930,00</b>
Picota de mano (Chontilla)	Unidad	3	40,00	120,00
Deshierbador	Unidad	3	20,00	60,00
Trasplantador	Unidad	3	20,00	60,00
Tridente	Unidad	3	15,00	45,00
Pala Plana	Unidad	3	50,00	150,00
Pulverizador	Unidad	1	3.200,00	3.200,00
Rastrillo	Unidad	2	25,00	50,00
Manguera	Unidad	2	120,00	240,00
Rastrillo	Unidad	2	30,00	60,00
Escoba de jardinero	Unidad	3	20,00	60,00
Basurero	Unidad	3	15,00	45,00
Tijeras clasicas de jardinero	Unidad	3	100,00	300,00
Tijera de setos o cizalla	Unidad	3	100,00	300,00
Podadera	Unidad	3	80,00	240,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				<b>4.000,00</b>
Computadora	Unidad	1	2.500,00	2.500,00
Impresora	Unidad	1	1.500,00	1.500,00
<b>TOTALES</b>				<b>141.146,72</b>

**Fuente:** Elaboración propia en base a cotización de precios en el mercado.

**Tabla N° 42: Gastos de Organización**

GASTOS DE ORGANIZACIÓN					
Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Años para amortizar	Costo anual a amortizar
Poder notarial	1	150,00	150,00	5	30,00
Testimonio de constitucion	1	400,00	400,00	5	80,00
FUNDEMPRESA	1	455,00	455,00	5	91,00
SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS	1	0	-	5	-
CAJA DE SALUD	5	100,00	500,00	5	100,00
AFPs		-	-	5	-
MINISTERIO DE TRABAJO	1	80,00	80,00	5	16,00
GAMLP	1	100,00	100,00	5	20,00
Senapi	1	1.000,00	1.000,00	5	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.685,00</b>	<b>5</b>	<b>537,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

## 4.2. Presupuesto de Operación

### 4.2.1. Costo de Producción

#### a) Materiales directos

Los insumos básicos presentados en la siguiente tabla formarán parte de los servicios ofrecidos, se denominan básicos ya que serán necesarios para las tres líneas de servicio, no están incluidos los demás insumos porque se requiere cada material según el tamaño del terreno, es decir son materiales que variarán según la cotización.



**Tabla N° 43: Insumos Básicos para las tres líneas de servicios**

INSUMOS (Bs.)					
Detalle	Unidad	Cantidad	Precio unitario de compra	Total mensual	Total Anual
Gasolina para maquinas	Litros	30,00	3,50	105,00	1.260,00
Hilo para desbrozadora	Rollo	2,00	70,00	140,00	1.680,00
Gasolina para movilidad	Litros	200,00	3,50	700,00	8.400,00
Fertilizantes	Libra	2,00	20,00	40,00	480,00
<b>TOTALES</b>				<b>985,00</b>	<b>11.820,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

**b) Mano de obra directa**

El personal operativo serán quienes interactúen de forma directa con el cliente y llegarán a ser muy importantes para la empresa, ya que parte del prestigio que se llegue a establecer en el mercado depende de los trabajadores.

El maestro jardinero será el encargado de la supervisión de las tareas, dará órdenes para que se realice un buen trabajo, es por ésta razón que se necesitará para éste puesto una persona que haya tenido experiencia previa en el rubro, que pueda guiar a los ayudantes de jardinería y a la vez los capacite.

Ayudantes de jardinería, la empresa necesitará tres ayudantes para llegar a cumplir con la meta de atender 50 casas por mes para la primera línea de servicios, para éste cargo no necesitamos personal con estudios superiores es por ésta razón que se optó por inscribirse al programa generación de empleo donde nos ayudarán con los gastos por un año.

Se incluirán otros gastos que son exigidos por el programa donde se debe capacitar al personal y ofrecer un estipendio por dos meses, como se demuestra en la siguiente tabla.





**Tabla N° 44: Personal Operativo**

**APORTE PATRONAL**

Cargo	Jornada trabajada	Horas Contratadas	Salario mensual	Caja Salud (10%)	Riesgo Común (1,71%)	Pro-vivienda (2%)	AFP (3%)	Indemnización (8.33%)
Maestro Jardinero	T/C	192	2.300,00	230	39,33	46	154,33	191,59
Ayudante Jardinero 1	T/C	192	1.485,00	PGE	PGE	PGE	PGE	171,60
Ayudante Jardinero 2	T/C	192	1.485,00	PGE	PGE	PGE	PGE	171,60
Ayudante Jardinero 3	T/C	192	1.485,00	PGE	PGE	PGE	PGE	171,60
<b>Total</b>		<b>768</b>	<b>6.626,00</b>	<b>6.626,00</b>	<b>39,33</b>	<b>46</b>	<b>154,33</b>	<b>706,38</b>

Cargo	Jornada trabajada	Horas Contratadas	Salario mensual	Aguinaldo 8.33%	Doble Aguinaldo 8.33%	Costo por persona contratada	Costo por Hora EMPRESA	ANUAL
Maestro Jardinero	T/C	192	2.300,00	191,59	191,59	3.344,43	17,42	40.133,16
Ayudante Jardinero 1	T/C	192	1.442,00	171,60	-	1.820,20	9,52	21.938,35
Ayudante Jardinero 2	T/C	192	1.442,00	171,60	-	1.820,20	9,52	21.938,35
Ayudante Jardinero 3	T/C	192	1.442,00	171,60	-	1.820,20	9,52	21.938,35
<b>Total</b>		<b>768</b>	<b>6.626,00</b>	<b>706,384</b>	<b>191,59</b>	<b>8.829,02</b>	<b>41,38</b>	<b>105.948,22</b>



**Tabla N° 45: Otros gastos**

Otros gastos	Bs.	N° Personas	Otros gastos
Estipendio x 2 meses	500	3	3.000,00
Capacitación	500	3	1.500,00
			<b>4.500,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

Como se indicó con anterioridad los salarios de los ayudantes de jardinería serán pagados por el proyecto plan generación de empleo y otra parte por la empresa solo en el primer año. En total se pagará al personal operativo Bs. 110.820,00.- contando el monto de planillas de los cuatro trabajadores de Bs. 105.948,22.- sumando los gastos de capacitación y estipendio de Bs. 4.500.-

**Tabla N° 46: Personal eventual**

PLANILLA MENSUAL PERSONAL EVENTUAL (BS)	
Cargo	Tipo de Contrato
<b>Diseñador</b>	Consultor de servicios
<b>Ayudantes de Jardinería</b>	120x día
<b>Promedio x mes</b>	6.000

**Fuente:** Elaboración propia.

Diseñador trabajará como consultor de servicios, como se prevé la segunda y tercera línea de servicios una vez por mes, se hará un contrato por servicios semestrales, la factura emitida disminuirá la carga impositiva de VINKA, en cuanto a la afiliación depende del consultor.

**c) Costos indirectos de fabricación servicios**

En los denominados costos indirectos se tomará en cuenta la compra de los uniformes del personal operativo, es decir del maestro jardinero y de los ayudantes de jardinería que se realizará de forma anual al igual que la compra de equipo de seguridad, en cambio los costos por mantenimiento serán cubiertos de forma mensual.



## Uniformes

Los uniformes que utilizarán los ayudantes de jardinería como también el maestro jardinero serán comprados una vez al año con un total de Bs. 660.

**Tabla N° 47: Uniformes**

UNIFORMES			
Detalle	Cantidad	P/U	Total Anual
Botas	4	60	240
Overoles	4	70	280
Guantes	4	10	40
Sombreros	4	25	100
<b>TOTAL</b>			<b>660,00</b>

**Fuente:** elaboración propia

## Mantenimiento de maquinaria y movilidad

Se destinará para el primer año un monto de Bs. 2.400 para el mantenimiento de las maquinarias o movilidad en caso de surgir un problema mecánico, éste monto es acumulable en caso que no se llegue a utilizar.

**Tabla N° 48: Mantenimiento**

Detalle	Mes	Total Anual
Mantenimiento y reparación preventivo	200	2.400

**Fuente:** Elaboración propia.

## Equipo de seguridad

En cuanto al equipo de seguridad se comprará una vez al año y se irá renovando en caso de desgaste o se necesite más equipos para seguridad del personal.

**Tabla N° 49: Equipo de Seguridad**

EQUIPO DE SEGURIDAD			
Detalle	Cantidad	P/U	Total Anual
Lentes de seguridad	3	30	90
Casco	2	30	60
Arnés	2	210	420



Barbijos de seguridad (paquete 25 a 75 Bs)	1	75	75
<b>TOTAL</b>			<b>645,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

### Depreciación

La depreciación de la maquinaria se realizará en línea recta y siguiendo la normativa de vida útil de cada uno.

**Tabla N° 50: Tabla de depreciación**

<b>Tabla Depreciaciones</b>		
Bienes	Años de Vida Útil	Coeficiente %
Muebles y Enseres de Oficina	10	10,00%
Maquinaria en Gral.	8	12,50%
Equipos e Instalaciones	8	12,50%
Vehículos Automotores	5	20,00%
Herramientas en Gral.	4	25,00%
Equipos de Computación	4	25,00%
<b>Normativa vigente Art. 22 del DS 24051</b>		

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla N° 51: Depreciación en línea recta o método uniforme**

Ítem	Depreciación
<b>MAQUINARIA EN GENERAL</b>	<b>1.488,00</b>
Cortadores de césped a gasolina Husqvarna	402,00
Desbrozadora de Hilo	300,00
Desbrozadora de gasolina	375,00
Motosierra (HN-3/8,61,5cc) Husqvarna	411,00
<b>VEHICULOS AUTOMOTORES</b>	<b>8.400,00</b>
Vagoneta	8.400,00
<b>HERRAMIENTAS EN GENERAL</b>	<b>1.107,50</b>
Picota de mano (Chontilla)	30,00
Deshierbador	15,00
Trasplantador	15,00
Tridente	11,25



Pala Plana	37,50
Pulverizador	675,00
Rastrillo	12,50
Manguera	60,00
Rastrillo	15,00
Escoba de jardinero	15,00
Basurero	11,25
Tijeras clásicas de jardinero	75,00
Tijera de setos o cizalla	75,00
Podadera	60,00

**Fuente:** Elaboración propia.

#### d) Costos de Administración

En los costos administrativos detallaremos la depreciación de los activos fijos que serán utilizados desde el área administrativa de la empresa.

Como parte de otros gastos tendremos el alquiler donde se incluye la luz y el agua, telefonía e internet que serán utilizados por el área administrativa.

**Tabla N° 52: Depreciación de muebles y equipos**

Ítem	Depreciación
<b>MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA</b>	<b>350,00</b>
Escritorio	80,00
Juego de living	250,00
Sillas	20,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	<b>675,00</b>
Computadora	500,00
Impresora	175,00

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla N° 53: Otros gastos administrativos**

Otros	Mensual	Anual
<b>Alquiler de Oficina incluye luz, agua</b>	4000	48.000
<b>Telefonía</b>	250	3.000
<b>Internet</b>	100	1.200

**Fuente:** Elaboración propia.



**e) Personal Administrativo**

El personal administrativo incluirá dos ítems del Gerente General y la Secretaria, quienes serán los encargados del buen funcionamiento interno de la empresa, en cuanto a planificación y decisiones para la puesta en marcha del negocio; el costo total anual que representan en planillas es de Bs. 87.094,94.-

En cuanto a estos cargos respecta no se realizará la inclusión de personal a través del plan generación de empleo ya que se necesita recursos humanos con experiencia y perfil profesional específicos.



**Tabla N° 54: Personal Administrativo**

Cargo	Jornada trabajada	Horas Contratadas	Salario mensual	Caja Salud (10%)	Riesgo Común (1,71%)	Pro-vivienda (2%)	AFP (3%)	Indemnización (8.33%)
<b>Gerente General</b>	T/C	192	3.000,00	300,00	51,30	60,00	201,30	249,90
<b>Secretaria</b>	T/C	192	2.122,00	212,20	36,29	42,44	142,39	176,76
<b>Total</b>		<b>384</b>	<b>5.122,00</b>	<b>512,20</b>	<b>87,59</b>	<b>102,44</b>	<b>343,69</b>	<b>426,66</b>
Cargo	Jornada trabajada	Horas Contratadas	Salario mensual	Aguinaldo (8,33%)	Doble Aguinaldo (8,33%)	Costo por persona contratada EMPRESA	Costo por Hora EMPRESA	ANUAL
<b>Gerente General</b>	T/C	192	3.500,00	249,90	249,90	4.251,00	22,14	51.012,00
<b>Secretaria</b>	T/C	192	2.122,00	176,76	176,76	3.006,87	15,66	36.082,49
<b>Total</b>		<b>384</b>	<b>5.622,00</b>	<b>426,66</b>	<b>426,66</b>	<b>7.257,87</b>	<b>37,80</b>	<b>87.094,49</b>

**Fuente:** Elaboración propia

MATERIAL DE ESCRITORIO (BS)					
Detalle	Unidad	Cantidad	Costo	Costo Anual	Costo Mensual
Papel Bond Carta	Paquete de 500	12,00	25,00	300,00	25,00
Bolígrafos	Unidad	24,00	1,50	36,00	3,00
Lápiz	Unidad	24,00	1,00	24,00	2,00
Borrador	Unidad	24,00	1,50	36,00	3,00
Tinta para impresora	Litro	24,00	4,00	96,00	8,00
<b>TOTAL</b>				<b>492,00</b>	<b>41,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia

#### f) Costos de comercialización

Para una efectiva comercialización de los servicios se pretende trabajar con las diferentes cuentas de Facebook, gmail, que tienen un costo de Bs.0, pero se realizarán folletos, tarjetas personalizadas.

**Tabla N° 55: Costos de comercialización**

Detalle	Cantidad	Precio Total Mensual	Total Anual
Impresión de material publicitario	1000	300,00	3.600,00
Cuenta en Redes Sociales	3	-	-
<b>TOTAL</b>			<b>3.600,00</b>

**Fuente:** Elaboración propia.

#### g) Costos fijo

En la siguiente tabla se demuestra los costos que no variarán con el número de servicios ofrecidos por la empresa, en caso del personal operativo su salario no variará según las horas realizadas por día, al igual que la telefonía y el internet donde se optará por paquetes de internet y telefonía que son fijos por mes de las empresas Tigo y Entel.



**Tabla N° 56: Costos Fijos**

Costo Fijo		
	Anual	Mensual
Publicidad	3.200,00	266,67
Personal Operativo	110.820,00	9.235,00
Uniformes	660,00	55,00
Equipo de seguridad	645,00	53,75
Personal Administrativo	87.094,00	7.257,83
Material escritorio	492,00	41,00
Alquiler	48.000,00	4.000,00
Telefonía	3.000,00	250,00
Internet	1.200,00	100,00

**Fuente:** Elaboración propia.

#### **h) Costo variable**

En los costos variables incluiremos los insumos básicos que podrían variar según la demanda por mes, también el mantenimiento de maquinaria se considerará variable ya que no sabremos si es necesario una revisión de la maquinaria más seguida conforme al número de servicios.

**Tabla N° 57: Costos variables**

Costo Variable		
	Anual	Mensual
Insumos	11.820,00	985,00
Mantenimiento Maquinaria	2.400,00	200,00
Personal Eventual	6.000,00	500,00

**Fuente:** Elaboración propia.

#### **4.3. Punto de equilibrio**

El cálculo del punto de equilibrio se realizará en valores monetarios, al ser una empresa de servicios con tres líneas que utiliza la cotización es más factible realizar éste tipo de cálculo.



**Tabla N° 58: Punto de Equilibrio**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (VALORES MONETARIOS)</b>		
	<b>Año 1</b>	<b>Mensual</b>
Ingresos	312.606,00	26.050,50
Total Variables	20.220,00	1.685,00
Total Costo Fijo	255.111,00	21.259,25

$$P.E. = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS}}$$

$$P.E. = \frac{255.111,00}{1 - \frac{20.220,00}{312.606,00}}$$

P.E. = 272.753,24 Anual

$$P.E. = \frac{21.259,25}{1 - \frac{1.685,00}{26.050,50}}$$

P.E. = 22.729,44 Mensual

**Comprobamos:**

<b>Prueba</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
<b>Ingresos por ventas</b>	272.753,24	22.729,44
<b>Menos Costos variables:</b>	17.642,24	1.470,19
269.574,07 * 0,06468206		



22.464,51 * 0,06468206		
<b>Margen de contribución</b>	255.111,00	21.259,25
<b>Menos: Costo fijo</b>	255.111,00	21.259,25
<b>Resultado</b>	0,00	0,00

**Fuente:** Elaboración propia.

#### 4.4. Cash Flow

Basándonos en las proyecciones de los estados de resultados (Tabla N° 55) se realizó una proyección esperada en el plan de negocio a cinco años; en base a éste se realizará el flujo de efectivo de donde obtendremos el VAN y el TIR.

**Tabla N° 59: Flujo de efectivo proyectado**

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Inversión</b>	<b>(145.000,00)</b>					
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos por servicios ofrecidos		312.606,00	337.189,62	373.147,52	407.402,46	444.802,01
<b>Total Ingresos</b>		<b>312.606,00</b>	<b>337.189,62</b>	<b>373.147,52</b>	<b>407.402,46</b>	<b>444.802,01</b>
<b>EGRESOS</b>						
Personal Operativo		110.820,00	147.357,00	151.777,71	156.331,04	161.020,97
Uniformes		660,00	686,40	713,86	742,41	772,11
Equipo de seguridad		645,00	670,80	697,63	725,54	754,56
Personal Administrativo		87.094,00	90.577,76	94.200,87	97.968,91	101.887,66
Material escritorio		492,00	511,68	532,15	553,43	575,57
Alquiler		48.000,00	49.920,00	51.916,80	53.993,47	56.153,21
Telefonía		3.000,00	3.120,00	3.244,80	3.374,59	3.509,58
Internet		1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83
Mant. Maquinaria		2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Personal Eventual		6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
Insumos		11.820,00	12.411,00	13.031,55	13.683,13	14.367,28
<b>Total Egresos</b>		<b>(272.131,00)</b>	<b>(315.250,64)</b>	<b>(326.525,25)</b>	<b>(338.215,00)</b>	<b>(350.335,65)</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>		-	-	-	-	-
<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>(145.000,00)</b>	<b>40.475,00</b>	<b>21.938,98</b>	<b>46.622,27</b>	<b>69.187,45</b>	<b>94.466,36</b>

**Fuente:** Elaboración propia.



#### 4.5. Evaluación Financiera

**Tabla N° 60: Evaluación Financiera**

<b>Evaluación Financiera</b>	
<b>VAN</b>	Bs. 50.867,28
<b>TIR</b>	20,58985%
<b>PRI</b>	4 años y medio
<b>IR (15%)</b>	1.16

**Fuente:** Elaboración propia.

Para un criterio de decisión para la inversión en el plan de negocio presentado, se obtuvo el TIR (Tasa Interna de Retorno) del 20.58985% que indica la posibilidad de realizarse este proyecto y el VAN (Valor Actual Neto) supera la inversión inicial, es decir se logrará obtener ganancias durante los años proyectados, la empresa recuperará su inversión en cuatro años y medio.

#### 4.6. Anexos Financieros

<b>SERVICIOS OFRECIDOS</b>
VINKA ofrecerá tres líneas de servicio ( Mantenimiento de jardines, decoración y rediseño de jardines, sembrado e instalación de tepes)
La empresa tendrá una capacidad máxima de 55 servicios de mantenimiento, 3 servicios de decoración y 2 servicios de sembrado e instalación de tepes por mes
Se incrementa en 6% anualmente
En el primer año ofrecerá un total 581 servicios repartidos en sus tres líneas de servicio.

<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Insumos se incrementarán 5%	11.820.-
Mantenimiento Maquinaria se incrementará 2%	2.400.-
Personal Eventual incrementará 5%	6.000.-

<b>COSTOS FIJOS</b>	
Publicidad incrementará 5%	3.200.-



Personal Operativo	El año 1 es de Bs. 108.900,22 con el plan generación de empleo en el año 2 es de Bs. 144.193,92 en los siguientes años se incrementará un 3%	110.820.-
Uniformes 5%		660.-
Equipo de seguridad 5%		645.-
Personal Administrativo 5%		87.094.-
Material escritorio 5%		492.-
Alquiler 5%		48.000.-
Telefonía 5%		3.000.-
Internet 5%		1.200.-

INGRESOS			
El incremento de los precios se realizará según estudio de mercado con los siguientes valores:			
Año 1-3	4,4%	Año 4-5	3%
Los servicios ofrecidos en el año 1 serán de Bs. 312.617,00.-			

Servicios			
<b>Primera Línea</b>	<b>Pequeña</b>	270	388
	<b>Mediana</b>	459	124
	<b>Grande</b>	710	45
<b>Segunda Línea</b>	<b>Pequeña</b>	2.250	0
	<b>Mediana</b>	3.825	0
	<b>Grande</b>	5.325	12
<b>Tercera Línea</b>	<b>Pequeña</b>	2.700	0
	<b>Mediana</b>	4.590	12
	<b>Grande</b>	6.390	0

INVERSION		
Activos Fijos		141.340,70.-
Caja Chica		974.-
AMORTIZACIÓN		
Gastos de organización	5 años	2.685.-



<b>COSTO DE CAPITAL</b>
Los socios aportan 100%, el cual se divide el socio 1: 60% y el socio 2: 40%
Los socios aportarán Bs. 145000, de donde Bs. 974 del aporte social será destinado para caja chica.



**Tabla N° 61: Proyecciones de Ingreso**

<b>Incremento según inflación</b>		<b>4,4%</b>	<b>4,4%</b>	<b>4,4%</b>	<b>3,0%</b>	<b>3,0%</b>
<b>Ingresos</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Servicios ofrecidos</b>						
Primera Línea	Pequeña	388	411	436	462	490
	Mediana	124	131	139	148	157
	Grande	45	48	51	54	57
Segunda Línea	Pequeña	0	0	0	0	0
	Mediana	0	6	6	7	7
	Grande	12	7	7	8	8
Tercera Línea	Pequeña	0	4	4	4	5
	Mediana	12	6	6	7	7
	Grande	0	3	3	3	4
Total Servicios Ofrecidos por año		581	616	653	693	734
<b>Precios Promedio de venta</b>						
Primera Línea	Pequeña	270,00	281,88	294,28	303,11	312,20
	Mediana	459,00	479,20	500,28	515,29	530,75
	Grande	710,00	741,24	773,85	797,07	820,98
Segunda Línea	Pequeña	2.250,00	2.349,00	2.452,36	2.525,93	2.601,70
	Mediana	3.825,00	3.993,30	4.169,01	4.294,08	4.422,90
	Grande	5.325,00	5.559,30	5.803,91	5.978,03	6.157,37
Tercera Línea	Pequeña	2.700,00	2.818,80	2.942,83	3.031,11	3.122,05
	Mediana	4.590,00	4.791,96	5.002,81	5.152,89	5.307,48
	Grande	6.390,00	6.671,16	6.964,69	7.173,63	7.388,84



<b>Ingresos</b>						
Primera Linea	Pequeña	104.760,00	115.931,61	128.294,55	140.071,99	152.930,60
	Mediana	56.916,00	62.985,52	69.702,30	76.100,97	83.087,04
	Grande	31.950,00	35.357,15	39.127,63	42.719,55	46.641,21
Segunda Linea	Pequeña	-	-	-	-	-
	Mediana	-	23.959,80	26.514,87	28.948,94	31.606,45
	Grande	63.900,00	38.915,10	43.065,01	47.018,37	51.334,66
Tercera Linea	Pequeña	-	11.275,20	12.477,59	13.623,03	14.873,62
	Mediana	55.080,00	28.751,76	31.817,85	34.738,73	37.927,74
	Grande	-	20.013,48	22.147,72	24.180,88	26.400,68
<b>Total ingresos</b>		<b>312.606,00</b>	<b>337.189,62</b>	<b>373.147,52</b>	<b>407.402,46</b>	<b>444.802,01</b>

**Tabla N° 62: Costos Variables y Fijos proyectados**

<b>Costo Variable</b>	<b>Incremento</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Insumos	5%	11.820,00	12.411,00	13.031,55	13.683,13	14.367,28
Mant. Maquinaria	2%	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Personal Eventual	5%	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
<b>Total Costo variable Materiales directos</b>		<b>20220,00</b>	<b>21159,00</b>	<b>22143,51</b>	<b>23175,78</b>	<b>24258,16</b>





**Tabla N° 63: Costos Fijos Proyectados**

<b>Incremento</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>
<b>Costos Fijos</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Publicidad	3.200,00	3.328,00	3.461,12	3.599,56	3.743,55
Personal Operativo	110.820,00	147.357,00	151.777,71	156.331,04	161.020,97
Uniformes	660,00	686,40	713,86	742,41	772,11
Equipo de seguridad	645,00	670,80	697,63	725,54	754,56
Personal Administrativo	87.094,00	90.577,76	94.200,87	97.968,91	101.887,66
Material escritorio	492,00	511,68	532,15	553,43	575,57
Alquiler	48.000,00	49.920,00	51.916,80	53.993,47	56.153,21
Telefonia	3.000,00	3.120,00	3.244,80	3.374,59	3.509,58
Internet	1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>255.111,00</b>	<b>297.419,64</b>	<b>307.842,86</b>	<b>318.638,79</b>	<b>329.821,03</b>



**Tabla N° 64: Inversión**

<b>Inversión</b>	<b>Año 0</b>
Muebles y enseres de oficina	1.000,00
Maquinaria en general	19.211,68
Vehículos automotores	112.000,00
Herramientas en general	5.129,02
Equipos de computación	4.000,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>141340,70</b>

**Tabla N° 65: Depreciación Activos Fijos Proyectados**

<b>Depreciación Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Total Depreciación	-	12.546,22	12.546,22	12.546,22	12.546,22	12.546,22
Depreciación Acumulada	-	12.546,22	25.092,44	37.638,66	50.184,88	62.731,10



**Tabla N° 66: Amortización proyectada**

<b>Amortización</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gastos de Organización	2.685,00	537,00	537,00	537,00	537,00	537,00
Amortización Acumulada		537,00	1.074,00	1.611,00	2.148,00	2.685,00

**Tabla N° 67: Inversión total**

<b>Inversión</b>	<b>0</b>
Activo depreciable	141.340,70
Amortizables	2.685,00
capital de Trabajo	974,00
Total Inversión	144.999,70
<b>Socios</b>	
Socio 1	86.999,82
Socio 2	57.999,88



### **Estado de Resultados**

El primer año podremos contar con una utilidad alta gracias a la estrategia de inscripción de la empresa al programa de generación de empleo, que reduce de gran forma el total de los salarios del personal operativo; pero para el año dos bajarán las utilidades por que la empresa tendrá que pagar la totalidad de los salarios que llega a representar el costo más alto por ser una empresa de servicios; pero que podrá ser compensado al siguiente año; el tercer año se incrementará un 3% al salario mínimo como en gestiones futuras pero la empresa no tendrá una utilidad negativa debido a que se encontraría ya posicionada y con el número de clientes que llegan a cubrir la mayoría de los costos fijos y variables determinados.

En general se determinó un crecimiento del 4.4% para los tres primeros años y los dos últimos con un aumento del 3% en el número de servicios proyectados que no llegan a representar una proyección poco viable ya que es como aumentar una a dos casas por mes.

En cuanto a los insumos necesarios para ofrecer los servicios, se podría indicar que éstos no suben de forma drástica, pero se demandará más debido que la empresa ofrecerá mayor número de servicios.

Respecto al Impuestos al valor Agregado, éste puede ser compensando con las facturas de compra que realice la empresa de forma mensual.



**Tabla N° 68: Estado de Resultados proyectados**

<b>Estado de Resultados</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos	312.606,00	337.189,62	373.147,52	407.402,46	444.802,01
Impuesto a las Transacciones	(9.378,18)	(10.115,69)	(11.194,43)	(12.222,07)	(13.344,06)
Costo de Servicios	(11.820,00)	(12.411,00)	(13.031,55)	(13.683,13)	(14.367,28)
Utilidad Bruta	291.407,82	314.662,93	348.921,54	381.497,26	417.090,66
<b>Gastos Operativos</b>	276.594,22	319.250,86	330.038,04	341.214,66	352.795,13
<b>Gastos Administrativos</b>					
Personal Operativo	110.820,00	147.357,00	151.777,71	156.331,04	161.020,97
Uniformes	660,00	686,40	713,86	742,41	772,11
Equipo de seguridad	645,00	670,80	697,63	725,54	754,56
Personal Administrativo	87.094,00	90.577,76	94.200,87	97.968,91	101.887,66
Material escritorio	492,00	511,68	532,15	553,43	575,57
Alquiler	48.000,00	49.920,00	51.916,80	53.993,47	56.153,21
Telefonia	3.000,00	3.120,00	3.244,80	3.374,59	3.509,58
Internet	1.200,00	1.248,00	1.297,92	1.349,84	1.403,83
Mant. Maquinaria	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Personal Eventual	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
Depreciación	12.546,22	12.546,22	12.546,22	12.546,22	12.546,22
Amortización	537,00	537,00	537,00	537,00	537,00
<b>Gastos de venta</b>					
Publicidad	3.200,00	3.328,00	3.461,12	3.599,56	3.743,55
Utilidad Neta en Ventas	14.813,60	(4.587,93)	18.883,51	40.282,60	64.295,53
Impuestos sobre Utilidades	(3.703,40)	-	(4.720,88)	(10.070,65)	(16.073,88)
Utilidad Neta del Ejercicio	11.110,20	(4.587,93)	14.162,63	30.211,95	48.221,65

**Fuente:** Elaboración propia.



## Balance General

Los socios aportarán un total de Bs. 145.000 de los cuales se destinará para caja chica Bs. 974 para cualquier gasto repentino que aparezca en el momento, determinado aporte se destinará a la compra de maquinaria, herramientas y activos para oficina, que nos ayudarán a desarrollar las actividades iniciales.

**Tabla N° 69: Balance de Apertura**

<b>Balance de Apertura</b>	<b>Año 0</b>
<b>Activo Corriente</b>	
Caja Chica	974,00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>974,00</b>
<b>Activos no Corrientes</b>	
Activo Fijo	141.340,70
Gastos de Organización	2.685,00
<b>Total Activos no corrientes</b>	<b>144.025,70</b>
<b>Total Activos</b>	<b>144.999,70</b>
<b>Pasivo</b>	
<b>Total Pasivo</b>	<b>-</b>
<b>Patrimonio</b>	
Capital	144.999,70
<b>Total Patrimonio</b>	<b>144.999,70</b>
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>	<b>144.999,70</b>

**Fuente:** Elaboración propia.



## Tablas de Depreciaciones

**Tabla N° 70: Depreciaciones**

Tabla Depreciaciones		
Bienes	Años de Vida Útil	Coefficiente %
Muebles y Enseres de Oficina	10	10,00%
Maquinaria en Gral.	8	12,50%
Equipos e Instalaciones	8	12,50%
Vehículos Automotores	5	20,00%
Herramientas en Gral.	4	25,00%
Equipos de Computación	4	25,00%
Normativa vigente Art. 22 del DS 24051		

**Tabla N° 71: Depreciación Maquinarias**

GRUPO:	MAQUINARIA EN GENERAL		
ITEM:	Cortadores de césped a gasolina		
C (Valor en libros)	5000,19		
S (Valor residual)	500		
T (Tiempo de vida)	8		
D (Depreciación del periodo)	562,52		
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	Constante	Sumatoria	VL-DA
0			5000,19
1	562,52	562,52375	4437,67
2	562,52	1125,0475	3875,1425
3	562,52	1687,57125	3312,62
4	562,52	2250,095	2750,095
5	562,52	2812,61875	2187,57
6	562,52	3375,1425	1625,05
7	562,52	3937,66625	1062,52
8	562,52	4500,19	500,00



<b>ITEM:</b>		<b>Desbrozadora de Hilo</b>	
<b>C (Valor en libros)</b>		2.200,22	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		8	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		275,03	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			2200,22
<b>1</b>	275,03	275,0275	1925,19
<b>2</b>	275,03	550,055	1650,165
<b>3</b>	275,03	825,0825	1375,14
<b>4</b>	275,03	1100,11	1100,11
<b>5</b>	275,03	1375,1375	825,08
<b>6</b>	275,03	1650,165	550,06
<b>7</b>	275,03	1925,1925	275,03
<b>8</b>	275,03	2200,22	0,00

<b>ITEM:</b>		<b>Motosierra</b>	
<b>C (Valor en libros)</b>		2.610,64	
<b>S (Valor residual)</b>		500	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		8	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		263,83	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			2610,64
<b>1</b>	263,83	263,83	2346,81
<b>2</b>	263,83	527,66	2082,98
<b>3</b>	263,83	791,49	1819,15
<b>4</b>	263,83	1055,32	1555,32
<b>5</b>	263,83	1319,15	1291,49
<b>6</b>	263,83	1582,98	1027,66
<b>7</b>	263,83	1846,81	763,83
<b>8</b>	263,83	2110,64	500,00





<b>GRUPO:</b>		<b>VEHICULOS AUTOMOTORES</b>	
<b>ITEM:</b>	<b>Vehículo</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		112000	
<b>S (Valor residual)</b>		70000	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		5	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		8400	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			112000
<b>1</b>	8400	8400	103600
<b>2</b>	8400	16800	95200
<b>3</b>	8400	25200	86800
<b>4</b>	8400	33600	78400
<b>5</b>	8400	42000	70000

<b>GRUPO:</b>		<b>HERRAMIENTAS EN GRAL.</b>	
<b>ITEM:</b>	<b>Picota de mano (Chontilla)</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		120	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		30	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			120
<b>1</b>	30	30	90
<b>2</b>	30	60	60
<b>3</b>	30	90	30
<b>4</b>	30	120	0

<b>ITEM:</b>	<b>Deshierbador</b>	
<b>C (Valor en libros)</b>	60	
<b>S (Valor residual)</b>	0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>	4	



<b>D (Depreciación del periodo)</b>	15		
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			60
<b>1</b>	15	15	45
<b>2</b>	15	30	30
<b>3</b>	15	45	15
<b>4</b>	15	60	0

<b>ITEM:</b>	<b>Trasplantador</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>	60		
<b>S (Valor residual)</b>	0		
<b>T (Tiempo de vida)</b>	4		
<b>D (Depreciación del periodo)</b>	15		
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			60
<b>1</b>	15	15	45
<b>2</b>	15	30	30
<b>3</b>	15	45	15
<b>4</b>	15	60	0

<b>ITEM:</b>	<b>Tridente</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>	60		
<b>S (Valor residual)</b>	0		
<b>T (Tiempo de vida)</b>	4		
<b>D (Depreciación del periodo)</b>	15		
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			60
<b>1</b>	15	15	45
<b>2</b>	15	30	30



3	15	45	15
4	15	60	0

<b>ITEM:</b>	<b>Pala Plana</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		150	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		37,5	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			150
<b>1</b>	37,5	37,5	112,5
<b>2</b>	37,5	75	75
<b>3</b>	37,5	112,5	37,5
<b>4</b>	37,5	150	0

<b>ITEM:</b>	<b>Pulverizador</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		3.449,02	
<b>S (Valor residual)</b>		500	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		737,255	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			3449,02
<b>1</b>	737,255	737,255	2711,765
<b>2</b>	737,255	1474,51	1974,51
<b>3</b>	737,255	2211,765	1237,255
<b>4</b>	737,255	2949,02	500

<b>ITEM:</b>	<b>Manguera</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		240	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	



<b>D (Depreciación del periodo)</b>		60	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			240
<b>1</b>	60	60	180
<b>2</b>	60	120	120
<b>3</b>	60	180	60
<b>4</b>	60	240	0

<b>ITEM:</b>	<b>Rastrillo</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		60	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		15	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			60
<b>1</b>	15	15	45
<b>2</b>	15	30	30
<b>3</b>	15	45	15
<b>4</b>	15	60	0

<b>ITEM:</b>	<b>Escoba de jardinero</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		60	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		15	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			60
<b>1</b>	15	15	45



2	15	30	30
3	15	45	15
4	15	60	0

<b>ITEM:</b>	<b>Basurero</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		45	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		11,25	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			45
<b>1</b>	11,25	11,25	33,75
<b>2</b>	11,25	22,5	22,5
<b>3</b>	11,25	33,75	11,25
<b>4</b>	11,25	45	0

<b>ITEM:</b>	<b>Tijera clásica de jardinero</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		300	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		75	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			300
<b>1</b>	75	75	225
<b>2</b>	75	150	150
<b>3</b>	75	225	75
<b>4</b>	75	300	0

<b>ITEM:</b>	<b>Tijera de setos o cizalla</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		300	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	



<b>D (Depreciación del periodo)</b>		75	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			300
<b>1</b>	75	75	225
<b>2</b>	75	150	150
<b>3</b>	75	225	75
<b>4</b>	75	300	0

<b>ITEM:</b>	<b>Podadera</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		240	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		60	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			240
<b>1</b>	60	60	180
<b>2</b>	60	120	120
<b>3</b>	60	180	60
<b>4</b>	60	240	0

**Fuente:** Elaboración Propia.

**Tabla N° 72: Depreciación de muebles y equipos dedicados a la administración**

<b>GRUPO:</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA</b>		
<b>ITEM:</b>	<b>Escritorio</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		800	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		10	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		80	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>



<b>0</b>			800
<b>1</b>	80	80	720
<b>2</b>	80	160	640
<b>3</b>	80	240	560
<b>4</b>	80	320	480
<b>5</b>	80	400	400
<b>6</b>	80	480	320
<b>7</b>	80	560	240
<b>8</b>	80	640	160
<b>9</b>	80	720	80
<b>10</b>	80	800	0

ITEM:	Sillas		
<b>C (Valor en libros)</b>		200	
<b>S (Valor residual)</b>		0	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		10	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		20	
AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	Constante	Sumatoria	VL-DA
<b>0</b>			200
<b>1</b>	20	20	180
<b>2</b>	20	40	160
<b>3</b>	20	60	140
<b>4</b>	20	80	120
<b>5</b>	20	100	100
<b>6</b>	20	120	80
<b>7</b>	20	140	60
<b>8</b>	20	160	40
<b>9</b>	20	180	20
<b>10</b>	20	200	0

i) GRUPO:	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	
ITEM:	Computadora	
<b>C (Valor en libros)</b>		2500
<b>S (Valor residual)</b>		500
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4



<b>D (Depreciación del periodo)</b>		500	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			2500
<b>1</b>	500	500	2000
<b>2</b>	500	1000	1500
<b>3</b>	500	1500	1000
<b>4</b>	500	2000	500

<b>ITEM:</b>	<b>Impresora</b>		
<b>C (Valor en libros)</b>		1500	
<b>S (Valor residual)</b>		800	
<b>T (Tiempo de vida)</b>		4	
<b>D (Depreciación del periodo)</b>		175	
<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL (DA)</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
	<b>Constante</b>	<b>Sumatoria</b>	<b>VL-DA</b>
<b>0</b>			1500
<b>1</b>	175	175	1325
<b>2</b>	175	350	1150
<b>3</b>	175	525	975
<b>4</b>	175	700	800

**Fuente:** Elaboración propia.





## 5. SUPUESTOS Y ESCENARIOS

Aparte de los desarrollados en el trabajo, se realizará dos supuestos donde la empresa disminuya sus ingresos y otra donde aumenten, que llegarán a afectar al VAN y TIR, que son los indicadores más importantes de un proyecto.

**Análisis de sensibilidad.** Disminución en los ingresos.

**Escenario 1:** En cuanto a un escenario pesimista, se podrían ver afectados los ingresos de la empresa, es decir el proyecto soporta una disminución de los ingresos hasta un 3%, pasando éste porcentaje el VAN y el TIR se tornan negativos.

<b>% Ingresos a disminuir</b>	<b>VAN</b>	<b>TIR</b>
<b>0%</b>	Bs. 50.867,28	20,58985%
<b>2%</b>	Bs. 22.914,16	14,86686%
<b>3%</b>	Bs. 8.937,60	11,91931%
<b>4%</b>	<b>(Bs. 5.038,96)</b>	<b>8.90510%</b>

**Análisis:** Ante alguna eventualidad no planificada ya sea por factores sociales, políticos o económicos y tomando en cuenta que la empresa se encontraría en etapa de introducción al mercado solo podría sobrellevar un 3% en la disminución de sus ingresos, posterior a eso obtendría un VAN negativo que demostraría la inviabilidad del proyecto.

**Análisis de sensibilidad:** Incremento en los ingresos.

**Escenario N° 2:** En cuanto a un escenario optimista, los ingresos de la empresa podrían aumentar y por ende el VAN y el TIR incrementan.

% Ingresos a aumentar	VAN	TIR
0%	Bs. 50.867,28	20,58985%
2%	Bs. 78.820,40	26,12044%
3%	Bs. 92.796,96	28,82482%
4%	Bs. 106.773,52	31,49348%

**Análisis:** Éste llegaría a ser el escenario más esperado en todo negocio que se encuentra en etapa de introducción al mercado, el incremento de los ingresos a causa de una economía estable en el país, representaría oportunidades de expansión para la empresa tanto en la contratación de más personal, compra de mayor maquinaria o diversificación de servicios.

## 6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

### 6.1. Proceso para registro formal de la Empresa





### 6.1.1. Requisitos para personalidad jurídica de asociaciones

1. Nota o Memorial de solicitud de otorgación de personalidad jurídica, dirigido al Sr. Gobernador del Departamento de La Paz, firmado por mayoría del Directorio p por el apoderado. (Amparado en las normas pertinentes).
2. Certificado de aprobación de nombre original.
3. Poder especial del representante legal y/o abogado, otorgado por el Directorio en pleno, con transcripciones del Acta de Elección y Posesión del directorio actual (adjuntar fotocopia de carnet del apoderado). No imprescindible.
4. Acta de Fundación, señalando el domicilio de fundación, firmada el Acta por los fundadores, nombres, números de cédulas de identidad. Asimismo, el Acta de Fundación suscrita con antigüedad a dos años, deberán estar notariada.
5. Acta de Elección y Posesión del Directorio, especificando el tiempo de gestión del Directorio, firmada por la Asamblea de asociados con nombre completo y número de cédula de identidad.
6. Estatuto Orgánico Original y Reglamento Interno: ambos firmados por el Directorio.
7. El Estatuto contendrá los siguientes elementos:
  - \* Constitución
  - \* Denominación
  - \* Domicilio Específico
  - \* Duración de la entidad
  - \* Principios previstos en el Art. 2 de la Ley 045 y Ley 348
  - \* Objetivo General
  - \* Objetivos Específicos
  - \* Admisión de los asociados
  - \* Exclusión de los asociados



- \* Derechos y obligaciones de los asociados
- \* Estructura Orgánica
- \* Atribuciones de los miembros del Directorio
- \* Responsabilidad del Directorio (mancomunada o solidaria)
- \* Patrimonio
- \* Fuente de sus recursos
- \* Administración de los Recursos
- \* Extinción según el Art. 64 del Código Civil
- \* Liquidación según el Art. 65 del Código Civil
- \* Modificación del Estatuto Orgánico
- \* Firma del Directorio
- \* Firma de Abogado

8. Acta de Aprobación del Estatuto Orgánico y Reglamento Interno, firmado por el Directorio y por los asociados.

9. Además adjuntar: lista de asociados (nombres y N° de carnets y firmadas); fotocopias de carnet (firmado); y un CD (transcripción de actas, estatuto, reglamento en formato Word)<sup>17</sup>.

### 6.1.2. Registro Legal<sup>18</sup>

VINKA se inscribirá como una Sociedad de Responsabilidad Limitada, es aquella cuyo capital estará integrado por cuotas de capital no representadas por títulos negociables, bajo una razón social o denominación, seguido del aditamento “Sociedad de Responsabilidad

---

<sup>17</sup> (Paz, 2017) [http://reyquibolivia.blogspot.com/2017/06/gobernacion-la-paz-requisitos-para\\_68.html](http://reyquibolivia.blogspot.com/2017/06/gobernacion-la-paz-requisitos-para_68.html)

<sup>18</sup> [www.miempresa.gob.bo](http://www.miempresa.gob.bo).

Limitada”, o su abreviatura “S.R.L”, o, la palabra “Limitada” o la abreviatura “Ltda.”, en las que la responsabilidad de los socios se limita a su aporte societario.

### **Requisitos**

1. Formulario Virtual de solicitud de Inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal. Ingresando a [www.miempresa.gob.bo](http://www.miempresa.gob.bo).
2. Testimonio de escritura pública de constitución social, en original o fotocopia legalizada legible. El mencionado instrumento debe contener los aspectos previstos en el Art. 127 del Código de Comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo establecidas en el mismo cuerpo normativo.
3. Publicación del testimonio de constitución en la Gaceta Electrónica del Registro de Comercio, que Contenga las partes pertinentes referidas a:
  - a) Introducción notarial de la escritura pública en la que conste el N° de instrumento, lugar, fecha, Notaria de Fe Pública y Distrito Judicial.
  - b) Transcripción in extenso y textual de las cláusulas establecidas en los incisos 1 al 7 del Art.127 del Código de Comercio.
  - c) Conclusión y concordancia de la intervención del Notario de Fe Pública.
4. Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo. No se requiere la inclusión del acta de asamblea. Si el representante legal es extranjero debe presentar el documento original que acredite la radicatoria en el país (únicamente para verificación), debiendo constar en el mismo alternativamente: visa de objeto determinado, permanencia temporal de un año, permanencia temporal de dos años, visa múltiple o permanencia indefinida, acompañando una fotocopia simple de dicho documento firmada por el titular. En su caso, puede también presentar certificación original o fotocopia legalizada extendida por el Servicio Nacional de Migración - SENAMIG.



## **Arancel**

- **S.R.L. Soc. Colectiva y en Comandita simple:** Bs. 455,00

## **Plazos**

Dos días hábiles, computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio.

## **Procedimientos**

Presentada la documentación requerida en Ventanilla de Atención al Cliente, se efectúa la constatación del cumplimiento de los requisitos exigidos, el cobro del arancel correspondiente y la emisión del código de trámite que identifica el cargo de recepción. En caso que el representante legal sea extranjero, Ventanilla de Atención al Cliente debe efectuar la verificación de la fotocopia simple con el documento original que acredite la radicatoria del mismo, y una vez verificado debe ser devuelto dicho original en forma inmediata al cliente. Ingresado el trámite, se remite en el día al Jefe de Oficina de Sede o Gerencia de Área, para el reparto al Analista Jurídico, quien luego de efectuar el análisis jurídico y verificar el cumplimiento de las formalidades legales establecidas, puede efectuar el registro de la sociedad o en su caso observar el trámite.

- En el primer caso, se otorga el número de Matrícula de Comercio a la sociedad, y se procede a digitar las partes pertinentes de la documentación que corresponda al trámite. Luego, se procede a la digitalización de la documentación en el sistema informático y archivo físico correspondiente, pudiendo Ventanilla de Atención al Cliente extender la respectiva Matrícula de Comercio y los certificados pertinentes.

- En el segundo caso, se emite una nota de devolución del trámite en la que se determinan las razones por las que el mismo ha sido observado y cómo puede subsanarse; derivándose la documentación del trámite a Ventanilla de Atención al Cliente, para su devolución.



En caso de reingreso del trámite, adjuntando testimonio de aclarativa, complementación o modificación al instrumento de constitución, el Analista Jurídico debe realizar el procedimiento indicado precedentemente y en caso de proceder al registro debe digitar en forma vinculante también los datos de dichos documentos dentro del mismo registro de la escritura de constitución<sup>19</sup>.

### **6.1.3. Servicio de impuestos nacionales**

Requisitos para Personas Jurídicas (Sociedades, Asociaciones Cooperativas, ONG y otros)

1. Escritura de Constitución de Sociedad, Ley, Decreto, Resolución o Contrato, según corresponda Fuente de mandato del Representante Legal (Poder, Acta de Directorio, Estatuto o Contrato) y Documento de Identidad vigente.
2. Facturas o pre facturas de consumo de energía eléctrica que acrediten el número de medidor del domicilio habitual del representante legal, domicilio fiscal y sucursales (si corresponde) donde desarrolla su actividad económica.

### **6.1.4. Licencia de Funcionamiento**

#### **Contribuyente Para Persona Jurídica:**

Formulario de Declaración Jurada (Formulario 101 y 100-B).

Cédula de Identidad del Representante Legal y los socios (2 Fotocopias).

Documento de Constitución (2 Fotocopias).

Poder del Representación Legal (2 Fotocopias)

Balance de Apertura con Solvencia Profesional (2 Fotocopias)

Certificado de Inscripción al Servicio de Impuestos Nacionales - NIT (2 fotocopias).

Evaluación de Impacto Ambiental (obtenerlo en la Dirección de Medio Ambiente).

---

<sup>19</sup> <http://www.fundempresa.org.bo/directorio/Inicio/pagina>



Aviso de cobranza de energía eléctrica y agua potable del último mes de la empresa (2 Fotocopias).

Plano de ubicación o croquis de la empresa (2 Fotocopias).

Carátula de Bs. 5 y timbres en valor de Bs. 95.

Fólder amarillo (2 unidades).

### **6.1.5. Caja Nacional de Salud**

Buscando beneficiar y cuidar del personal se asegurará a cada trabajador.

#### **Requisitos:**

1. Form. AVC-01 (Vacío)
2. Form. AVC-02 (Vacío)
3. Form. RCI-1A (Vacío)
4. Solicitud dirigida al JEFE DEPTO.NAL. AFILIACION
5. Fotocopia CI: del responsable o Representantes Legal
6. Fotocopia NIT.
7. Balance de Apertura aprobado y firmado por el SERVICIO NACIONAL DE IMPUESTOS INTERNOS (fotocopia)
8. Planilla de haberes original y tres copias (sellado y firmado)
9. Nómina del personal con fecha de nacimiento.
10. Croquis de ubicación de la Empresa
11. Examen Pre-Ocupacional (100.- Bs. Por trabajador) se debe efectuar el depósito en la ventanilla 4 (división de tesorería)





#### **6.1.6. Requisitos para afiliación del trabajador<sup>20</sup>**

1. Formulario Avc-04 “Sellado y firmado por la empresa”.
2. Formulario Avc-05 (no llenar).
3. Fotocopia cédula de identidad del trabajador.
4. Certificado de nacimiento (original y computarizado) o libreta de servicio militar
5. última Papeleta de pago o planilla de sueldos sellado por cotizaciones

#### **6.1.7. Futuro de Bolivia S.A. AFP**

Se debe llenar el Formulario de Inscripción del Empleador, el mismo que adquiere la calidad de Declaración Jurada del Representante Legal o Máxima Autoridad Ejecutiva, quien libre y expresamente declara que son válidos los datos consignados en dicho Formulario al momento de su suscripción, para ello debe adjuntar lo siguiente :

#### **Requisitos**

2. Fotocopia simple del NIT (Número de Identificación Tributaria)
3. Fotocopia simple Documento de Identidad del Representante Legal.
4. Fotocopia del Testimonio de Poder del Representante Legal (si corresponde).

Sobre la Afiliación:

Es de carácter permanente, sea que el Afiliado se mantenga o no trabajando en relación de dependencia laboral, ejerza una o varias actividades simultáneamente y tenga varios o ningún Empleador.

#### **6.1.8. Ministerio de Trabajo<sup>21</sup>**

1. Formulario Registro Obligatorio de Empleadores (ROE) llenado (3 Copias)

---

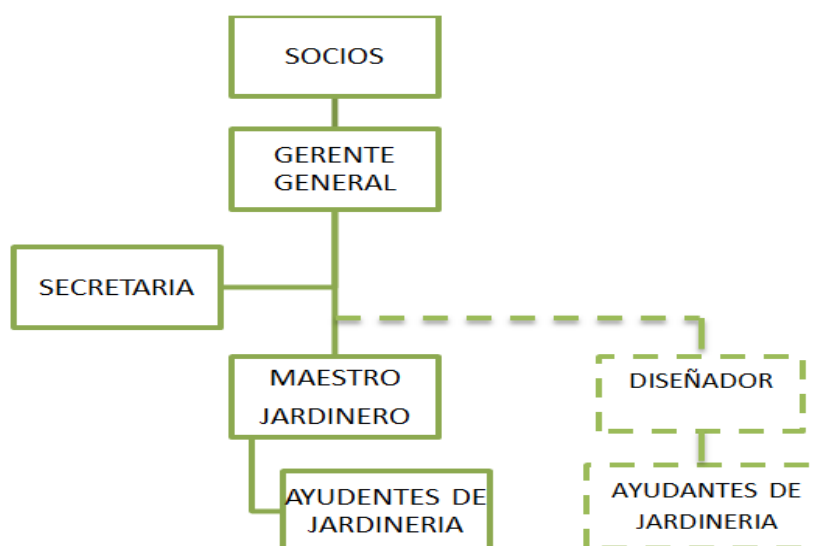
<sup>20</sup> <http://www.cns.gob.bo>

<sup>21</sup> [www.mintrabajo.gob.bo](http://www.mintrabajo.gob.bo)

2. Depósito de 80 Bs a la cuenta número:

- 501-5034475-3-17 del Banco de Crédito de Bolivia normas legales vigentes en el país.
- El Empleador y/o Empresa inscritos en el mencionado registro, deberá presentar obligatoriamente el trámite de Visado de Planillas Trimestrales de Sueldos y Salarios

### 6.1.9. Organización Empresarial



**Fuente:** Elaboración propia.

#### ✓ Personal Administrativo:

**Gerente General:** Autoridad máxima que tendrá la responsabilidad de generar utilidades a través de la toma de decisiones y cumpliendo con los pilares fundamentales para llevar al éxito a la empresa.

**Secretaria:** Colaborar al gerente General en las diferentes actividades de la empresa.



✓ **Personal Operativo:**

**Maestros jardineros:** En la parte operativa es el más importante ya que se encargará de supervisar el trabajo de los ayudantes de jardinería y colaborará en las metas propuestas.

**Ayudantes de Jardinería:** Debe cumplir básicamente con las tareas delegadas por el maestro jardinero.

**Diseñador:** Aun que es un personal eventual es importante para la empresa porque se encargará de realizar diseños según la necesidad y presupuesto del cliente, destacando la creatividad e innovación.

## 7. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

### Conclusiones

- Vinka presenta viabilidad económica y administrativa para iniciar actividades dentro de un mercado formal debido a la experiencia previa y conocimiento de los clientes, la elasticidad de los precios del mercado objetivo, presentándose así como una empresa que puede lograr un crecimiento significativo desde el primer año.
- La estrategia desarrollada de inscribir a la empresa al programa "Plan generación de empleo" para reducir costos en el primer año apoyará de gran manera en la introducción del servicio al mercado con mayor fuerza ya que se llegaría a bajar costos y por ende a obtener precios competitivos respecto a la competencia.
- El tiempo de recuperación de la inversión no exceden los 4 años y medio, un tiempo considerable para lograr ingresar al mercado y lograr expandirnos.

### Recomendación

- El primer año la empresa deberá destinar un porcentaje mayor a la promoción del servicio, para ayudar en el posicionamiento de una marca de jardinería y paisajismo en un mercado donde no existe una empresa local reconocida.



- La empresa deberá adaptarse a la dinámica del mercado e incursionar en otros servicios relacionados al rubro para ofrecer diferentes opciones, manteniendo la marca para lograr una vida útil a largo tiempo.
- La capacitación en el extranjero para crear o adoptar nuevos estilos vanguardistas para el diseño, rediseño de jardines será esencial en un mercado donde podrían sumarse con mayor fuerza una competencia informal.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- A, G. C. (29 de 5 de 2016). Periodico Pagina Siete. Obtenido de Sector de la construcción, ¿boom o burbuja?: <https://www.paginasiete.bo/opinion/gonzalo-chavez/2016/5/29/sector-construccion-boom-burbuja-98004.html>
- Assael, D. (6 de 3 de 2014). ¿Por qué son tan importantes las áreas verdes? Obtenido de <http://www.plataformaurbana.cl/archive/2014/03/06/%C2%BFpor-que-son-tan-importantes-las-areas-verdes/>
- Linares, A. (6 de 8 de 2018). Jardines personalizados según su necesidad. Recuperado el 7 de 4 de 2019, de <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/beneficios-de-tener-jardines-en-la-casa-252722>
- Mamani, L. (20 de 11 de 2016). Periodico Pagina siete. <https://www.paginasiete.bo/economia/2016/11/20/paz-construcciones-para-viviendas-comercio-117604.html>
- Paz, G. A. (2016). Secretaria Municipal de Planificacion para el Desarrollo. Obtenido de Cartillas macrodistritales del municipio de La Paz: <http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/sur.html>
- Plural, M. d. (7 de 2014). Reglamento- Bolivia Emprende. Recuperado el 7 de 4 de 2019, de [https://boliviaemprende.com/wp-content/uploads/2014/07/REGLAMENTO\\_PARA\\_EL\\_REGISTRO\\_Y\\_ACREDITACION\\_DE\\_UNIDADES\\_PRODUCTIVAS-2.pdf](https://boliviaemprende.com/wp-content/uploads/2014/07/REGLAMENTO_PARA_EL_REGISTRO_Y_ACREDITACION_DE_UNIDADES_PRODUCTIVAS-2.pdf)
- Ley General del Trabajo. (2018). La Paz: UPS.
- Alonso, G. (2008). Marketing de Servicios, Reinterpretando la cadena de valor. Palermo Business Review, 89-95.



- Benavides, L. F. (Julio de 2015). Censo de Construcción. Recuperado el 30 de 08 de 2018, de <https://es.slideshare.net/benavifer/censo-de-la-construccin-2015>
- Berger, Z. (1988). El gran libro de las plantas de interior. Madrid, España: SUSAETA S.A.
- Carlos M. Torrecilla, M. A. (1998). Manual Practico de la Jardinería. Madrid, España, España: El Pais S.A./ Santillana S.A.
- Comercio, C. d. (2012). Gaceta Boliviana. Recuperado el 28 de Agosto de 2018, de <http://www.derechoteca.com/gacetabolivia/codigo-de-comercio-boliviano-vigente-y-actualizado/#1323CAP%C3%8DTULOIV>
- CONTROL, D. D. (2007-2011). Plan de Desarrollo Municipal . La Paz: Gobierno Autonomo Municipal de La Paz.
- Diario, E. (12 de Mayo de 2016). Recuperado el 7 de Junio de 2018, de Zona Sur experimentó mayor expansión en la urbe paceña: [http://www.eldiario.net/noticias/2016/2016\\_05/nt160512/nacional.php?n=25&-zona-sur-experimento-mayor-expansion-en-la-urbe-pacenia](http://www.eldiario.net/noticias/2016/2016_05/nt160512/nacional.php?n=25&-zona-sur-experimento-mayor-expansion-en-la-urbe-pacenia)
- Poma, W. M. (2013). Metodo de depreciación y agotamiento. En W. M. Poma, Calculo Financiero (págs. 261-263). La Paz: Arte grafica Oikos.



## 9. ANEXOS

### Anexo N° 1- Formulario N°1

#### PRESUPUESTO

#### PRIMERA LINEA DE SERVICIOS

Nombre de Cliente:

Calle:

N° de Puerta:

N° de Registro:

TAMAÑO m <sup>2</sup>			
Pequeño (1 – 10 m <sup>2</sup> )	Mediano (11-20 m <sup>2</sup> )	Grande (21- adelante m <sup>2</sup> )	
ARBOLES			
Pequeños	Medianos	Grandes	
Tiempo estimado para el servicio			
Visitas necesarias por mes			
Días al mes			
Total Bs.			

\_\_\_\_\_  
Firma



**Anexo N° 2 -Formulario N°2**  
**PRESUPUESTO**

**SEGUNDA LINEA DE SERVICIOS**

**Nombre de Cliente:**

**Calle:**

**N° de Puerta:**

**N° de Registro:**

<b>TAMAÑO m<sup>2</sup></b>			
<b>Pequeño (1 – 20 m<sup>2</sup>)</b>		<b>Mediano (21-30 m<sup>2</sup>)</b>	
		<b>Grande (31- adelante m<sup>2</sup>)</b>	
<b>N° Pinos</b>		<b>Clase</b>	
<b>N° Arboles</b>		<b>Clase</b>	
<b>N° Flores</b>		<b>Color</b>	
<b>N° Arbustos</b>		<b>Clase</b>	
<b>N° Plantas rastreras</b>		<b>Color</b>	
<b>Rocas (cubo 400)</b>		<b>Piedras (saco 150)</b>	
<b>Abono (cubo 180)</b>		<b>Tierra (cubo 180)</b>	
<b>N° Personal</b>			
<b>Días estimados para el servicio</b>			
<b>Total Bs.</b>			

\_\_\_\_\_  
**Firma**



**Anexo N° 3- Formulario N°3**  
**PRESUPUESTO**

**TERCERA LINEA DE SERVICIOS**

**Nombre de Cliente:**

**Calle:**

**N° de Puerta:**

**N° de Registro:**

<b>TAMAÑO m<sup>2</sup></b>			
<b>Pequeño (1 – 20 m<sup>2</sup>)</b>	<b>Mediano (21-30 m<sup>2</sup>)</b>	<b>Grande (31- adelante m<sup>2</sup>)</b>	
<b>TEPEADO</b>			
<b>Pasto Silvestre (m<sup>2</sup> 30)</b>			
<b>Abono (cubo 180)</b>		<b>Tierra (cubo 180)</b>	
<b>N° Personal</b>			
<b>Días estimados para el servicio</b>			
<b>Total Bs.</b>			
<b>SEMBRADO</b>			
<b>Semilla (kilo 100)</b>			
<b>Abono (cubo 180)</b>		<b>Tierra (cubo 180)</b>	
<b>N° Personal</b>			
<b>Días estimados para el servicio</b>			
<b>Total Bs.</b>			

\_\_\_\_\_  
**Firma**





**Anexo N°4 - Formulario N° 4**

**ESTADO DE MOVILIDAD, MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS**

**Fecha:** \_\_\_\_\_ **Nombre Encargado:** \_\_\_\_\_  
**Puesto:** \_\_\_\_\_ **Línea de Servicio:** \_\_\_\_\_

**1. Activos a utilizar en Servicio (Salida)**

Activo	N°	Descripción
<b>Movilidad</b>		
<b>Maquinaria</b>		
<b>Herramientas</b>		

**2. Marcar con una (x) el activo dañado.**

<b>MAQUINARIAS</b>		<b>HERRAMIENTAS</b>	
Cortadores de 144lásic a gasolina		Picota de mano (Chontilla)	
Desbrozadora de Hilo		Deshierbador	
Desbrozadora de gasolina		Trasplantador	
Motosierra		Tridente	
		Pala Plana	
		Pulverizador	
		Rastrillo	
		Manguera	
<b>VEHICULOS AUTOMOTORES</b>		Rastrillo	
Vagoneta		Escoba de jardinero	
		Basurero	
		Tijeras 144lásicas de jardinero	
		Tijera de setos o cizalla	
		Podadera	

**3. Causas**

<b>Deterioro</b>	
<b>Incorrecta manipulación</b>	

\_\_\_\_\_  
**Recibí conforme**

\_\_\_\_\_  
**Entregue conforme**



**Anexo N° 5 - Formulario N°5**  
**EVALUACIÓN DE EFICIENCIA**

**Fecha:**

**Nombre del evaluado:**

**Puesto:**

**Nombre del evaluador:**

**Puesto:**

**1. Marca con una (x) según corresponda.**

<b>Capacidad de:</b>	<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
Adecuación al trabajo.			
Aprovechamiento de capacitación y puesta en práctica.			
Colaboración.			
Comunicación			
Manejo de maquinaria.			
Plantear propuestas para mejorar la forma de trabajo.			
Atención al cliente.			

**2. Con relación a su trabajo usted se siente**

Satisfecho

Insatisfecho

**3. Usted recomienda su:**

Ratificación

Desvinculación

\_\_\_\_\_  
**Firma**

### **Anexo N° 6 - Seguridad e higiene de la empresa**

En cuanto a la seguridad e higiene VINKA se compromete al cumplimiento de la Ley general de Higiene, Seguridad ocupacional y bienestar con sus trabajadores, a través de determinadas normas internas de cumplimiento obligatorio para ambas partes, que servirán como una guía de prevención.

Con el objeto de<sup>22</sup>:

1. Garantizar las condiciones adecuadas de salud e higiene, seguridad y bienestar en el trabajo. Lograr un ambiente
2. Lograr un ambiente de trabajo desprovisto de riesgos para la salud psicofísica de los trabajadores.
3. Proteger a las personas y al medio ambiente en general, contra los riesgos que directa o indirectamente afectan a la salud, la seguridad y el equilibrio ecológico.

#### **Norma de Seguridad e higiene**

##### **I. Maquinaria y herramientas de uso diario**

1. Mantener en buen estado de conservación, utilización y funcionamiento las maquinarias y herramientas de trabajo.
2. Controlar que las maquinarias, herramientas y otros accesorios en uso o por adquirirse reúnan las especificaciones mínimas de seguridad.
3. Usar la mejor técnica disponible en la colocación y mantenimiento de resguardos y protectores de maquinaria.



---

<sup>22</sup> (Ley General del Trabajo, 2018)

## II. Equipos de protección individual

1. Proveer a los trabajadores y obligar el uso de equipos protectores (Casco, guantes, lentes de seguridad, botas de hule, arneses, barbijos, overoles).
2. Revisar que todo equipo eléctrico o instalación esté instalado y conservado correctamente.



## III. Seguridad tarea de todos

1. Preservar su propia seguridad y salud, así como la de sus compañeros.
2. Examinar los lugares de trabajo y las maquinarias y el equipo a utilizar con el fin de establecer su buen estado de funcionamiento y detectar posibles riesgos.
3. Evitar la manipulación de maquinaria de personal nuevo sin supervisión.
4. Abstenerse de toda práctica o acto de negligencia o imprudencia que pueda ocasionar accidentes o daños a su salud o la de otras personas.
5. Velar por el orden y limpieza en el lugar de trabajo.
6. Abstenerse y denunciar consumo de bebidas alcohólicas y estupefactos en horarios de trabajo.



## IV. Accidentes

1. En caso de accidente mantener la calma y actuar con rapidez.
2. Evita que intente ponerse de pie o se mueva.
3. Llamar a números de emergencia.
4. Comunicar a inmediato superior lo sucedido.



### **Anexo N° 7 - Obligaciones y derechos de los accionistas**

Para guiarnos sobre las obligaciones y derechos de los socios que colaboraran en la conformación del capital de la empresa, se utilizó el Código de Comercio de Bolivia<sup>23</sup>.

#### **Obligaciones**

- I. El capital social estará dividido en cuotas de igual valor que serán de cien bolivianos o múltiplos de cien. (Art. 198)
- II. El capital social debe pagarse en su integridad, en el acto de constitución social. (Art. 199)
- III. Antes de la publicación e inscripción del aumento de capital en el Registro de Comercio, los socios quedan obligados a pagar su nueva suscripción. (Art. 201)
- IV. La sociedad llevará un libro de registro de socios, donde se inscribirán el nombre, domicilio, monto de su aportación y, en su caso, la transferencia de sus cuotas de capital, así como los embargos y gravámenes efectuados. (Art. 202)
- V. La asamblea ordinaria se reunirá, por lo menos, una vez al año, en el domicilio y época fijada en la escritura social y, a más tardar, dentro de los tres meses de cerrado el ejercicio económico de la sociedad. (Art. 205)
- VI. Los socios que representen más de la cuarta parte del capital social, podrá convocar la asamblea extraordinaria, aun cuando la escritura constitutiva sólo exigiera el voto por correspondencia. En estas asambleas sólo podrán tratarse los asuntos señalados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. (Art. 205)
- VII. Las asambleas serán convocadas por los gerentes o administradores, si la escritura social no estableciera la forma y modo de convocatoria, se la hará por carta certificada. La publicación o comunicación deberá contener la orden del día y será hecha ocho días antes de la fecha señalada para la celebración de la asamblea. (Art. 206)
- VIII. El socio que se proponga ceder sus cuotas, comunicará su deseo por escrito a los demás socios, quienes, en el término de quince días de recibido el aviso,

---

<sup>23</sup> (Comercio, 2012)



manifiestarán si tienen interés en adquirirlas. Si no hacen conocer su decisión en el plazo señalado, se presume su rechazo y el ofertante queda en libertad para vender sus cuotas a terceros. (Art. 215)

### **Derechos**

- I. El aumento del capital social, se realizará mediante el voto de los socios, que representen la mayoría del capital social. Los socios tienen derecho preferente para suscribirlo en proporción a sus cuotas de capital. Ningún acuerdo o disposición de la escritura de constitución puede privar a los socios de su derecho preferente a suscribir el aumento del capital social. (Art. 201)
- II. Cualquier persona con interés legítimo tiene la facultad de consultar el libro de registro de los socios que estará al cuidado de los administradores, quienes responderán personal y solidariamente de su existencia regular y de la exactitud de sus datos. (Art. 202)
- III. La administración de la sociedad de responsabilidad limitada, estará a cargo de uno o más gerentes o administradores, sean socios o no; designados por tiempo fijo o indeterminado. (Art. 203)
- IV. La asamblea de socios tiene las siguientes facultades (Art. 204)
  - 1) Discutir, aprobar, modificar o rechazar el balance general correspondiente al ejercicio vencido;
  - 2) Aprobar y distribuir utilidades;
  - 3) Nombrar y remover a los gerentes o administradores;
  - 4) Constituir el directorio o consejo de administración y, cuando así hubieran convenido los socios, nombrar a los integrantes del órgano de control interno;
  - 5) Aprobar los reglamentos;
  - 6) Autorizar todo aumento o reducción del capital social, así como la cesión de las cuotas de capital y la admisión de nuevos socios.

- 7) Modificar la escritura constitutiva;
  - 8) Decidir acerca de la disolución de la sociedad; así como el retiro de socios; y
  - 9) Las demás que correspondan conforme a la escritura social.
- V. Todo socio tendrá derecho a participar en las decisiones de la sociedad y gozará de un voto por cada cuota de capital, salvo las limitaciones estipuladas en el contrato social. (Art. 208)
- VI. Los socios tienen el derecho de examinar la contabilidad, libros y documentos de la sociedad en cualquier tiempo. (Art. 211)
- VII. Los socios tendrán derecho a adquirir las cuotas del socio fallecido en proporción a las cuotas de capital y por su valor comercial a la fecha de la muerte de éste. Si no se llegara a un acuerdo con respecto al precio y condiciones de pago, serán determinados por peritos designados por las partes o por el juez. (Art. 212)

#### Anexo N° 8 - Entrevista competencia

**Nombre:** Martín

**Ocupación:** Servicios varios

**Experiencia:** 2 años

**Realiza trabajos en jardinería?**

R. Si, realizo todo tipo de trabajos, si me piden que haga jardinería lo hago, barro el jardín, riego, corto el pasto y otras cosas más que me pidan.

**Tiene las herramientas necesarias para el servicio?**

R. No, solo para hacer plomería pero para jardín uso las herramientas que tengan ustedes.

**Cuanto me cobra?**

R. 100 bolivianos pero se los puedo hacer hasta por 60.





### Anexo N°9 – Mercado

Encuesta	
<b>Tipo de estudio</b>	Investigación descriptiva apoyada por información secundaria (Bibliográfica, documental, entrevistas) y primaria (Encuestas)
<b>Cobertura Geográfica</b>	Macrodistrito Sur, Distrito 18, Zona de Achumani
<b>Población objetivo</b>	Amas de casa a partir de los 30 años para adelante, poder adquisitivo alto.
<b>Calculo del universo</b>	Se estima 1.109 amas de casa
<b>Tamaño de la muestra</b>	<p>Población finita:                      Z= 91%                      P = 50                      Q = 50                      e = 10%                      N = 1,109                      n = 64</p> $n = \frac{1,109 * (1,645) * 0,50 * 0,50}{(0,10)(10109 - 1) + (1,645) * 0,50 * 0,50} =$ <p>n = 64 encuestas</p>
<b>Técnica recolección de información</b>	Encuestas





### Anexo N° 10 – Modelo de Encuesta

**Edad:**

**Tipo de vivienda:** Casa  Edificio

**1. Actualmente, ¿Es una persona económica activa? SI  NO**

**2. Usted considera importante poseer áreas verdes en su hogar? SI  NO**

**¿Por qué?**

Recarga y bienestar familiar

Cuidado y mantención del medio ambiente

Belleza o apariencia del hogar

**3. Contrataría los servicios de:**

Mantenimiento de jardín

Diseño de jardines

Sembrado o instalación de tepes

**4. Frecuencia de contratación del servicio**

Semanal

Quincenal

Mensual

**5. ¿Quién influye a la hora de contratar un servicio de jardinería?**

Familia

Redes Sociales

Amistades

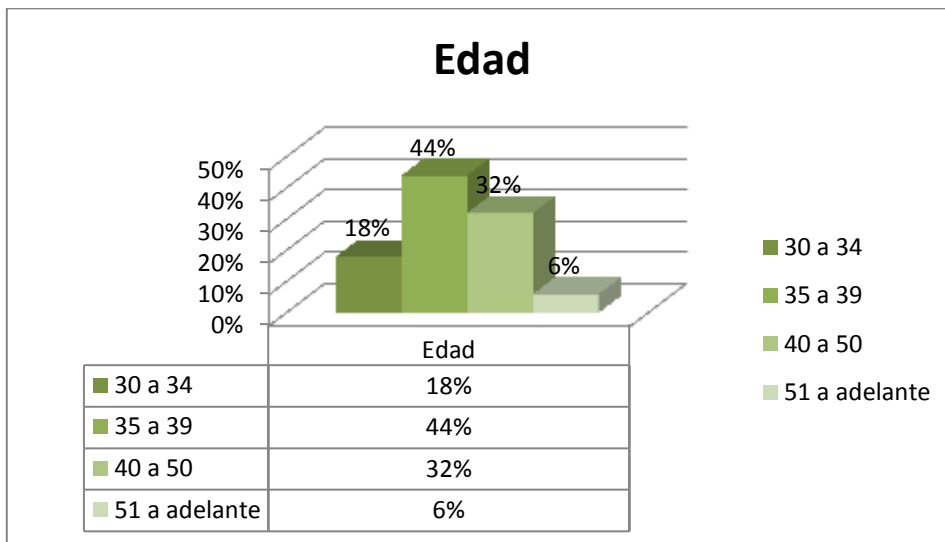
Otros

**6. ¿Qué servicios contrata actualmente para el mantenimiento de su jardín? ¿A qué precio?**

.....

Anexo N° 11 – Resultados de Encuestas

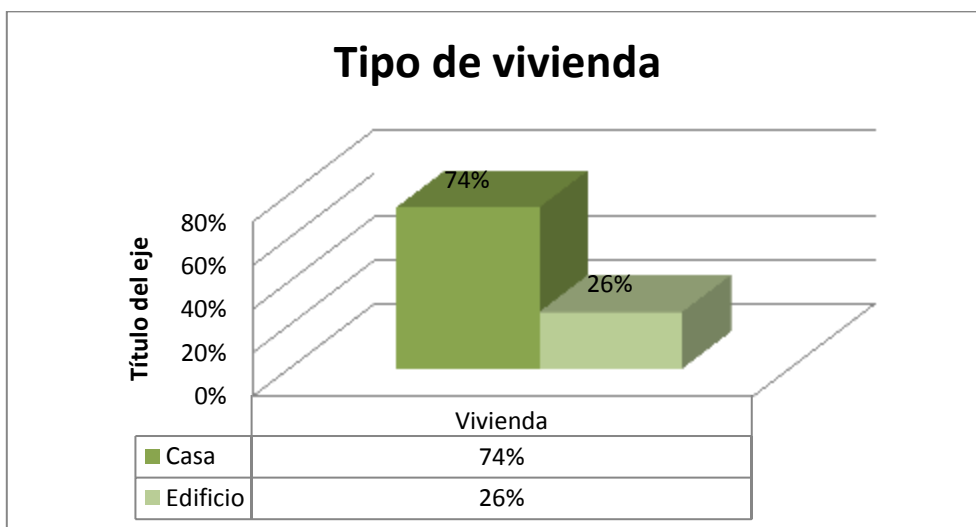
Cuadro N° 1



**Fuente:** Elaboración propia.

Gracias a la encuesta realizada se identificó que el mercado potencial estará conformado por mujeres entre los 30 a 50 años de edad como se demuestra en el cuadro representan los porcentajes más altos.

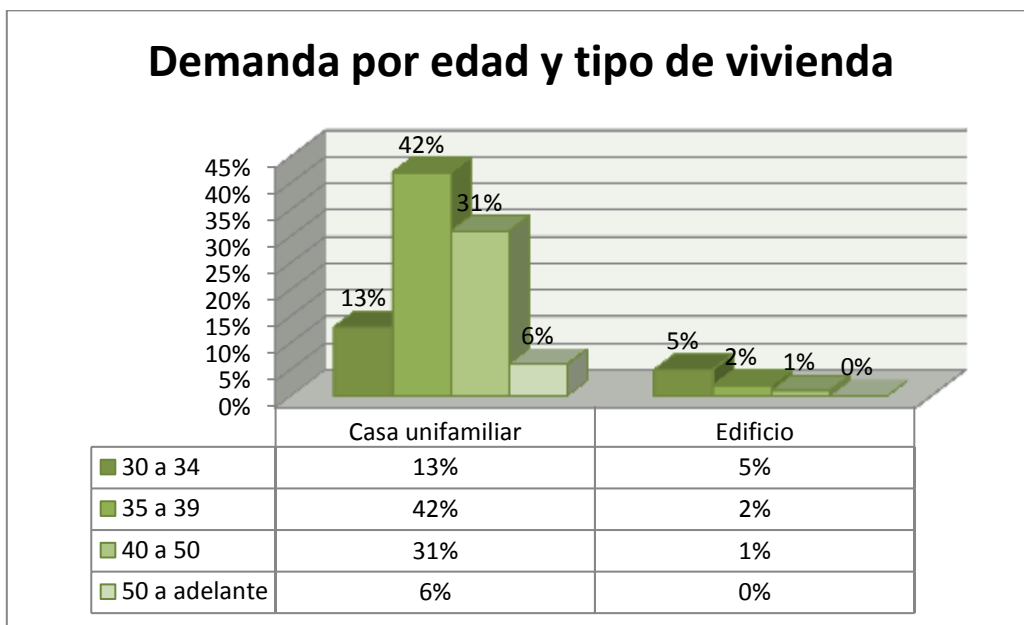
Cuadro N° 2



**Fuente:** Elaboración propia.

El 74% de las personas encuestadas tienen un tipo de vivienda familiar, es decir viven en casas, el porcentaje restante del 26% reside en departamentos.

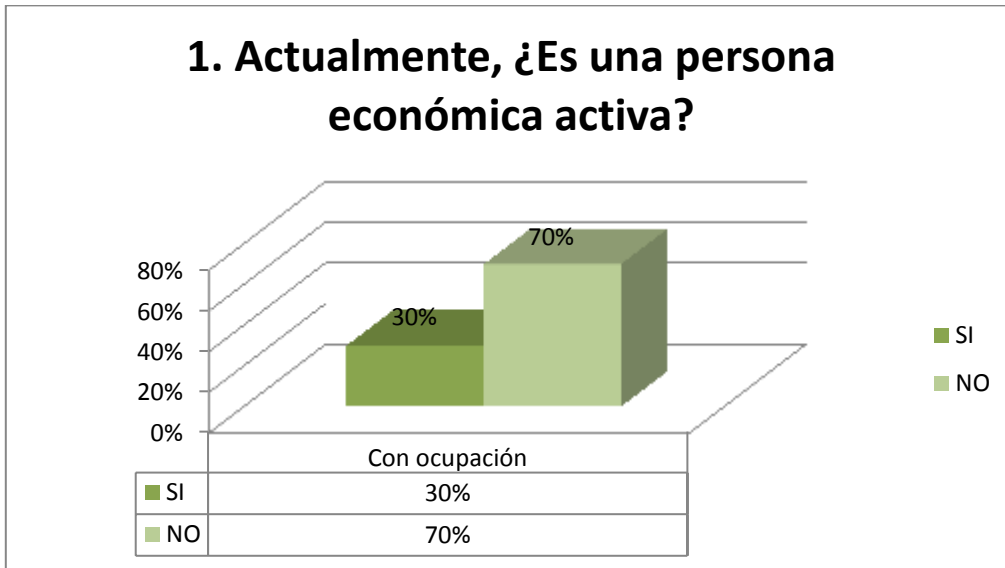
Cuadro N° 3<sup>24</sup>



**Fuente:** Elaboración propia.

<sup>24</sup> La pregunta 1 y 2 del cuestionario se encuentran relacionadas, por esa razón se determinó realizar ambos resultados en un cuadro.

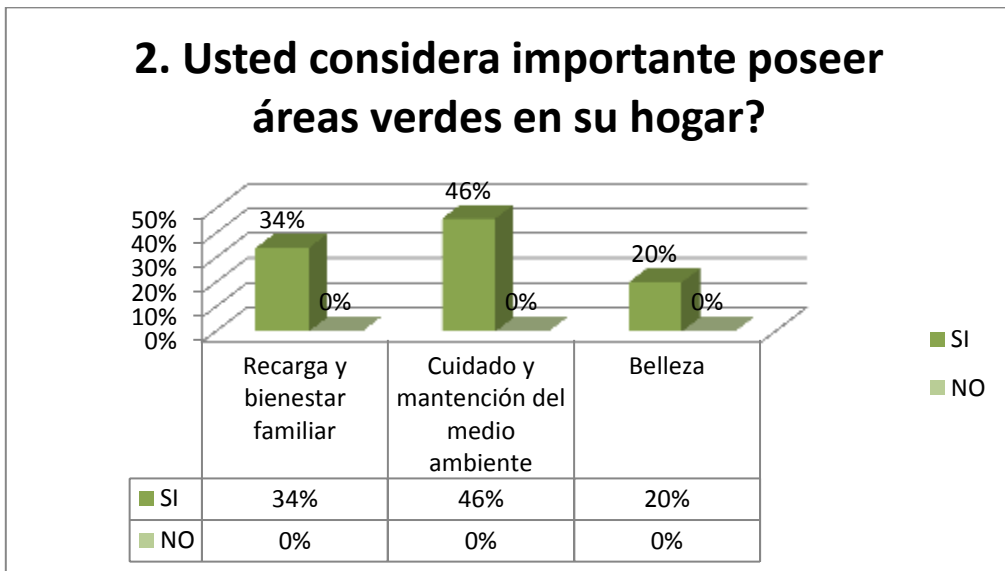
Cuadro N° 4



**Fuente:** Elaboración propia.

El 70% de las mujeres encuestadas son mujeres económicamente inactivas, es decir se dedican al hogar, a su familia o realizan actividades sociales, mientras que el 30% realiza alguna actividad económica.

Cuadro N° 5

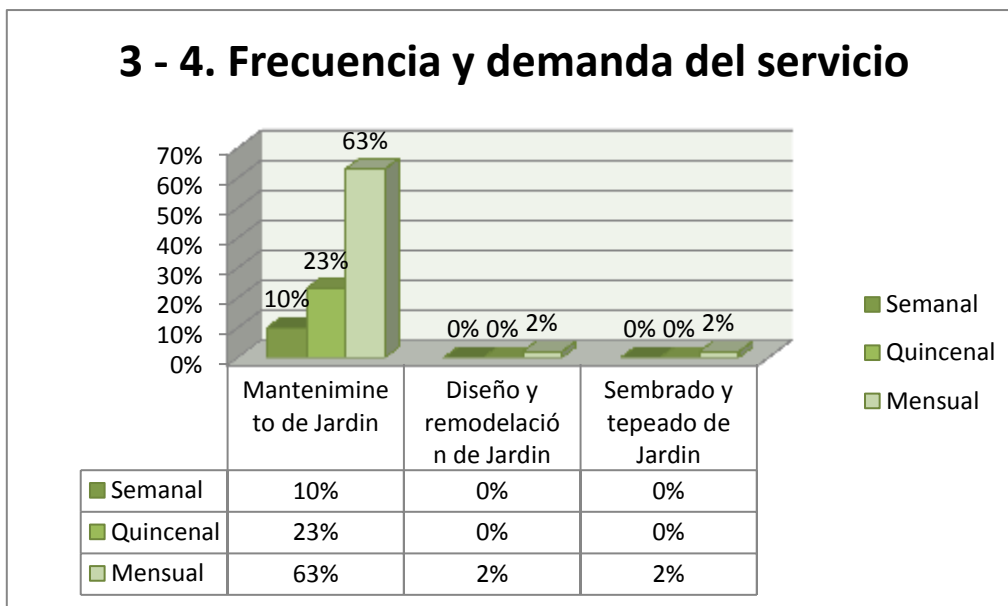


**Fuente:** Elaboración propia.



El 100% de las mujeres considera importante las áreas verdes dentro de su hogar, el interés que posee el 46% es por la reflexión al cuidado del medio ambiente, el 34% por el bienestar y esparcimiento familiar y el 20% cree que un área verde embellece su hogar.

Cuadro N° 6<sup>25</sup>



**Fuente:** Elaboración propia.

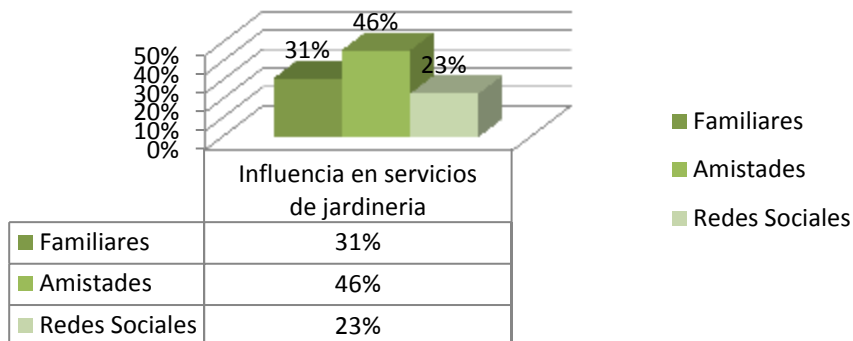
El 63% del mercado objetivo señaló su preferencia por tener el servicio de mantenimiento de jardines una vez al mes, el 23% cada 15 días y el 10% de forma semanal.

Para el servicio de diseño y remodelación como del sembrado o tepeado de jardines la frecuencia es del 2% mensual respectivamente.

<sup>25</sup> La pregunta 3 y 4 del cuestionario se encuentran relacionadas, por esa razón se determinó realizar ambos resultados en un cuadro.

Cuadro N° 7

### 5. ¿Quién influye a la hora de contratar un servicio de jardinería?



**Fuente:** Elaboración propia.

El 46% de los encuestados contrata servicios de jardinería por recomendación de sus amistades, el 31% por familiares y el 23% busca en redes sociales personas que realicen esos servicios.