

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PRIVADO
JOHN VON NEUMANN**

**CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE
CONTABILIDAD**



**“FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA
VALIDAR LA FACTIBILIDAD TECNICA FINANCIERA DE
UNA AGENCIA DE SERVICIO DOMESTICO EN LA CIUDAD
DE TACNA, 2021”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:
PROFESIONAL TÉCNICO EN
CONTABILIDAD**

**AUTORES:
PETER OLIVA RAMOS**

**DOCENTE ASESOR:
ERNESTO LEO ROSSI**

**TACNA – PERÚ
2021**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

INDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| RESUMEN EJECUTIVO | 11 |
| CAPITULO I | 13 |
| ANTECEDENTES DEL ESTUDIO | 13 |
| 1. Título del tema | 13 |
| 2. Origen del tema | 13 |
| 3. Formulación del problema | 14 |
| 4. Objetivo general | 15 |
| 5. Objetivos específicos | 15 |
| 5.1. COMPROBAR LA HIPÓTESIS BASE DEL NEGOCIO | 15 |
| 5.2. PROPONER EL MODELO DE NEGOCIOS | 15 |
| 5.3. DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL MERCADO | 15 |
| 5.4. DETERMINAR LA PROPUESTA TÉCNICA OPERATIVA | 15 |
| 5.5. DETERMINAR LA PROPUESTA ORGANIZACIONAL | 15 |
| 5.6. DETERMINAR LA PROPUESTA LEGAL | 15 |
| 5.7. EVALUAR LA PROPUESTA ECONÓMICA | 15 |
| 6. Metodología | 15 |
| 6.1. HIPÓTESIS BASE DEL NEGOCIO | 15 |
| 6.2. PROPONER EL MODELO DE NEGOCIOS | 16 |
| 6.3. DETERMINAR LA VIABILIDAD DEL MERCADO | 16 |
| 6.4. DETERMINAR LA PROPUESTA TÉCNICA OPERATIVA | 16 |
| 6.5. DETERMINAR LA PROPUESTA ORGANIZACIONAL | 17 |
| 6.6. DETERMINAR LA PROPUESTA LEGAL | 17 |
| 6.7. EVALUAR LA PROPUESTA ECONÓMICA | 17 |
| 7. Limitaciones del estudio | 17 |
| CAPITULO II | 18 |
| MODELO DE NEGOCIOS | 18 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.1. | LA PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA | 18 |
| 2.2. | NUESTRA HIPÓTESIS..... | 19 |
| 2.3. | CONCEPTO FINAL | 19 |
| 2.4. | EL PROPÓSITO ESTRATÉGICO..... | 20 |
| 2.5. | LA MISIÓN..... | 20 |
| 2.6. | LA VISIÓN | 20 |
| 2.7. | LOS PROMOTORES | 20 |
| 2.8. | MODELO DE NEGOCIO | 22 |
| CAPITULO III..... | | 23 |
| DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS | | 23 |
| 1. | Estudio de mercado..... | 23 |
| 1.1. | ANÁLISIS DEL MERCADO | 23 |
| 1.2. | RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS | 24 |
| 1.2.1. | Encuesta servicio doméstico de limpieza | 24 |
| 1.2.2. | Encuesta servicio doméstico de cuidado de niños y ancianos | 45 |
| ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS EN BASE A LAS ENCUESTAS..... | | 57 |
| 1.2.3. | El segmento del mercado | 57 |
| 1.2.4. | El futuro del mercado..... | 58 |
| 1.3. | ESTRATEGIA DEL PRODUCTO O SERVICIO | 59 |
| 1.3.1. | INNOVACIÓN..... | 59 |
| 1.3.2. | PROTOTIPO DEL PRODUCTO..... | 59 |
| 1.3.3. | RELACIÓN CON EL CLIENTE | 60 |
| 1.4. | ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN | 60 |
| 1.5. | ESTRATEGIA DEL COMERCIALIZACIÓN | 61 |
| 1.6. | ESTRATEGIAS DE INGRESOS..... | 62 |
| 2. | Estudio técnico | 62 |
| 2.1. | ESPECIFICACIONES TÉCNICAS | 62 |
| 2.2. | FLUJO DEL PROCESO..... | 64 |
| 2.2.1. | Equipo y maquinaria | 64 |
| 2.2.2. | Servicio..... | 64 |

| | | |
|--------------------------------------|--|----|
| 2.3. | LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 71 |
| 2.3.1. | Macro localización:..... | 71 |
| 2.5.1. | Área de oficina..... | 73 |
| 2.6. | DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA | 73 |
| 2.7. | Equipamiento y mobiliario | 73 |
| 3. | Estudio organizacional..... | 75 |
| 3.1. | ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA | 75 |
| 3.2. | DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS | 76 |
| 3.3. | REQUERIMIENTOS E INVERSIÓN DE PERSONAL | 81 |
| 4. | Estudio legal..... | 82 |
| 4.1. | SELECCIÓN DE LA PERSONA NATURAL O JURÍDICA | 82 |
| 4.2. | SELECCIÓN DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO | 82 |
| 4.3. | SELECCIÓN RÉGIMEN LABORAL | 82 |
| 4.4. | OTROS TRÁMITES..... | 83 |
| 4.4.1. | Constitución de empresa..... | 83 |
| 4.4.2. | Permiso municipal..... | 83 |
| 4.4.3. | Otros trámites | 84 |
| 5. | Estudio financiero..... | 84 |
| 5.1. | INVERSIÓN INICIAL | 84 |
| 5.2. | VALOR DE VENTA | 84 |
| 5.3. | INGRESOS PROYECTADOS EN UNIDADES..... | 84 |
| 5.4. | INGRESOS PROYECTADOS EN SOLES | 84 |
| 5.5. | COSTOS PROYECTADOS POR UNIDAD | 85 |
| 5.6. | COSTOS PROYECTADOS POR SOLES | 85 |
| 5.7. | GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS..... | 86 |
| 5.8. | GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN PROYECTADOS | 86 |
| 5.9. | FLUJO ECONÓMICO | 86 |
| 5.10. | FLUJO ECONÓMICO | 88 |
| CAPITULO IV | | 89 |
| DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS..... | | 89 |

| | |
|--|------------|
| CONCLUSIONES | 91 |
| BIBLIOGRAFIA | 94 |
| ANEXOS | 96 |
| ANEXO 1: ENCUESTA APLICADA A LA CIUDAD DE TACNA | 96 |
| ANEXOS 2: TABLAS | 100 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Modelo de negocio del proyecto..... | 22 |
| Tabla 1. Frecuencia si habita de manera permanente..... | 25 |
| Tabla 2. Toma decisiones sobre las actividades domésticas | 26 |
| Tabla 3. Realización de las labores de limpieza de su vivienda..... | 27 |
| Tabla 4. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su vivienda? | 28 |
| Tabla 5. Su vivienda es casa o departamento..... | 29 |
| Tabla 6. Realiza la limpieza de su vivienda | 30 |
| Tabla 7. ¿Cuánto tiempo en promedio le toma limpiar su vivienda en cada ocasión? .. | 31 |
| Tabla 8. Importancia de la limpieza de las diferentes áreas de su vivienda por favor mencione el orden de importancia..... | 32 |
| Tabla 9. La importancia de la limpieza de las áreas de su vivienda | 33 |
| Tabla 10. Conoce o a escuchado de alguna empresa que brinde este tipo de servicio para su vivienda/departamento | 34 |
| Tabla 11. Ha contratado alguna vez este servicio | 35 |
| Tabla 12. ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho estuvo usted con el servicio brindado | 36 |
| Tabla 13. ¿Qué tan interesado estaría en contratar un servicio de limpieza para su vivienda por horas? | 37 |
| Tabla 14. Qué días de la semana preferiría que se realice la limpieza de su vivienda. | 38 |
| Tabla 15. Preferiría que la limpieza se realizara en el turno mañana o en el turno tarde | 40 |
| Tabla 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza de su vivienda departamento? | 41 |
| Tabla 17. ¿Qué aspectos esperaría que tenga la empresa a la cual contrataría para realizar la limpieza de su vivienda? | 41 |
| Tabla 18. ¿Cómo estaría dispuesto a pagar el servicio de limpieza contrataría para realizar la limpieza de su vivienda? | 42 |
| Tabla 19. ¿Por qué medio le gustaría realizar el pago del servicio contratado? | 44 |
| Tabla 20. Edad | 45 |
| Tabla 21. En que distrito reside..... | 46 |

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabla 22. | Hijos..... | 47 |
| Tabla 23. | Usted tiene familiares ancianos..... | 48 |
| Tabla 24. | ¿Alguna vez contrato el servicio de cuidado de niños? | 49 |
| Tabla 25. | ¿Alguna vez contrato el servicio de cuidado del adulto mayor? | 49 |
| Tabla 26. | ¿Cuál sería la jornada que usted requiera para el cuidado de su niño o del adulto mayor?..... | 50 |
| Tabla 27. | Conoce de alguna agencia de cuidado de niños o del adulto mayor..... | 52 |
| Tabla 28. | Le gustaría que el niño o el adulto mayor reciba ayuda con sus actividades adicionales en alguna de las siguientes modalidades..... | 53 |
| Tabla 29. | ¿Estaría dispuesto a probar un nuevo servicio, del cuidado del niño o del adulto mayor con personal altamente calificado y capacitado para que le ayuden en desarrollo y crecimiento? | 54 |
| Tabla 30. | Qué valor es el que usted más valora del servicio de cuidado infantil o cuidado de adulto mayor..... | 55 |
| Tabla 31. | ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio de cuidado de niños? | 56 |
| Tabla 32. | ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio de cuidado de adulto mayor?..... | 57 |
| Tabla 33. | Equipamiento área de oficina | 74 |
| Tabla 34. | Descripción de los puestos: Administrador general..... | 76 |
| Tabla 35. | Descripción de los puestos: Asistente de operaciones..... | 77 |
| Tabla 36. | Descripción de los puestos: Asistente de marketing y ventas | 78 |
| Tabla 37. | Descripción de los puestos: Operario de limpieza..... | 79 |
| Tabla 38. | Descripción de los puestos: Personal cuidado de personas | 80 |
| Tabla 39. | Requerimiento e inversión de personal. | 81 |
| Tabla 40. | Estudio financiero | 84 |
| Tabla 41. | Ingresos Proyectados en Soles | 85 |
| Tabla 42. | Costos Proyectados por Unidad..... | 85 |
| Tabla 43. | Flujo económico | 86 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1. Logotipo de Negocio | 19 |
| Figura 2. Gráfico estadístico de la pregunta 1 | 25 |
| Figura 3. Gráfico estadístico de la pregunta 2 | 26 |
| Figura 4. Gráfico estadístico de la pregunta 3 | 27 |
| Figura 5. Gráfico estadístico de la pregunta 4 | 28 |
| Figura 6. Gráfico estadístico de la pregunta 5 | 29 |
| Figura 7. Gráfico estadístico de la pregunta 6 | 30 |
| Figura 8. Gráfico estadístico de la pregunta 7 | 31 |
| Figura 9. Gráfico estadístico de la pregunta 8 | 32 |
| Figura 10. Gráfico estadístico de la pregunta 9 | 33 |
| Figura 11. Gráfico estadístico de la pregunta 10 | 34 |
| Figura 12. Gráfico estadístico de la pregunta 11 | 35 |
| Figura 13. Gráfico estadístico de la pregunta 12 | 37 |
| Figura 14. Gráfico estadístico de la pregunta 13 | 38 |
| Figura 15. Gráfico estadístico de la pregunta 14 | 39 |
| Figura 16. Gráfico estadístico de la pregunta 15 | 40 |
| Figura 17. Gráfico estadístico de la pregunta 16 | 41 |
| Figura 18. Gráfico estadístico de la pregunta 17 | 42 |
| Figura 19. Gráfico estadístico de la pregunta 18 | 43 |
| Figura 20. Gráfico estadístico de la pregunta 19 | 44 |
| Figura 21. Gráfico estadístico de la pregunta 20 | 45 |
| Figura 22. Gráfico estadístico de la pregunta 21 | 47 |
| Figura 23. Gráfico estadístico de la pregunta 22 | 47 |
| Figura 24. Gráfico estadístico de la pregunta 23 | 48 |
| Figura 25. Gráfico estadístico de la pregunta 24 | 49 |
| Figura 26. Gráfico estadístico de la pregunta 25 | 50 |
| Figura 27. Gráfico estadístico de la pregunta 26 | 51 |
| Figura 28. Gráfico estadístico de la pregunta 27 | 52 |
| Figura 29. Gráfico estadístico de la pregunta 28 | 53 |

| | | |
|-------------------|--|-----------|
| Figura 30. | Gráfico estadístico de la pregunta 29 | 54 |
| Figura 31. | Gráfico estadístico de la pregunta 30 | 55 |
| Figura 32. | Gráfico estadístico de la pregunta 31 | 56 |
| Figura 33. | Gráfico estadístico de la pregunta 32 | 57 |
| Figura 34. | Gráfico del proceso de servicio | 65 |
| Figura 35. | Macro localización..... | 71 |
| Figura 36. | Gráfico de Micro localización..... | 72 |
| Figura 37. | Plano 2D de distribución de la planta | 73 |
| Figura 38. | Estructura organizacional. | 75 |

RESUMEN EJECUTIVO

SERVICIOS DOMESTICOS SAC es una empresa que brinda servicios de cuidado de niños y adulto mayores, así como el servicio de limpieza a hogares, familias en zonas urbanas.

La presente empresa estará focalizada en la ciudad de Tacna, está conformada por 3 socios, plantea en el presente trabajo en sus cuatro capítulos la viabilidad comercial de ofrecer el servicio de cuidado de niño y adultos mayores, así como el servicio de limpieza a zonas urbanas especialmente, a través de un estudio de mercado el cual evaluará la rentabilidad y viabilidad de este servicio en los diferentes mercados con históricos estadísticos que permitan evaluar el servicio y generar proyecciones a mediano plazo, el desarrollo de un plan operativo en el cual se detalla el diseño de procesos, cálculo de la capacidad, evaluación económica y financiera.

El muestreo es de 80 personas en la ciudad de Tacna, por razones de aislamiento social a causa del COVID-19 se encuestaron a 100% de personas por medio virtual para poder evitar el contacto y cuidar la salud de nuestro personal encargado del estudio de mercado, en donde se hicieron las preguntas objetivas que buscaron determinar la demanda, oferta y el porcentaje de aceptación, rentabilidad del proyecto.

Durante el trabajo de campo se pudo comprobar dos factores muy importantes, el primero es que no existe un competidor directo que se

encargue de brindar este tipo de servicio, el segundo factor es la informalidad de algunas personas que se dedican a cuidar o brindar el servicio que la empresa brindará.

En el estudio técnico se establece el tamaño del proyecto, las dimensiones, la capacidad y el diagrama de flujo para poder brindar el servicio. así como su capacidad y factores determinantes para el mismo.

Se identificaron los insumos que conforman parte del costo de servicio, procesos de atención y servicio post venta luego de brindar el servicio y estructura del proyecto. Se determinó el proceso y flujograma del servicio.

El COK del proyecto es de 21 % sobre el capital de trabajo de S/ -30,000.00

El VAN del proyecto es de s/.19,710.18 nuevos soles con una inversión de S/ -15,029.63 nuevos soles.

La TIR del presente proyecto es de 34 %, lo que significa que es rentable.

El periodo de recuperación del proyecto es al primer bimestre del segundo año y se concluye al final de este trabajo que el proyecto es viable y se recomienda su ejecución.

Es por ello por lo que se recomienda incrementar el número de servicio en las provincias, a través de nuestra expansión, busque da de nuevos mercados en las demás provincias de Tacna y el Sur del país.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

“FORMULACION DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA VALIDAR LA FACTIBILIDAD ECONOMIA, FINANCIERA Y TECNICA DE UNA AGENCIA DE SERVICIO DOMESTICO EN LA CIUDAD DE TACNA, 2021”

2. Origen del Tema

La idea del plan de negocio surge a partir de la percepción por parte de los integrantes y el alto incremento o índice de natalidad en los últimos años, que han visto por obligar a los padres y madres a optar por buscar una persona de confianza en el caso de niños para que estos puedan cuidarlos en su ausencia, se ha observado que tienden acudir a sus familiares o amistades cercanos, en el caso de tanto hijos que ya son padres de familia que tienen un adulto mayor dentro de su hogar, de la misma forma en muchos casos se quedan solos en casa o acuden alguna persona o agencia que se dedique al cuidado de los mismos, pero todo por el lado informal, es decir no en una empresa o agencia establecida que se dedique especialmente a ambos servicios.

La situación de la pandemia no solo ha incrementado el índice de cuidado de los padres con sus hijos, por el contrario ha presionado a muchos padres a buscar un trabajo para poder sustentar a su familia, pero muchos por no tener alguien que se dedique especialmente a este tipo de cuidados tanto para su

hijo o adulto mayor de casa, optan por declinar y no aceptar el trabajo llevándolos así a una situación mucho más crítica. Sabemos que hoy en día las personas inclusive en el trabajo no están tranquilas, por no tener la certeza si su padre (adulto mayor) o hijo están realmente en buenas manos. El servicio de limpieza de igual forma surgió a partir de la idea de las familias de personas solteras es decir estilo de vida como Modernas o Progresistas que tienen un trabajo y por lo mismo, no se dan abasto de realizar una buena limpieza dentro de su hogar, departamento y que en muchos casos, solo realizan la limpieza una vez a la semana, este segmento tiene la solvencia económica para adquirir un servicio de limpieza pero por la desconfianza que quizá pueda generar alguna persona ajena a su entorno social, optan por no aceptar.

El plan de negocio propuesta busca ofrecer un servicio especialmente al tipo de consumidores planteados anteriormente, así como también posicionarse dentro del mercado, no solo por el servicio brindado, si no por el personal altamente calificado, que más que un servicio de limpieza o cuidado, pueda brindar una tranquilidad al cliente al momento de realizar sus actividades cotidianas o laborales.

3. Formulación del Problema

Luego de realizar el diagnostico en la ciudad de Tacna se pudo evidenciar la necesidad de un servicio de calidad en el cuidado de niños y adultos mayores así como también el servicio de limpieza, debido a que no existe agencias que dediquen especialmente a esto, por otro lado también se pudo evidenciar

el horario, días para brindar el servicio de cuidado de niños y reforzamiento en sus actividades académicas, recreativas y deportivas, conjuntamente con el cuidado del adulto mayor, se busca brindar un servicio estandarizado de calidad y un servicio post venta para poder evaluar el servicio de nuestro personal, para poder así cumplir el objetivo de brindar la calidad requerida por el cliente.

4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica financiera de una Agencia de Servicios Domésticos en la ciudad de Tacna, 2018.
(Alarcon)

5. Objetivos Específicos

- 5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio.
- 5.2. Proponer el modelo de negocios
- 5.3. Determinar la viabilidad del mercado
- 5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa
- 5.5. Determinar la Propuesta Organizacional.
- 5.6. Determinar la Propuesta Legal
- 5.7. Evaluar la Propuesta Económica.

6. Metodología

6.1. Hipótesis base del negocio.

Usaremos la metodología de Design Thinking.

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el DesignThinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”. (thinking)

6.2. Proponer el modelo de negocios.

Usaremos la metodología del Modelo de Canvas.

El modelo canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios (Pigneur, 2011).

6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determinarán las características del producto, precio plaza y promoción de la propuesta.

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando un flujograma del proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propondrá la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Utilizaremos un flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

- a) Tiempo: solo disponemos de 2 meses para la elaboración del Plan.
- b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

2.1. La Problemática Identificada

La problemática surge debido que en la actualidad la ciudad de Tacna no cuenta con agencias que brinden el servicio del cuidado de personas y niños, como el servicio de limpieza; este proyecto se plantea integrar un sistema de proceso y calidad en dicha ciudad, así ser la mejor opción del mercado en lugares en la ciudad para así ser una empresa establecida, posicionada y dedicada específicamente a este tipo de necesidades.

El trabajo que se realiza en el ámbito doméstico se compone de labores de cuidado de niños, de ancianos, tareas básicas de la vida diaria para las familias. En Perú como en la Región del total de trabajadores del hogar, un alto porcentaje son mujeres. Para ellas las condiciones en las que laboran no son las de los trabajadores regulares, se encuentran muchas con discriminación, desigualdad, limitación y desventaja entre otras razones por trabajar y pactar con su empleador de forma individual.

Ante una existente demanda insatisfecha se observa una oportunidad de negocio a la espera de un servicio de calidad que les brinde la satisfacción a nuestros clientes y personas que deseen trabajar con la empresa.

Para las personas que formaron parte de la muestra la idea de negocio le parece innovadora y necesaria dentro de la ciudad ya que según ellos existen pocos centros que brinden asesoría y un servicio de cuidado y limpieza en Tacna.

2.2. Nuestra Hipótesis

En la ciudad de Tacna la oferta actual de una agencia de servicios domésticos, que presten servicios de limpieza y del cuidado de personas, se encuentra parcialmente cubierto por Agencias de empleo que no garantizan condiciones correctas, tanto para los trabajadores que brindan estos servicios domésticos y las familias que contratan a estas agencias. Es de suma importancia que los prestadores de estos servicios domésticos, tengan acceso a una empresa que concilie la oferta y demanda considerando el respeto, trabajo decente y servicios de calidad.

2.3. Concepto Final



Figura 1. Logotipo de Negocio

2.4. El Propósito Estratégico

Somos una empresa dedicada satisfacer la necesidad que busca el cliente de trabajar con personas ya capacitadas, sus necesidades específicas, optimizando espacios con soluciones ingeniosas, teniendo como fortaleza de nuestro negocio la puntualidad y los valores de calidad.

2.5. La Misión

Ofrecer un servicio de calidad a nuestros clientes, brindándoles una atención a su requerimiento, tanto como la hora y lugar oportuno a través de un personal altamente capacitado y con una amplia experiencia en el servicio.

2.6. La Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional por ofrecer un servicio de calidad en el sector de salubridad, cuidado de niños, adulto mayor y limpieza.

2.7. Los Promotores

La idea surgió observando las fortalezas y debilidades que podría tener el proyecto, en base de eso se vio la manera de poder entrar al mercado de la ciudad de Tacna, ponernos en el lugar del cliente, posterior a ello ver la forma de cómo podríamos brindar los servicios de cuidado del niño, adulto y servicio de limpieza con total acogida y seguridad de nuestros clientes.

Peter Oliva: Egresado del instituto de educación superior tecnológico privado
John Von Neumann de la carrera de contabilidad con experiencia en
dirección de grupos y procesos de producción. Socio capitalista.

2.8. Modelo de negocio

Tabla 1. Modelo de negocio del proyecto

| Socios clave | Actividades clave | Propuestas de valor | Relaciones con clientes | Segmentos de clientes |
|---|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - -Asesores confianza en emprendimiento en web. - Medios de pago online - Bolsas de trabajo - Empresas proveedoras de herramientas de estudios psicológicos. - Empresas que evalúan exámenes psicológicos | <ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento y certificación de prestadores de servicios. - Revisión de antecedentes de los prestadores de servicios. - Evaluación de servicios recibidos de los clientes. - Mantenimiento y generación de base de datos. <p style="text-align: center;">Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"> - Website. - Prestadores de servicio. - Medios de pago - Registrar la marca | <ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento y selección con enfoque en que los clientes confíen en nosotros. - Generaremos calidad, valoración, seguimiento en el que es ahora un servicio precario. - Cartera de trabajadores domésticas para atender de forma rápida y eficiente necesidades inesperadas. - De manera segura daremos acceso al mercado laboral a trabajadoras que actualmente se encuentran en informalidad o en economía sumergida. | <ul style="list-style-type: none"> - Local físico - Plataforma web. Los clientes accederán a una plataforma web en la que podrán cotizar de acuerdo al servicio que necesiten, registrarse o contactar telefónicamente. <p style="text-align: center;">Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se empleará una distribución directa porque nosotros somos los que ofrecemos directamente el servicio a los clientes, sin ningún intermediario. | <ul style="list-style-type: none"> - Unidades familiares residentes en Tacna - Nivel Socioeconómico D, C y B. Esto es que ambos ingresos combinados estén el rango de s/2,480 y s/7,020. - Unidades familiares o personas que necesitan ayuda para cuidar a niños pequeños o adultos mayores. - Unidades familiares o personas justas de tiempo para realizar labores domésticas. |
| <p style="text-align: center;">Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Total, costos año 1: S/218,863 - Costo de producción: S/141,863 (26% del total) - Gastos administrativos: S/ 51,710 (50% del total) - Gastos ventas: S/25,110 (24% del total) | | | <p style="text-align: center;">Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversión inicial: S/34,201 - Ventas año 5: S/3,952,085 - Utilidad neta año 5: S/379,353 (10% margen) - TIR: 53% - VAN: S/134,237 | |

Fuente: propia
Elaboración propia

CAPITULO III

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

Nuestro mercado objetivo es la ciudad de Tacna, el centro de nuestro negocio gira entorno a las necesidades las personas, familias con necesidad de un proyecto que requiera de una agencia de empleo utilizaremos como referencia los estudios realizados por la:

- Población Tacneña:
 - a. Población urbana con 302,069 habitantes; esto equivale a 87.30%.
 - b. Población rural con 43,944 habitantes; esto equivale a 12.7%.
 - c. Según los datos del INEI (2019), elaborado por el Departamento de Estadística- C.P.I, de las 346,013 personas que hay en la región Tacna.
 - d. Al final del segundo trimestre del 2019 en el Departamento de Tacna, el 69% de la población tiene de 10 a 64 años.
 - e. En base a estos datos proporcionados por INEI procederemos a la segmentación para poder así determinar el número de encuestas a realizar en base a la fórmula de muestreo de población finita

1.2. Resultados de las encuestas

1.2.1. Encuesta servicio doméstico de limpieza

La encuesta fue realizada entre 21/04/21 y el 28/04/21. Se realizado mediante formulario Google. Cantidad de personas: 80

Tamaño de la población conociendo a la población, donde:

N: tamaño de la población = 238,749

Z: nivel de confianza = 95% (1.96)

p: probabilidad de éxito = 70%

q: probabilidad de fracaso = 30%

d: precisión (error máximo aceptable) = 10

| DATOS INEI | | | |
|-------------------|----------------|-------------------|------------------------------|
| | 87% | 302069.349 | POBLACION URBANA |
| | 12.7% | 43943.651 | POBLACION RURAL |
| | | 346013 | POBLACION TOTAL TACNA |
| RANGO DE EDAD | 10 a 64 | 69% | 238748.97 |
| RANGO DE EDAD | 0 A 10 | 31% | 107264.03 |
| | | 100% | |

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

| | | | |
|----|---|---|-----------|
| N= | $\frac{208,428 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2 * (208,428 - 1) * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$ | = | 80 |
|----|---|---|-----------|

1. ¿Habita en su vivienda de manera permanente?

Tabla 1. Frecuencia si habita de manera permanente

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|----------------------------|--|----------------------------|--------------------------------------|
| SI | 1 | 78 | | 98% | 98% |
| NO | 2 | 2 | | 3% | 100% |
| TOTAL | | 80 | | 100% | |

Fuente: propia
Elaboración propia



Figura 2. Gráfico estadístico de la pregunta 1

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 98% habita de manera permanente en su vivienda, mientras que solo un 3% no habita de manera permanente

2. ¿Es usted la persona que toma decisiones sobre las actividades domésticas?

Tabla 2. Toma decisiones sobre las actividades domésticas

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 1 | 79 | 99% | 99% |
| NO | 2 | 1 | 1% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

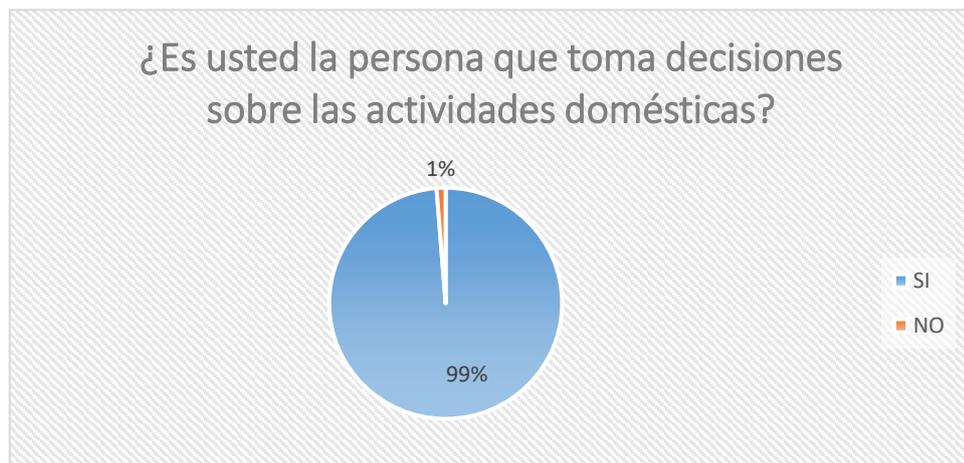


Figura 3. Gráfico estadístico de la pregunta 2

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 99% son las que toman las decisiones respecto a las actividades domésticas, mientras que solo 1% no toma las actividades domésticas.

3. ¿Quién realiza las labores de limpieza de su vivienda?

Tabla 3. Realización de las labores de limpieza de su vivienda

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| YO O ALGUIEN DE LA CASA | 1 | 70 | 88% | 88% |
| CONTRATO PARA QUE HAGAN LA LIMPIEZA | 2 | 7 | 9% | 96% |
| TENGO SERVICIO DOMESTICO A TIEMPO PARCIAL | 3 | 3 | 4% | 100% |
| TENGO SERVICIO DOMESTICO PERMANENTE | 4 | | 0% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 4. Gráfico estadístico de la pregunta 3

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 88% son los mismo que realizan la limpieza en su casa, mientras que solo un 9% son quienes contratan algún tercero para que realice la limpieza, y solo un 4% dispone de un tercero para las actividades domésticas a tiempo parcial.

4. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su vivienda?

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

| Tabla 4. ¿En cuál de los siguientes rangos se encuentra su vivienda? | | | | |
|--|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
| Menos de 75 Mt2 | 1 | 4 | 5% | 5% |
| de 76 Mt2 a 95Mt2 | 2 | 4 | 5% | 10% |
| de 96 Mt2 a 120Mt2 | 3 | 20 | 25% | 35% |
| Más de 120Mt2 | 4 | 52 | 65% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

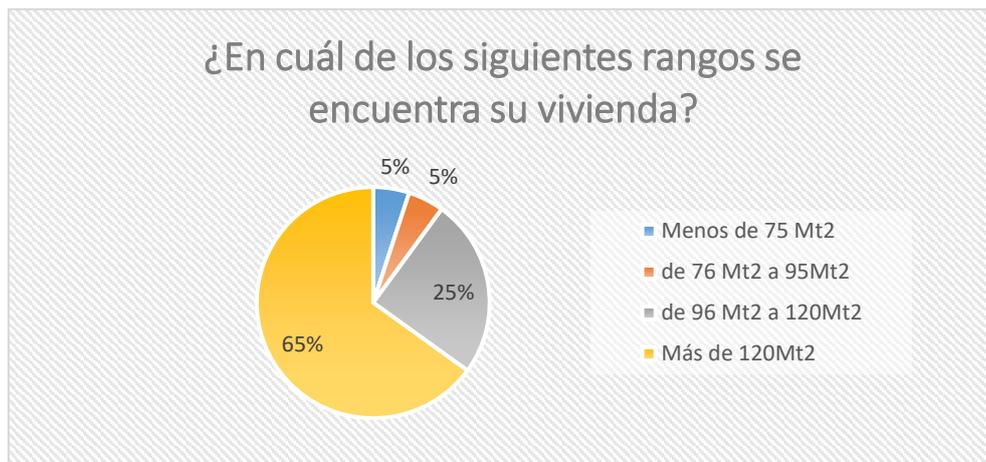


Figura 5. Gráfico estadístico de la pregunta 4

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 65% tiene su vivienda de más de 120 Mt2, así como un 25% tiene un 96 Mt2 a 120Mt2.

5. ¿Su vivienda es casa o departamento?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| DEPARTAMENTO | 1 | 8 | 10% | 10% |
| UNIFAMILIAR | 2 | 72 | 90% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Tabla 5. Su vivienda es casa o departamento

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 6. Gráfico estadístico de la pregunta 5

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 90% tiene una vivienda unifamiliar, mientras que solo un 10% vive en un departamento.

6. ¿Cuántas veces a la semana realiza la limpieza de su vivienda?

Tabla 6. Realiza la limpieza de su vivienda

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| 1 VEZ A LA SEMANA | 1 | 16 | 20% | 20% |
| 2 VECES A LA SEMANA | 2 | 46 | 58% | 78% |
| 3 VECES A LA SEMANA | 3 | 17 | 21% | 99% |
| 4 VECES A LA SEMANA | 4 | 0 | 0% | 99% |
| 5 VECES A LA SEMANA | 5 | 0 | 0% | 99% |
| 6 VECES A LA SEMANA | 6 | 0 | 0% | 99% |
| TODOS LOS DIAS | 7 | 1 | 1% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

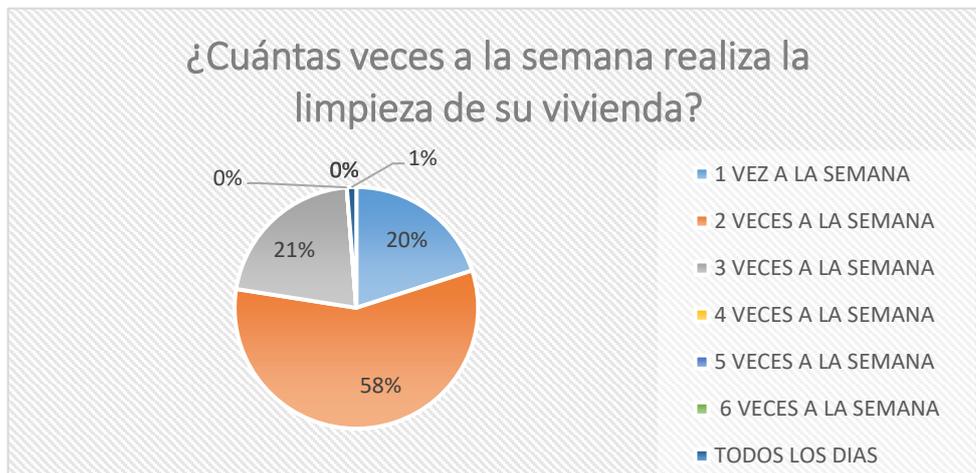


Figura 7. Gráfico estadístico de la pregunta 6

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 58% realiza 2 veces a la semana la limpieza de su vivienda, mientras que un

21% lo realiza 3 veces a la semana y solo un 20% lo realiza 1 vez a la semana.

7. ¿Aproximadamente cuánto tiempo en promedio le toma limpiar su vivienda en cada ocasión?

Tabla 7. ¿Cuánto tiempo en promedio le toma limpiar su vivienda en cada

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| Menos de 2 horas | 1 | 9 | 11% | 11% |
| de 2 a 4 horas | 2 | 36 | 45% | 56% |
| de 5 a 7 horas | 3 | 35 | 44% | 100% |
| Más de 8 horas | 4 | | 0% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

ocasión?

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 8. Gráfico estadístico de la pregunta 7

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que, del total de sujetos encuestados, un 45% le toma limpiar su vivienda de 2 a 4 horas, mientras que un 44% le toma limpiar en promedio de 5 a 7 horas.

8. Considerando la importancia de la limpieza de las diferentes áreas de su vivienda por favor mencione el orden de importancia. Donde el 1 será el área menos importante y el 5 el área más importante.

Tabla 8. Importancia de la limpieza de las diferentes áreas de su vivienda por

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| SALA | 1 | | 0% | 0% |
| COMEDOR | 2 | | 0% | 0% |
| COCINA | 3 | 8 | 10% | 10% |
| BAÑOS | 4 | 16 | 20% | 30% |
| DORMITORIO | 5 | 56 | 70% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

favor mencione el orden de importancia

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

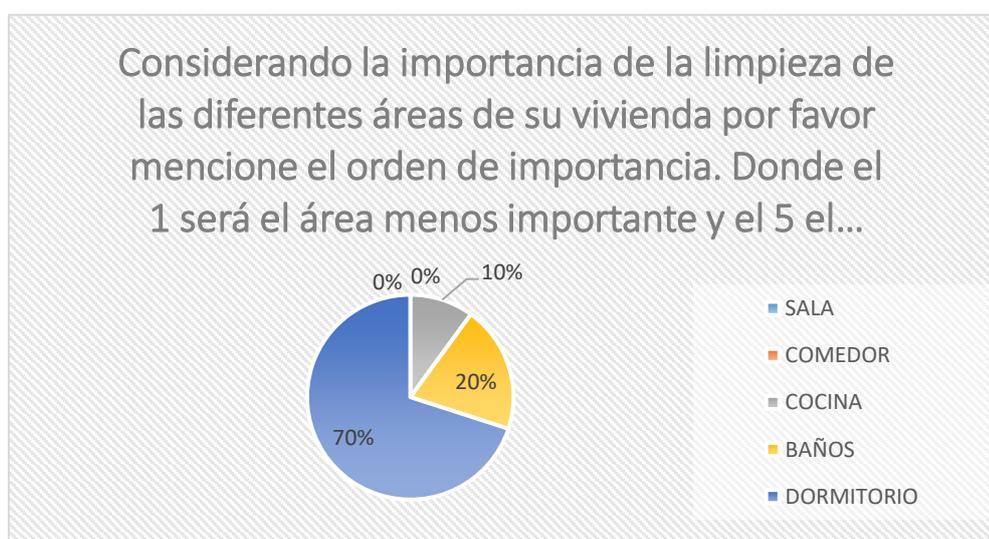


Figura 9. Gráfico estadístico de la pregunta 8

Fuente: Encuestas

Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 70% considera el dormitorio como un área de las más importantes, mientras que un 20% el área de baños y solo un 10% el área de la cocina.

9. Considerando la importancia de la limpieza de las áreas de su vivienda califique del 1 al 5 donde 1 es lo menos importante y 5 es muy importante [Comedor].

Tabla 9. La importancia de la limpieza de las áreas de su vivienda

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------------|---|----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Nada importante | 1 | 10 | 13% | 13% |
| Poco importante | 2 | 26 | 33% | 45% |
| Sin valor | | | | |
| Importante | | | | |
| Muy importante | 3 | 44 | 55% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 10. Gráfico estadístico de la pregunta 9

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 55% considera muy importante la limpieza del área de su casa, mientras que un 33% lo considera poco importante.

10. ¿Conoce o a escuchado de alguna empresa que brinde este tipo de servicio para su vivienda/departamento?

Tabla 10. Conoce o a escuchado de alguna empresa que brinde este tipo de servicio para su vivienda/departamento

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|--------------------------------|--------------------------------|--|
| SI | 1 | 8 | 10% | 10% |
| NO | 2 | 72 | 90% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

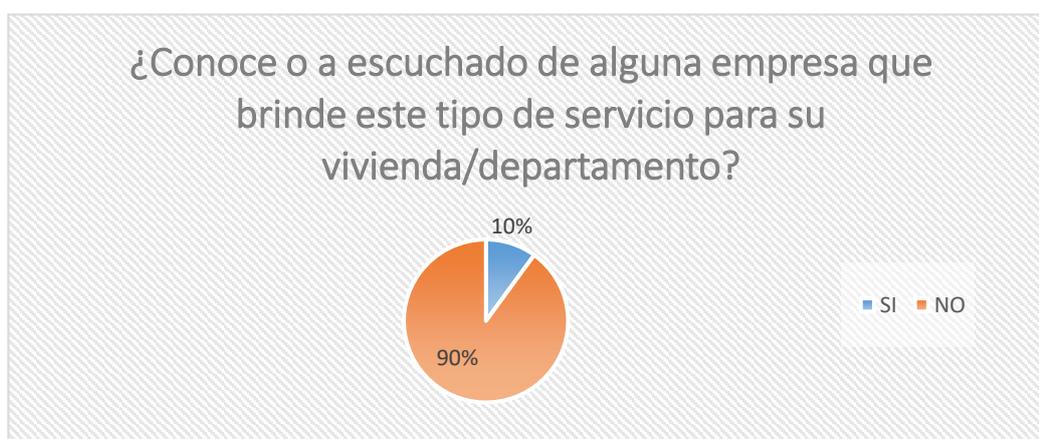


Figura 11. Gráfico estadístico de la pregunta 10

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 90% no ha escuchado alguna empresa que se dedique a limpiar un servicio de limpieza, mientras que solo un 10% ha escuchado de alguna empresa o agencia.

11. ¿Ha contratado alguna vez este servicio?

Tabla 11. Ha contratado alguna vez este servicio

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|--------------------------------|--------------------------------|--|
| SI | 1 | 69 | 86% | 86% |
| NO | 4 | 11 | 14% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

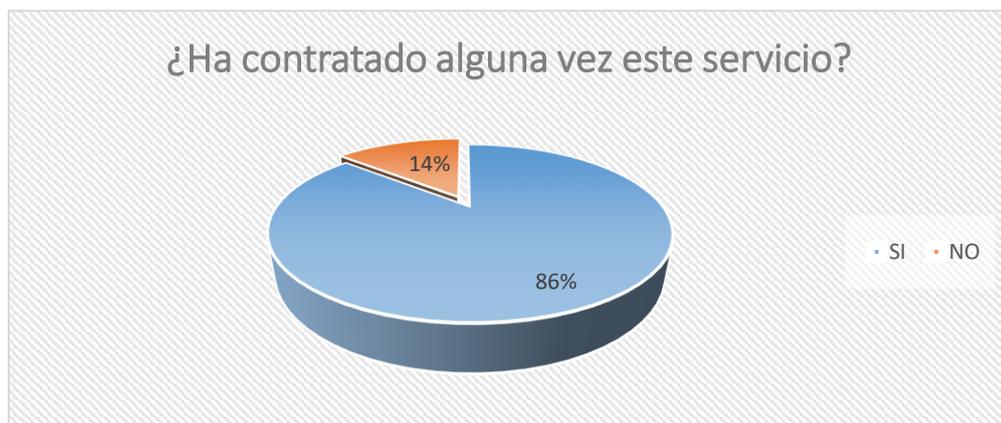


Figura 12. Gráfico estadístico de la pregunta 11

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 86% ha contratado alguna vez este servicio, mientras que solo un 14% no ha contado este servicio.

12. En una escala del 1 al 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho estuvo usted con el servicio brindado por esa empresa?

Tabla 12. ¿Qué tan satisfecho o insatisfecho estuvo usted con el servicio brindado por esa empresa?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| Muy insatisfecho | 1 | | 0% | 0% |
| Insatisfecho | 2 | 2 | 3% | 3% |
| Ni insatisfecho, Ni satisfecho | 3 | 4 | 5% | 5% |
| Satisfecho | 4 | 2 | 3% | 8% |
| Muy satisfecho | 5 | 72 | 90% | 90% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

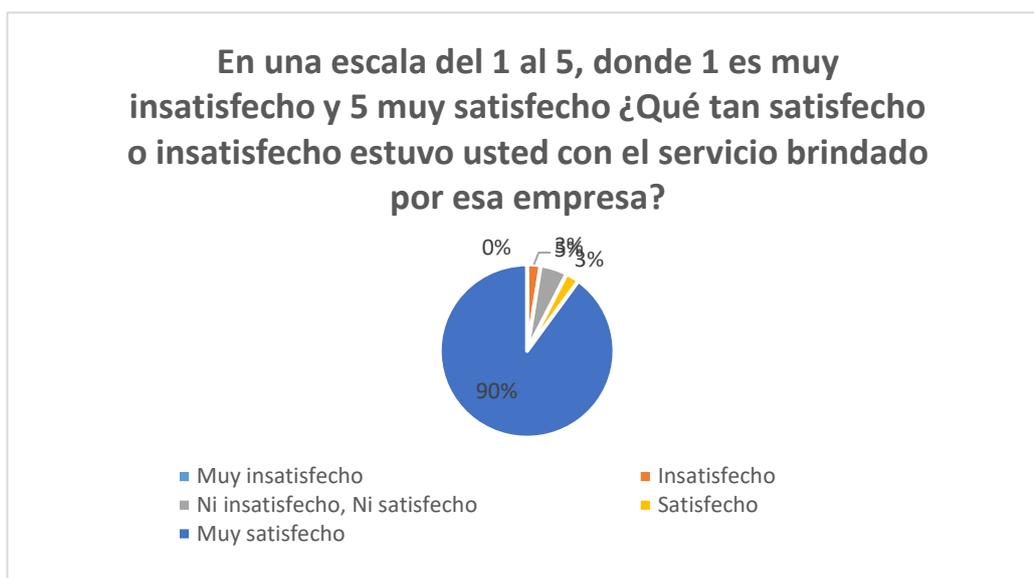


Figura 13. Gráfico estadístico de la pregunta 12

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 90% estuvo muy satisfecho con el servicio percibido, mientras que solo un 8% estuvo insatisfecho.

13. ¿Qué tan interesado estaría en contratar un servicio de limpieza para su vivienda por horas?

Tabla 13. ¿Qué tan interesado estaría en contratar un servicio de limpieza para su vivienda por horas?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---------------------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| Muy interesado | 1 | 11 | 14% | 14% |
| Interesado | | 39 | 49% | 63% |
| Ni interesado, ni desinteresado | | 23 | 29% | 91% |
| Desinteresado | 7 | 7 | 9% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

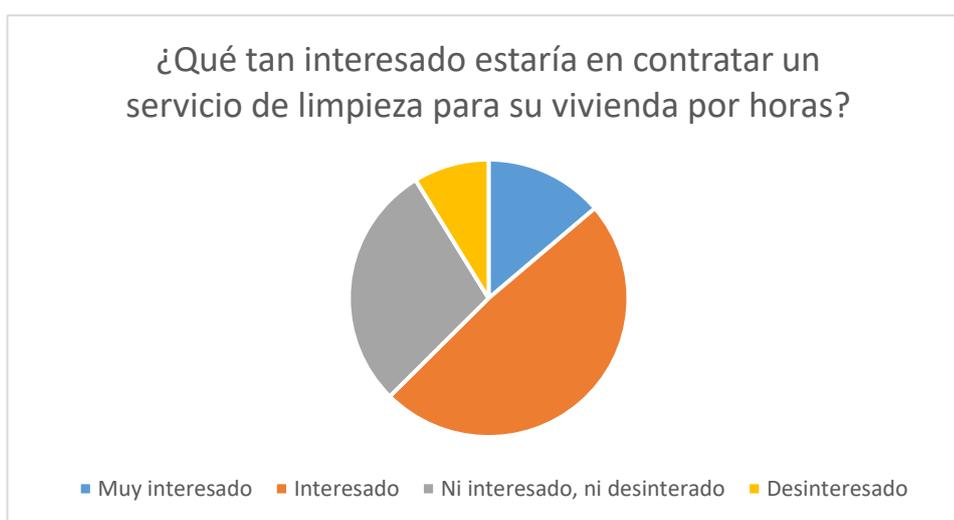


Figura 14. Gráfico estadístico de la pregunta 13

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 53% está muy interesado por adquirir el servicio de limpieza por horas, mientras que solo un 38% no está interesado en adquirir el servicio.

14. En caso de que decida contratar este servicio ¿Qué días de la semana preferiría que se realice la limpieza de su vivienda.

Tabla 14. Qué días de la semana preferiría que se realice la limpieza de su vivienda.

Fuente: Encuestas
 Elaboración: Propia

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|----------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| DE LUNES A VIERNES | 1 | 34 | 43% | 43% |
| SOLO FINES DE SEMANA | 2 | 46 | 58% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |



Figura 15. Gráfico estadístico de la pregunta 14

Fuente: Encuestas
 Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 58% preferiría adquirir el servicio de limpieza solo fines de semana, mientras que un 43% lo preferiría de lunes a viernes.

15. ¿Preferiría que la limpieza se realizara en el turno mañana o en el turno tarde?

Tabla 15. Preferiría que la limpieza se realizara en el turno mañana o en el turno tarde

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| MAÑANA | 1 | 26 | 33% | 33% |
| TARDE | | 46 | 58% | 90% |
| ME ES INDISTINTO | 2 | 8 | 10% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 16. Gráfico estadístico de la pregunta 15

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestas un 58% optaría por adquirir el servicio por las tardes, mientras que un 33% optaría por adquirirlo durante la mañana.

16. Sobre el costo del servicio ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza de su vivienda departamento?

Tabla 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza de su vivienda departamento?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| 30 | 1 | 13 | 16% | 16% |
| 35 | 2 | 4 | 5% | 21% |
| 40 | 3 | 21 | 26% | 48% |
| 45 | 4 | 3 | 4% | 51% |
| 50 | 5 | 21 | 26% | 78% |
| 60 | 6 | 7 | 9% | 86% |
| 70 | 7 | 11 | 14% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

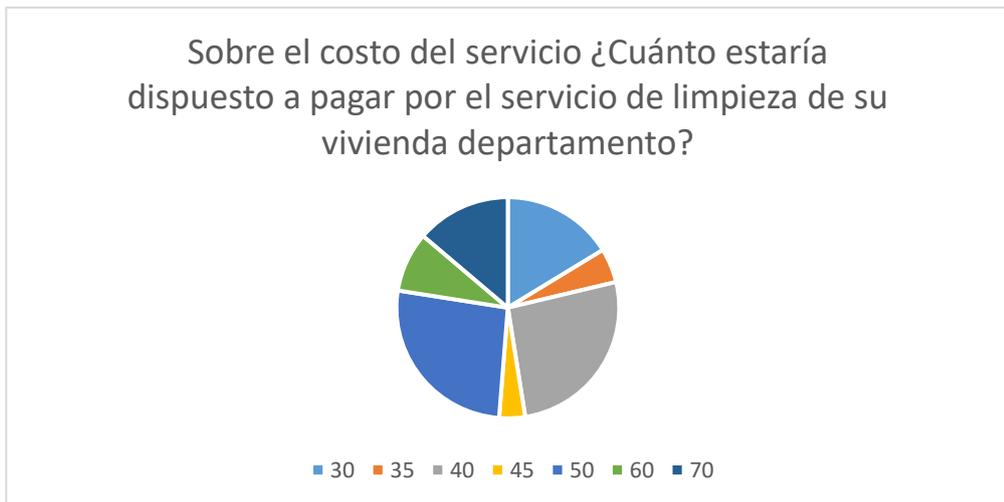


Figura 17. Gráfico estadístico de la pregunta 16

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

17. ¿Qué aspectos esperarías que tenga la empresa a la cual contratarías para realizar la limpieza de su vivienda?

Tabla 17. ¿Qué aspectos esperarías que tenga la empresa a la cual contratarías para realizar la limpieza de su vivienda?

Elaboración: Propia

Figura 18. Gráfico estadístico de la pregunta 17

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-------------------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| PERSONAL CAPACITADO | 1 | 4 | 5% | 5% |
| PERSONAL CON PAPELES EN REGLA | | 63 | 79% | 84% |
| GARANTIA | | 2 | 3% | 86% |
| PERSONAL CON REFERENCIAS | | 11 | 14% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 79% espera que el personal para brindar el servicio tenga papeles en regla, mientras que un 14% preferiría que tenga personal con referencias.

18. ¿Cómo estaría dispuesto a pagar el servicio de limpieza?

Tabla 18. ¿Cómo estaría dispuesto a pagar el servicio de limpieza contratada para realizar la limpieza de su vivienda?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| PREVIO AL SERVICIO | 1 | 4 | 5% | 5% |
| 50% ADELANTADO, 50% AL FINAL | | 13 | 16% | 21% |
| AL FINALIZAR | 2 | 63 | 79% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

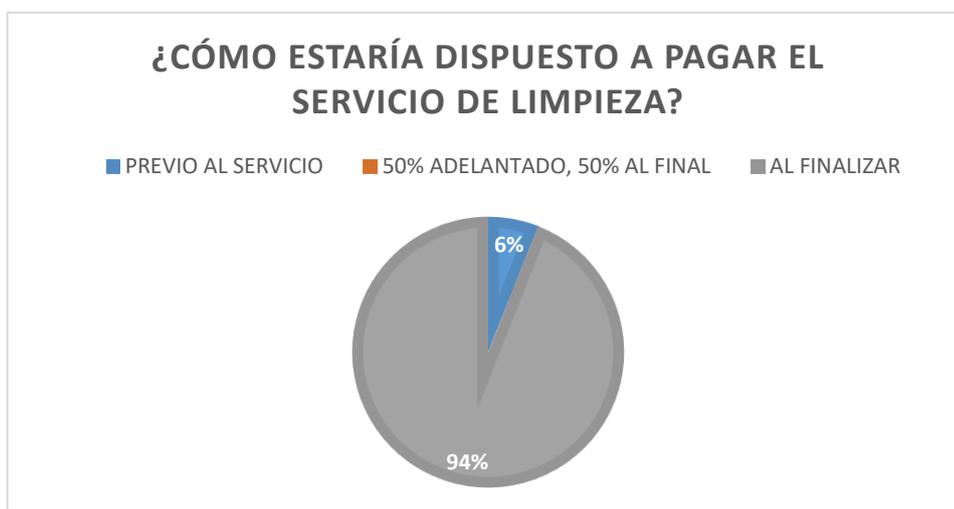


Figura 19. Gráfico estadístico de la pregunta 18

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 79% estaría dispuesto a pagar por el servicio al finalizarlo, mientras que un 16% optaría por pagarlo 50% adelantado y 50% al final.

19. ¿Por qué medio le gustaría realizar el pago del servicio contratado?

Tabla 19. ¿Por qué medio le gustaría realizar el pago del servicio contratado?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|----------------|---|------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| TARJETA ONLINE | 1 | 10 | 13% | 13% |
| EFFECTIVO | 2 | 31 | 39% | 39% |
| PLIN/YAPE | 3 | 26 | 33% | 33% |
| DEPOSITO | 4 | 13 | 16% | 16% |
| TOTAL | | 80 | 100% | 100% |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

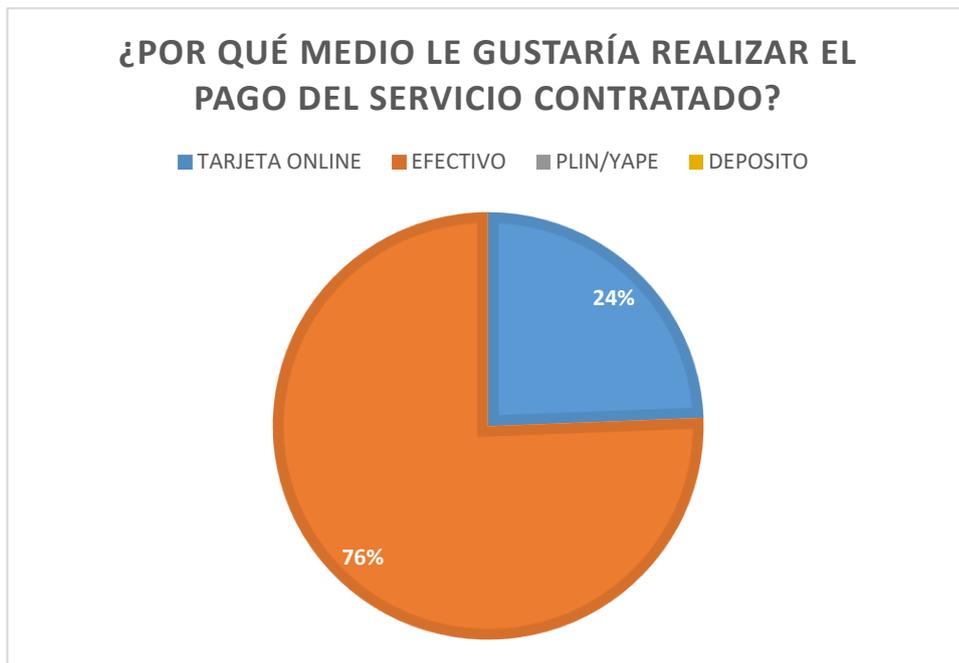


Figura 20. Gráfico estadístico de la pregunta 19

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

INTERPRETACION:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 39% pagaría por el servicio en efectivo, mientras que un 33% pagaría por Yape o Plin, y un 16% lo haría mediante un depósito.

1.2.2. Encuesta servicio doméstico de cuidado de niños y ancianos

La encuesta fue realizada entre 21/04/21 y el 28/04/21. Se realizó mediante formulario Google. Cantidad de personas: 80

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

| | | | |
|----|--|---|-----------|
| N= | $208,428 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5$ | = | 80 |
| | $0.1^2 * (208,428 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5$ | | |

1. ¿Cuál es su edad?

Tabla 20. Edad

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| 20 a 30 | 1 | 18 | 23% | 23% |
| 31 a 40 | 2 | 37 | 46% | 69% |
| 40 a 50 | 3 | 25 | 31% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 21. Gráfico estadístico de la pregunta 20

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 46% tienen edad entre los 31 a 50 años, a su vez un 31% tiene una edad de 40 a 50, y solo un 23% tiene entre 20 a 30 años de edad.

2. ¿En qué distrito reside?

Tabla 21. En que distrito reside

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-----------------------------|---|----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Cercado | 1 | 34 | 43% | 43% |
| Ciudad Nueva | 2 | 3 | 4% | 46% |
| Pocollay | 3 | 14 | 18% | 64% |
| Calana | 4 | 6 | 8% | |
| Coronel Gregorio Albarracín | 5 | 17 | 21% | |
| Alto de la alianza | 6 | 4 | 5% | 69% |
| Leguia | 7 | 2 | 3% | 71% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

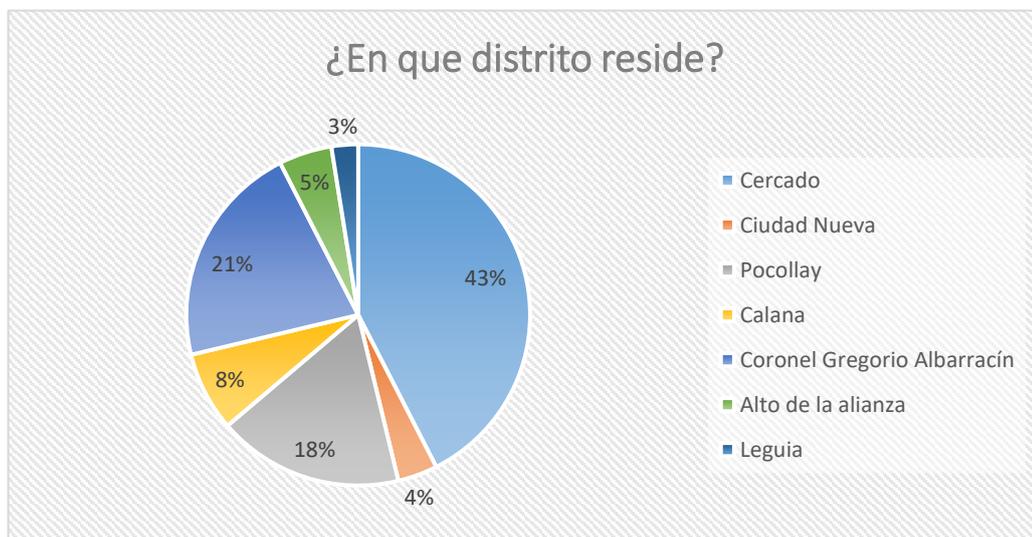


Figura 22. Gráfico estadístico de la pregunta 21

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación.

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestas un 43% reside en el cercado de Tacna, a su vez un 21% reside en el distrito de Gregorio Albarracín, y solo un 18% reside en el distrito de Pocollay.:

3. ¿Usted tiene hijos?

Tabla 22. Hijos

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 1 | 54 | 68% | 68% |
| NO | 2 | 26 | 33% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 23. Gráfico estadístico de la pregunta 22

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación.

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestas un 68% afirmo que tiene hijo(a)s mientras que solo un 33% no tiene hijo(a)s.

4. ¿Usted tiene familiares ancianos?

Tabla 23. Usted tiene familiares ancianos

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 1 | 46 | 58% | 58% |
| NO | 2 | 34 | 43% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

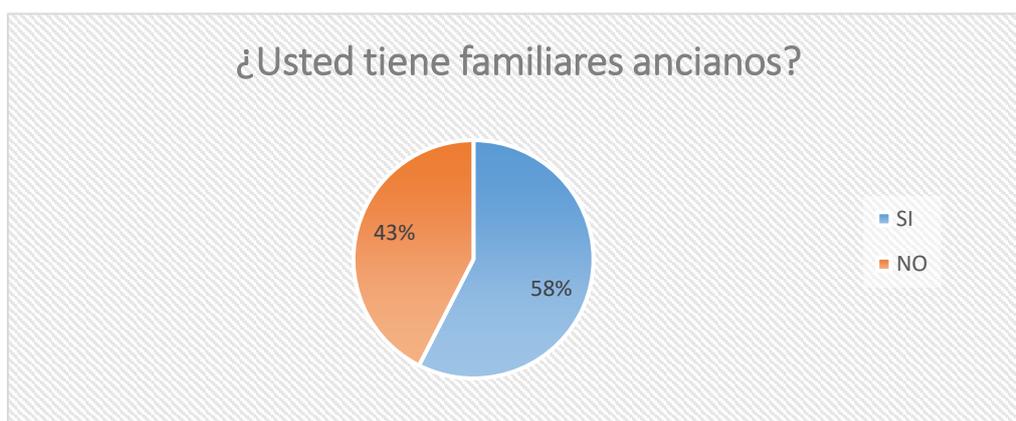


Figura 24. Gráfico estadístico de la pregunta 23

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestas un 58% afirmo que tiene algún familiar de la tercera edad dentro de su familia mientras que solo un 43% no familiares de la tercera edad dentro de su hogar.

5. ¿Alguna vez contrato el servicio de cuidado de niños?

Tabla 24. ¿Alguna vez contrato el servicio de cuidado de niños?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 1 | 42 | 53% | 53% |
| NO | 2 | 38 | 48% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 25. Gráfico estadístico de la pregunta 24

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 53% afirmo que alguna vez ha contrato el servicio de cuidado de niños, cabe mencionar que algunos de estos fueron externos o solo por alguna situación imprevista que se le presento, a su vez solo un 48% no ha contratado algún servicio de cuidado de niños.

6. ¿Alguna vez contrato el servicio de cuidado del adulto mayor?

Tabla 25. ¿Alguna vez contrato el servicio de cuidado del adulto mayor?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--|--|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| | | | | |

| | | | | |
|--------------|---|-----------|-------------|-------------|
| SI | 1 | 33 | 41% | 41% |
| NO | 2 | 47 | 59% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 26. Gráfico estadístico de la pregunta 25

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 59% no ha contratado alguna vez el servicio de cuidado del adulto mayor, mientras que un 41% si ha contratado el servicio de adulto mayor.

7. ¿Cuál sería la jornada que usted requiera para el cuidado de su niño o del adulto mayor?

Tabla 26. ¿Cuál sería la jornada que usted requiera para el cuidado de su niño o del adulto mayor?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------|---|----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Mañana | 1 | 26 | 33% | 33% |

| | | | | |
|--------------|---|-----------|-------------|-------------|
| Tarde | 2 | 13 | 16% | 49% |
| Noche | 3 | 5 | 6% | 55% |
| Por horas | 4 | 36 | 45% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 27. Gráfico estadístico de la pregunta 26

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que, del total de sujetos encuestados, un 45% optaría por requerir el servicio de cuidado de niño y adulto mayor por horas, mientras que un 33% lo requeriría por la mañana y solo un 16% adquiriría el servicio por la tarde.

8. ¿Conoce de alguna agencia de cuidado de niños o del adulto mayor?

Tabla 27. Conoce de alguna agencia de cuidado de niños o del adulto mayor

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 1 | 26 | 33% | 33% |
| NO | 2 | 54 | 68% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

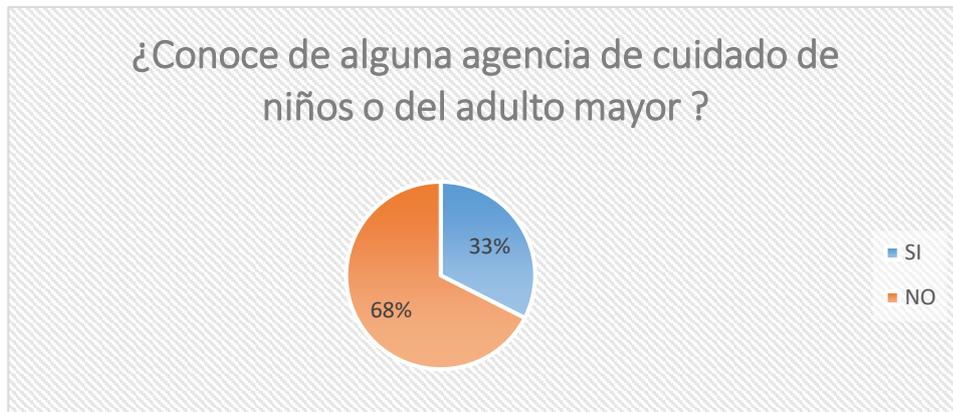


Figura 28. Gráfico estadístico de la pregunta 27

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 68% no conoce a de alguna agencia de cuidado de niños y adulto mayor, lo que es muy relevante debido a que queda abierto un pequeño nicho de mercado para poder incursionar a su vez solo un 33% conoce de algunas personas y/o agencia que se encarguen de brindar este servicio.

9. ¿Le gustaría que el niño o el adulto mayor reciba ayuda con sus actividades adicionales en alguna de las siguientes modalidades?

Tabla 28. Le gustaría que el niño o el adulto mayor reciba ayuda con sus actividades adicionales en alguna de las siguientes modalidades.

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---------------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| MANUALIDADES | 1 | 10 | 13% | 13% |
| DEPORTIVAS | 2 | 26 | 33% | 45% |
| EN SUS TAREAS | 3 | 44 | 55% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

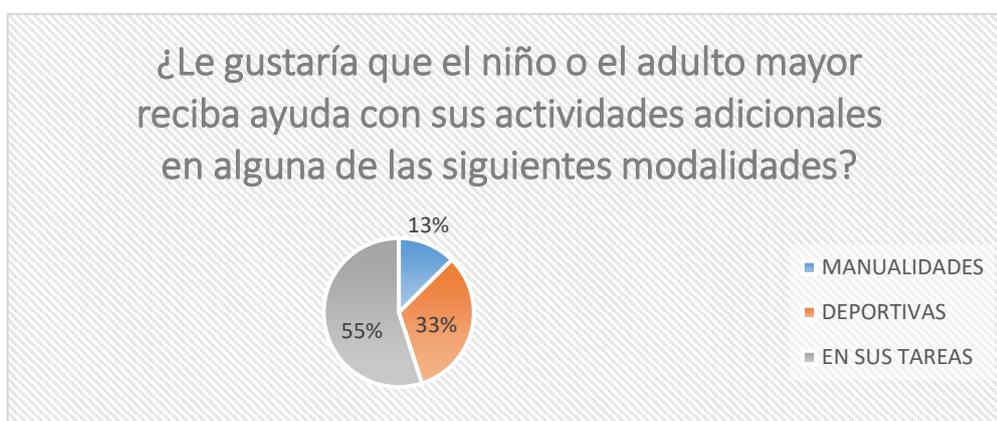


Figura 29. Gráfico estadístico de la pregunta 28

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 55% le gustaría que sus niños reciban ayuda adicional en el servicio de cuidado de niños en sus tareas académicas, mientras que un 33% preferiría que reciban talleres o ayuda en actividades deportivas y solo un 13% opto por talleres de manualidades para sus niños y o adultos mayores.

10. ¿Estaría dispuesto a probar un nuevo servicio, del cuidado del niño o del adulto mayor con personal altamente calificado y capacitado para que le ayuden en desarrollo y crecimiento?

Tabla 29. ¿Estaría dispuesto a probar un nuevo servicio, del cuidado del niño o del adulto mayor con personal altamente calificado y capacitado para que le ayuden en desarrollo y crecimiento?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 1 | 61 | 76% | 76% |
| NO | 2 | 19 | 24% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

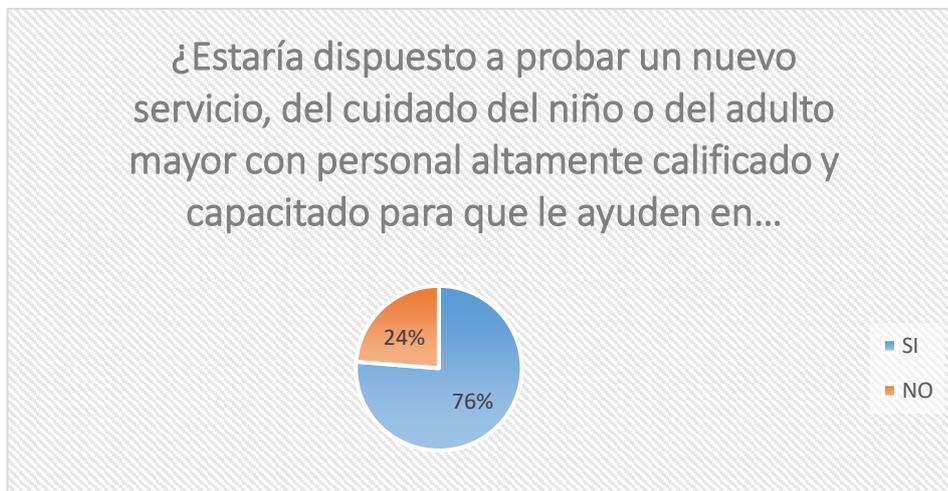


Figura 30. Gráfico estadístico de la pregunta 29

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 76% estaría dispuesto adquirir el servicio de cuidado de niños, como de cuidado de adultos mayores, lo que hace muy rentable el mercado mientras que solo un 24% no adquiriría este servicio.

11. ¿Qué valor es el que usted más valora del servicio de cuidado infantil o cuidado de adulto mayor?

Tabla 30. Qué valor es el que usted más valora del servicio de cuidado infantil o cuidado de adulto mayor

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-----------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| PUNTUALIDAD | 1 | 14 | 18% | 18% |
| HONESTIDAD | 2 | 22 | 28% | 45% |
| COMPROMISO | 3 | 6 | 8% | 53% |
| RESPONSABILIDAD | 4 | 38 | 48% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia



Figura 31. Gráfico estadístico de la pregunta 30

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 48% valora más la responsabilidad por parte de los colaboradores de la agencia como principal valor percibido mientras que solo un 28% valora más la Honestidad, y solo un 18% valora la puntualidad, por motivos de trabajos y contratiempos que podrían surgir para los padres respecto a su centro laboral.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio de cuidado de niños?

Tabla 31. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio de cuidado de niños?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| DE 300 A 400 | 1 | 17 | 21% | 21% |
| DE 400 A 500 | 2 | 19 | 24% | 45% |
| DE 500 A 600 | 3 | 44 | 55% | 100% |
| TOTAL | | 80 | 100% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

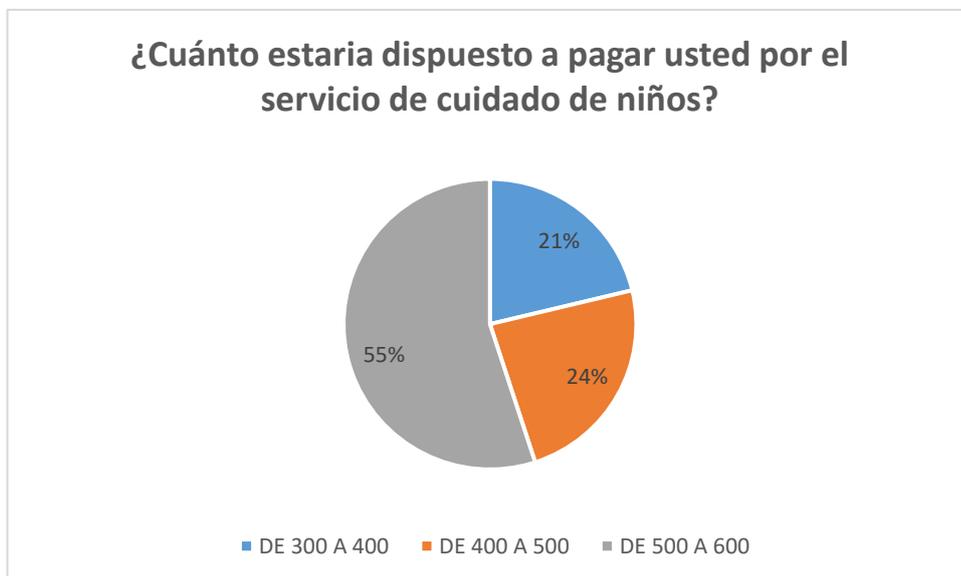


Figura 32. Gráfico estadístico de la pregunta 31

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 55% estaría dispuesto a pagar entre 500 a 600 soles por el servicio de cuidado de niños, mientras que solo un 24% estaría dispuesto a pagar entre 400 a 500 soles.

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio de cuidado de adulto mayor?

Tabla 32. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por el servicio de cuidado de adulto mayor?

| | | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---|---------------------|---------------------|-------------------------------|
| DE 300 A 400 | 1 | 14 | 18% | 18% |
| DE 400 A 500 | 2 | 43 | 54% | 71% |
| DE 500 A 600 | 3 | 22 | 28% | 99% |
| TOTAL | | 79 | 99% | |

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

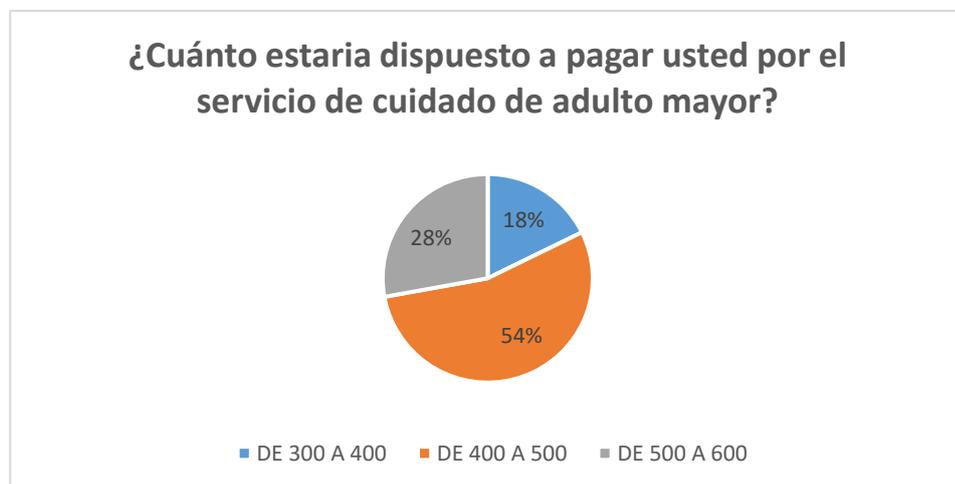


Figura 33. Gráfico estadístico de la pregunta 32

Fuente: Encuestas
Elaboración: Propia

Interpretación:

De la tabla podemos inferir que del total de sujetos encuestados un 54% estaría dispuesto a pagar entre 400 a 500 soles por el servicio de cuidado de adulto mayor mientras que solo un 28% estaría dispuesto a pagar entre 500 a 600 soles.

Análisis de los resultados en base a las encuestas

1.2.3. El Segmento del Mercado

El servicio está dirigido a hogares con hijos es decir padres y/o madres de familia de la ciudad de Tacna, que trabajan la mayor parte de su tiempo y por lo mismo no pueden disponer de todo el tiempo para darle el mejor cuidado de sus hijos.

Este segmento es especial para las familias que se encuentran trabajando como también padre, madre soltera(a)s que la mayor parte de su tiempo están trabajando, ya que tanto niños y niñas necesitan calidad y cuidado durante el tiempo que su apoderada se encuentran trabajando, se busca brindar la garantía y confianza adecuada al público objetivo para que estos puedan realizar sus jornadas diarias con tranquilidad gracias a nuestro servicio. Nuestro servicio también va dirigido para las familias que integran un adulto mayor que por lo mismo motivos expuestos anteriormente no dispongan de tiempo para poder brindarle las atenciones requeridas para el adulto mayor.

1.2.4. El Futuro del Mercado

La salud y seguridad es una actividad en la cual año tras año las familias peruanas tienen disposición de gasto; de acuerdo con las estadísticas del Comité de Comercio Exterior (comex)

La preocupación por parte de los padres por el cuidado tanto en el hogar como en las escuelas es un factor muy relevante, especialmente para los hogares donde tanto como padre y madre se encuentran trabajando.

- La tecnología viene siendo un factor muy importante en el desarrollo, por lo tanto la educación e inclusive el cuidado puede incrementar la calidad del servicio, si bien es cierto ya existe tecnología que facilita la realización de este servicio, se vienen desarrollando nuevas tecnologías para el beneficio de nuestro público objetivo expuesto anteriormente, especialmente el dirigido para niños.
- La prevención por parte de la ciudadanía ha llevado a la búsqueda inversión en servicios privados que mejoren su calidad de vida, lo que aumentó el interés de las personas, en especial el cuidado por niños, jóvenes, adulto mayor en desarrollar actividades de prevención

1.3. Estrategia del Producto o Servicio

Una de las necesidades que se va a satisfacer, será brindar la seguridad y tranquilidad a los apoderados de los niño(a) s así como también a los hijos e hijas o hermanos y hermanas del adulto mayor del hogar que adquiera nuestro servicio, el compromiso con la familia de tratar de que niños, jóvenes y adultos puedan estar seguros, muy bien cuidados y atendidos para que así el resto de integrantes de familia pueda realizar sus actividades cotidianas sin preocupaciones.

1.3.1. Innovación

Porque te van a preferir a ti y no a tu competencia, que le ofreces tu que los demás no y porque vale la pena pagar por eso.

1.3.2. Prototipo del producto

Imagen o dibujo de la necesidad que va a satisfacer

1.3.3. Relación con el Cliente

La relación que la empresa tendrá con el cliente será directa, ya que, desde un principio, se le brindará ayuda en todo momento, explicándole las características del servicio y los servicios complementarios de los cuales nuestros clientes contarán siempre. Así como un seguimiento de postventa para evaluar el nivel de satisfacción del servicio, por otro lado, los colaboradores buscarán brindar un servicio plus el cual consiste en brindar un servicio de ayuda e inducción para el niño(a) para el realización de actividades académicas, como reforzamiento del mismo a través de la tecnología. A su vez se buscara la manera de brindar ciertos tiempos durante el servicio que busquen fomentar el deporte o actividades recreativas que tienen como objetivo mejorar las habilidades de los niños y niñas.

1.4. Estrategia de Comunicación

Los principales medios en los que se va a publicitar el negocio serán las redes sociales, comerciales en canales locales de televisión, periódicos locales y paneles publicitarios ubicadas estratégicamente dentro de la ciudad.

Redes Sociales: Se creará páginas de la empresa en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, etc.) para llegar de una forma masiva a los clientes potenciales.

Periódicos: Se publicará el anuncio del negocio 4 oportunidades a la semana en los periódicos del distrito que tienen un costo aproximado de S/.60.00 por día. Dependiendo del periódico.

Publicidad a través de paneles: Estos deberán estar ubicados en puntos estratégicos teniendo concordancia de los distritos de mayor aglomeración de nuestro muestreo y donde se encuentre gran parte del público objetivo. Al inicio de lanzamiento del servicio se contará con 5 dentro de la ciudad con un costo mensual de alquiler del panel entre 150 a 180 soles, variando según la ubicación del panel, Estos paneles tendrán a disminuir conforme se gane posicionamiento del servicio en el mercado.

La manera más efectiva en la que se logra posicionar una empresa o negocio es por medio del boca a boca, ya que, si un cliente queda satisfecho, este recomendará el negocio a sus familiares, amigos y/o conocido creando así una cadena que no solo se rompería en el caso que se deteriore el servicio

1.5. Estrategia del Comercialización

La comercialización será directa ya que el contacto será directo con los clientes, de la misma forma la adquisición por parte de los clientes será directa ya que no existirán intermediarios entre ellos y el negocio, esta compra puede realizarse de manera directa en la tienda o a pedido, realizando una reserva por la página o teléfonos de contacto. Al ser una comercialización directa disminuye un poco el costo del servicio, haciéndolo más agradable al mercado objetivo.

1.6. Estrategias de Ingresos

El precio del servicio se determinará mediante un promedio de las horas a la semana, así como también el día o los días que se adquiera el servicio, otro factor relevante será también la edad del niño, debido a que también estamos considerando que la edad influirá mucho en las atenciones del niño como del adulto mayor. El precio en promedio de los servicios más cercanos es de S/.300.00 a S/.500. Semanales

Se contará con servicios complementarios, como la asesoría de servicios plus, como la realización y reforzamiento dirigido especialmente para las tareas o actividades académicas del niño o niña.

En el Primer año de funcionamiento a mediados de Julio, se iniciará el lanzamiento de la marca por medio de las redes Tacna, ofreciendo ofertas y promociones, esta se desarrollará todos los meses.

A partir del segundo año para cuando se pretende estar posicionados dentro del mercado o público objetivo se buscará llegar a las provincias de Tacna, para hacer un poco más conocido el establecimiento en toda la región.

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

- Nombre: Agencia de servicio domestico

- Descripción del Servicio:

- En este proyecto se describe la creación de una empresa cuya actividad es ofrecer servicios de asistencia doméstica a domicilio, consiste en el cuidado de niños y ancianos y de limpieza de casas, a modo de apoyo a las familias en la crianza de sus hijos y con el cuidado de los ancianos y con la limpieza del hogar, con personas altamente capacitadas en el cuidado de menores y con las personas adultas, quienes brindarán un servicio completo

- Cuidado de niños:

Brindan asistencia en el cuidado de niños, contribuyendo con los padres para satisfacer las necesidades físicas, emocionales, intelectuales y sociales de los infantes, brindándoles, además, las herramientas necesarias para que desarrollen sus habilidades y destrezas durante su crecimiento.

- Cuidado del adulto mayor:

Brinda el servicio de cuidado del adulto mayor son básicamente de acompañamiento y apoyo y asistencia en sus actividades cotidianas

- Limpieza del hogar:

Brinda el servicio mantenimiento del hogar, baza sobre la limpieza y mantenimiento que se realiza en el hogar

Ventajas:

- Amplia base de datos de candidatos: El reclutamiento y selección, poseen las mejores bases de datos de candidatos. Que están incluso

preseleccionado para ciertos cargos, porque ya fueron evaluados y entrevistados.

- Selección y reclutamiento en poco tiempo: Si contrata una agencia de reclutamiento y selección de personal. No tendrá que esperar meses para disponer de talento humano de alto rendimiento.
- Conocen el mercado laboral y las leyes: cuáles son los talentos disponibles, Además, de las habilidades que se necesitan para aumentar la productividad, la legislación vigente en materia laboral, entre otras.
- Buena atención

Cualquiera llamada que se realiza del cliente hacia nosotras se le atenderá con amabilidad, respeto y con todo el agradecimiento con la compra del producto.

2.2. Flujo del Proceso

2.2.1. Equipo y maquinaria

- Computadora.
- Impresora.
- Equipo de música.

2.2.2. Servicio

Se explica el proceso para el desarrollo del servicio:

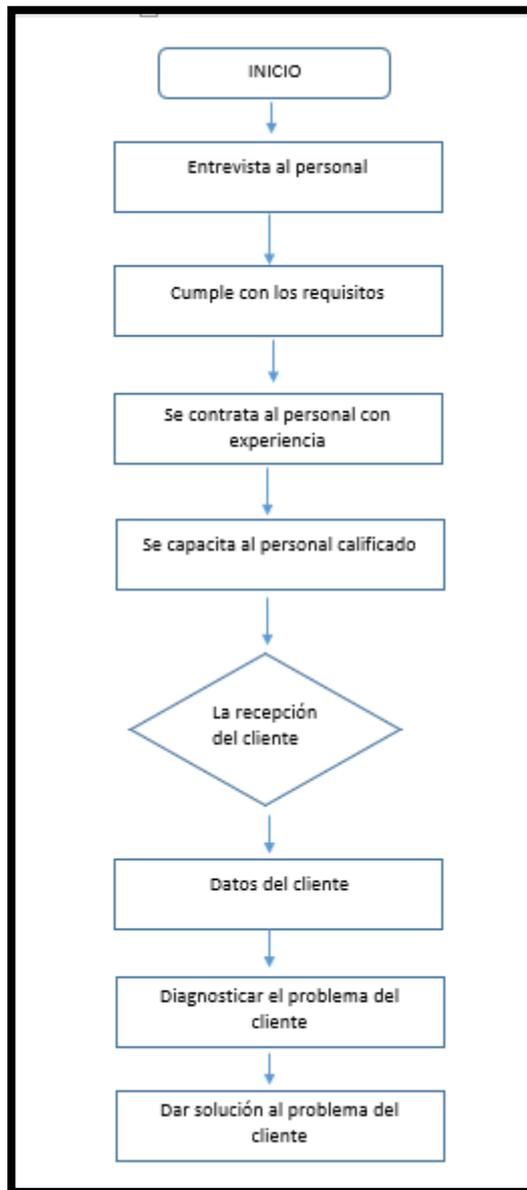


Figura 34. Gráfico del proceso de servicio

Elaboración: Propia

2.2.2.1. Proceso del servicio explicado

Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado.

En él se pueden incluir tiempos, requerimientos, para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo, los cuales sirven para mostrar los espacios como también la utilización de los materiales hasta llegar a su última fase del servicio.

2.2.2.2. El cliente ingresa al establecimiento

Primeramente, el cliente ya ha sido informado que en la ciudad de Tacna está establecida la empresa Soluciones H & F gracias a la publicidad y marketing por ende se decide visitar las instalaciones físicas o virtuales.

2.2.2.3. Se le toma los datos y se brinda una proforma

Al momento que ingresa al área de informes, los colaboradores tomarán los datos para tener una referencia del cliente.

Hecho esto, la persona brindará primero una cotización, posterior cuando el cliente este decidido a tomar el servicio se emitirá una proforma de servicio con el precio, descripciones y a despejar alguna consulta con los encargados del centro de el plazo de la consulta virtual o física.

2.2.2.4. Decisión de tomar el servicio

En este caso si el/los clientes deciden tomar el servicio de sanitización. Por otra parte, si el/los clientes no deciden, pueden optar por los productos complementarios que les ofrecemos que son de calidad. (SODIMAC, s.f.)

2.2.2.5. Se solicita los implementos e insumos a almacén

Luego de ver la zona en la que se llevará a cabo el servicio, se solicitará mediante requerimiento, luego procederá a la entrega de los implementos e insumos respectivos.

2.2.2.6. Ordena el servicio por hora y cancela

Ya decidido el servicio, habrá una visita previa del inspector de seguridad sanitaria que asesorará y evaluará las condiciones para un mejor servicio.

El pago será mediante depósito a la cuenta de negocio que se apertura, solo en caso sea urgente y el cliente se ve en la dificultad de realizar el depósito se hará en efectivo.

2.2.2.7. Se realiza el servicio solicitado

Por consiguiente, el inspector de seguridad sanitaria se dirigirá a la vivienda o negocio a realizar la labor de sanitización juntamente con un colaborador de asistente.

2.2.2.8. Servicio Postventa

Posterior al servicio en un plazo no mayor ni menor a 15 días se realizará una llamada programada, para verificar y medir el nivel de satisfacción del servicio, lo que no permitirá analizar el resultado, mejorar, brindar así un servicio de calidad y eficaz.

2.2.2.9. Producto o servicio terminado

Soluciones H & F Tacna, será un espacio agradable donde los clientes podrán disfrutar, sentirse respaldado por la información brindada tanto en la plataforma, vía telefónica y en nuestro espacio físico de las instalaciones, tanto en la parte el proyecto busca brindar salubridad, contribuir a la mayor parte de la población como también nuestros clientes potenciales.

- Mano De Obra: El talento humano a contratar será de la localidad de Tacna con la finalidad de brindar puestos de trabajo y reactivar nuestra economía.
- Tecnología: Es importante aplicar medidas óptimas de higiene y seguridad en todos los ambientes respondan a las inquietudes de todos los que asisten. El plan de tecnología aplicaremos estandarización de procesos y calidad para el servicio y la compra de insumos para así mitigación de cualquier virus o elemento contaminante para la salud .-

Factores Condicionales

- **Geográfico:**

Estaremos ubicados en el sur del Perú, en la Heroica Ciudad de Tacna un punto estratégico puesto que estamos en frontera con Chile que nos permita importar y tener la cercanía del puerto de Arica, así mismo estamos en zona franca, lo que nos pone una oportunidad de ser usuarios para hacer uso de los beneficios que nos permite. (repositorio neumann.edu, s.f.)

- **Institucional:**

Seremos una empresa formal que en el proceso del crecimiento en el mercado buscaremos participar en las convocatorias de la OSCE. Para lo que buscaremos certificarnos y participar del Plan Anual de Contrataciones por el Estado. (portal.osce, s.f.)

- **Social:**

Buscaremos posicionarnos en la mente de nuestros clientes, impulsando por el marketing digital y el boca a boca que será nuestra mejor carta de recomendación.

- **Económico:**

En la implementación de esta idea de negocio solicitaremos será por medio del aporte de los socios, así generar inversión será por medio de financiamiento con capital propio.

- **Capacidad Instalada Estimada**

Se iniciará operaciones con 3 ambientes, totalmente equipadas, la primera estación se destinará de los espacios será destinado al área administrativa con zona de recepción en esta estación es donde los clientes podrán tomar asiento de igual manera se les brindará informes, se contará con 1 servicios higiénicos.

Factores Determinantes

- **Demanda**

Se percibió una fuerte demanda en la ciudad, después de hacer algunas preguntas a un grupo considerable de personas, y la mayoría afirmaron que tomaría el servicio ya que hoy más que antes se vela por la salubridad.

- **Insumos**

Se contará con todos los insumos e implementos necesarios para el correcto funcionamiento del establecimiento.

- **Estacionalidad**

Se atenderá todo el año, pero se estima que en estación de verano habrá una mayor percepción de clientes en el establecimiento.

Factores Condicionales

- **Tecnología**

En cuanto a este punto no habrá ningún inconveniente, ya que se contará con la tecnología e implementos necesarios para el funcionamiento del establecimiento.

2.3. Localización del Proyecto

2.3.1. Macro localización:

Se plantea la implementación del proyecto en el Distrito de Tacna, Provincia de Tacna, al ser éste el lugar de residencia habitual. Así mismo, en esta consideración se incluyen aspectos significativos para la toma de decisiones en lo referente a la macro localización de la iniciativa; entre ellos; la disponibilidad de la mano de obra y su costo, la cercanía de las fuentes de abastecimiento del insumo del servicio (el personal) como lo son las poblaciones aledañas de donde los pobladores migran en busca de oportunidades laborales; y más importante aún, la afinidad y accesibilidad al mercado.

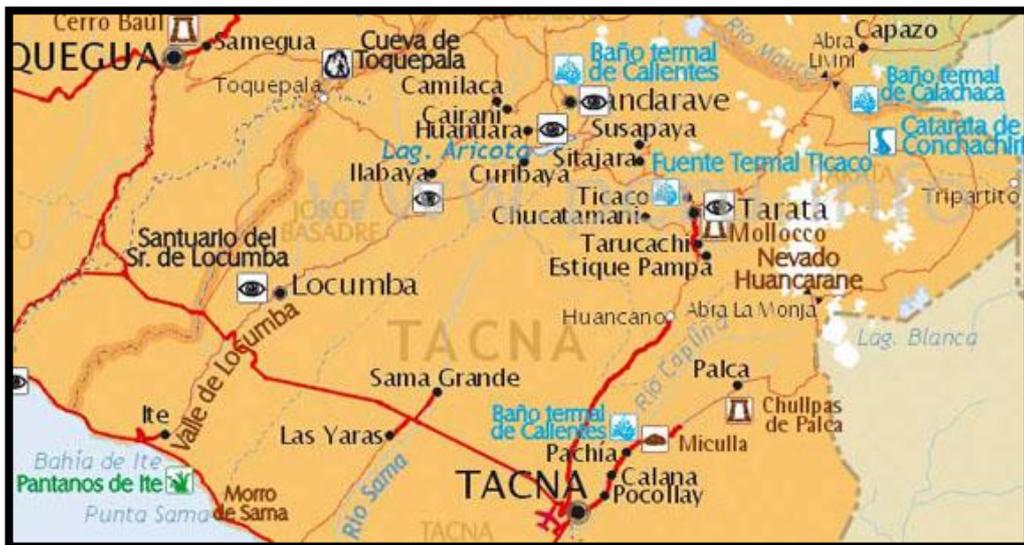


Figura 35. Macro localización

Elaboración: Propia

2.3.2. Micro localización:

Nuestro local de atención se encontrará instalado en la Av. Gustavo Pinto s/n Alto de la Alianza, primer piso, cuenta con una entrada amplia y con espacios para cada área de la empresa H Y F Es una zona comercial donde se observa negocios de similares rubros de agencia de empleos con una alta concurrencia de personas. (google, s.f.)

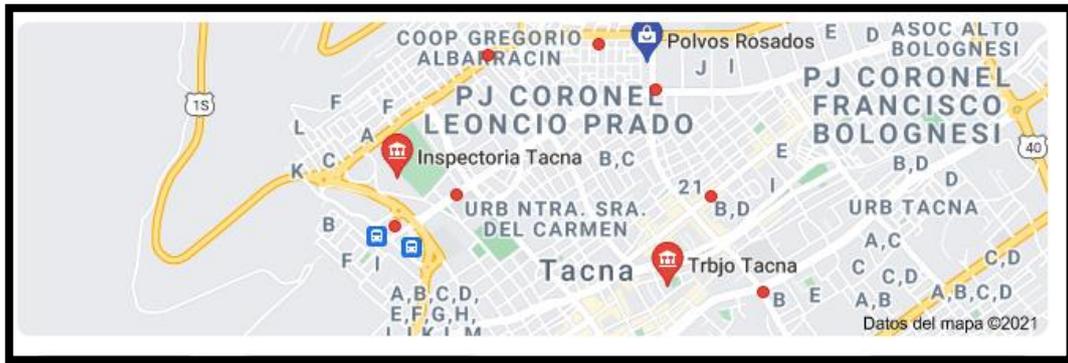


Figura 36. Gráfico de Micro localización.

Elaboración: Propia

- Aspectos Financieros

Capacidad General en cuanto al alquiler del establecimiento, será respaldado por el servicio que se brindará por día, será de 30 - 60 veces semanas, siendo 5-10 por día, de lunes a sábado, las horas de funcionamiento serán part time, de lunes a jueves por las mañanas el horario será de 9:00 - 13:00 por las tardes entre las 16:00 y las 20:00 horas, y sábados - domingo entre las 9:00 14:00

2.4. Capacidad estimada

La capacidad máxima del establecimiento en cuanto al servicio de sanitización por día será de 5 a 10 veces, siendo 30 a 60 semanales y 120 a 220 servicios mensuales en funcionamiento constante de lunes a sábado según se pueda tener el crecimiento planteado en la proyección.

- Recursos Humanos

En este punto indicaremos que el talento humano con el que contaremos será inicialmente personal para el área de ventanilla 2 personas, participación será de medio tiempo, mientras que el personal en el área administrativa ventas, marketing será externo 1 persona ,1 contador externo, personal operario 2. Dentro de la dinámica económica que buscamos generar contaremos en total con 10 miembros

2.5. Infraestructura

En este apartado describiremos las áreas que requieren la empresa y su tamaño.

2.5.1. Área de oficina

Oficina de 4 x 4m

2.6. Distribución de la Planta

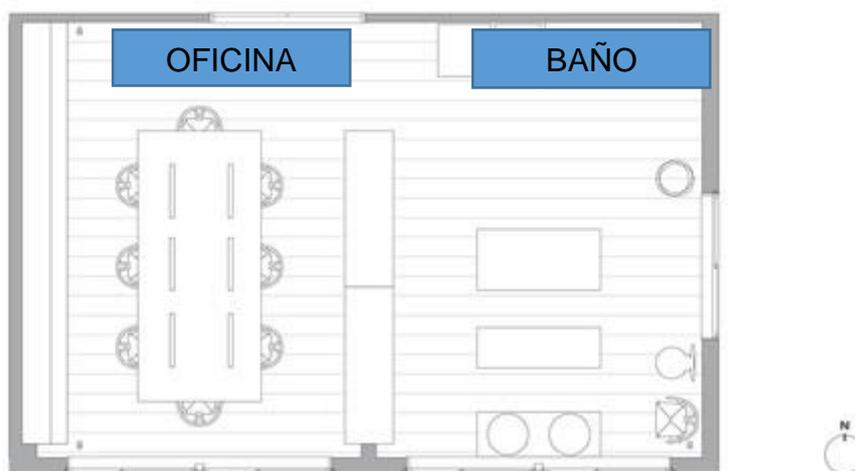


Figura 37. Plano 2D de distribución de la planta

Fuente: Elaboración Propia

2.7. Equipamiento y mobiliario

2.7.1. Equipamiento Área de oficina

Tabla 33. Equipamiento área de oficina

| Equipo | Cantidad | Costo estimado | Proveedor |
|-------------------|-----------------|-----------------------|------------------|
| Computadora | 1 | 2500 | PLAZA VEA |
| Muebles y enseres | 2 | 2000 | PLAZA VEA |
| Sillas | 8 | 400 | PLAZA VEA |

Fuente: propia
Elaboración propia

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa

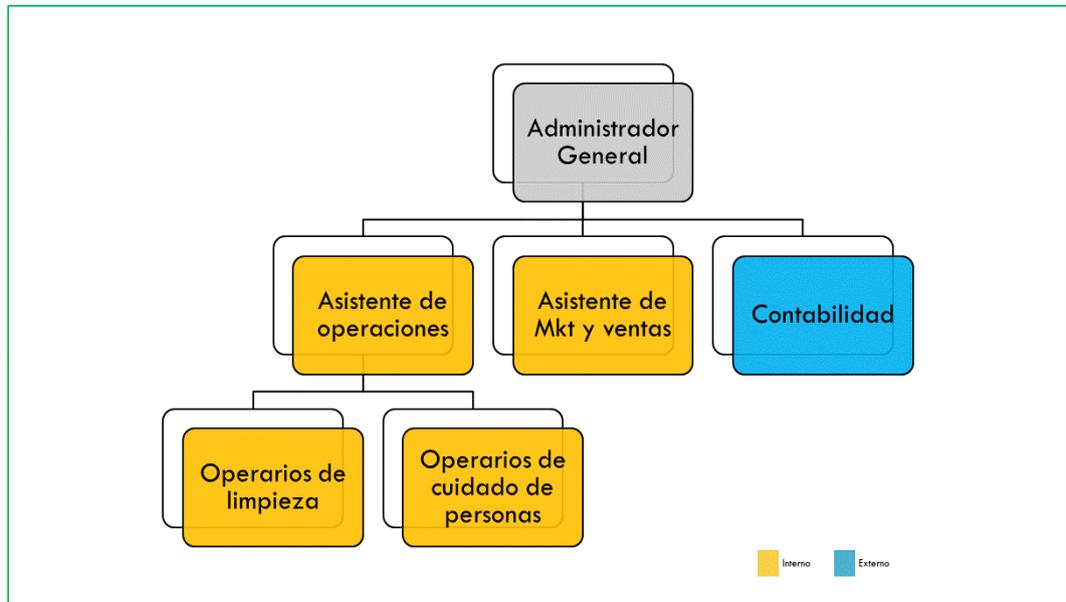


Figura 38. Estructura organizacional.

Elaboración: Propia

Para el presente proyecto se ha elegido un sistema de organización vertical, con un Administrador General y asistentes que supervisan áreas funcionales. Para el presente plan de negocio el capital será en su totalidad aportación de accionistas, por lo que los sueldos serán de acuerdo a la realidad del inicio del proyecto.

Se presenta las ventajas de un organigrama vertical:

- Líneas claras de autoridad y control.
- Cada trabajador en su capa de la organización puede informar a su supervisor inmediato, hasta llegar al Administrador General.

- En general los departamentos de trabajo serán relativamente pequeños, lo que permitirá que se supervise de cerca y se controle la actividad de los subordinados.
- Los empleados que busquen progresar dentro de la organización también tienen un bien definido “escala laboral”, donde cada nivel de la organización representa otro peldaño que el empleado intenta alcanzar.

3.2. Descripción de los puestos

Se presenta la descripción de los puestos y perfiles:

Tabla 34. Descripción de los puestos: Administrador general

| | |
|-----------------------------|---|
| Título del puesto: | Administrador general |
| Área: | Administración |
| Reporta a: | Junta General de accionistas |
| Le reportan: | Jefaturas |
| Relaciones internas: | Todos los trabajadores |
| Relaciones externas: | Proveedores, clientes, sociedad, gobierno. |
| Formación académica: | Licenciado en Administración, Economía, contabilidad. |
| Edad: | 26 a más |
| Idiomas: | - |

FUNCIONES Y RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Diseñar el plan estratégico de la empresa

Integrar todas las áreas de la empresa y todos los colaboradores generando sinergia.

Dirigir las actividades de la empresa hacia los objetivos organizacionales propuestos.

Controlar, analizar y evaluar los indicadores de gestión de las operaciones de la empresa.

Asegurar el cumplimiento de la estrategia de la empresa, así como la oferta de valor.

Licitar y homologar a los proveedores de la empresa de materiales e insumos.

Determinar el procedimiento de todas las áreas y el personal necesario.

Representar a la empresa en eventos profesionales, sociales, políticos.

Fuente: propia
Elaboración propia

Tabla 35. Descripción de los puestos: Asistente de operaciones

| | |
|-----------------------------|---|
| Título del puesto: | Asistente de operaciones |
| Área: | Logística |
| Reporta a: | Administrador general |
| Le reportan: | Personal de limpieza |
| Relaciones internas: | Todos los colaboradores. |
| Relaciones externas: | Clientes proveedores |
| Formación académica: | Técnico en operaciones o carreras afines. |
| Edad: | 20 a 25 años. |
| Idiomas: | - |

FUNCIONES Y RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Controlar y garantizar la disponibilidad de personal.

Controlar y garantizar la disponibilidad de insumos necesarios para realizar el servicio de limpieza.

Elaborar y actualizar procedimientos para asegurar y estandarizar las operaciones.

Apoyar en la elaboración del plan de operaciones de los servicios contratados diariamente.

Supervisar que los trabajadores estén a la hora en las direcciones de cada servicio.

Coordinación del plan operativo diario.

Verificar el material para el desarrollo correcto del servicio.

Elaborar y hacer seguimiento a los indicadores de gestión.

Fuente: propia
Elaboración propia

Tabla 36. Descripción de los puestos: Asistente de marketing y ventas

| | |
|-----------------------------|--|
| Título del puesto: | Asistente de marketing y ventas |
| Área: | Ventas |
| Reporta a: | Administrador general |
| Le reportan: | Vendedores |
| Relaciones internas: | Todos los colaboradores |
| Relaciones externas: | Clientes |
| Formación académica: | Bachiller o técnico en Marketing y ventas. |
| Edad: | 20 a 25 años. |
| Idiomas: | - |

FUNCIONES Y RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Definir los objetivos del área y hacer seguimiento.

Garantizar que se cumplan todos los procedimientos.

Diseño el plan de promoción.

Diseño del plan publicitario

Apoyo al aseguramiento del cumplimiento de la estrategia de la compañía.

Atender y asesorar a los clientes que llaman o consultan.

Llamar a posibles clientes para ofrecer los servicios de la empresa.

Seguimiento a los indicadores de ventas.

Fuente: propia
Elaboración propia

Tabla 37. Descripción de los puestos: Operario de limpieza

| | |
|---------------------------------|--|
| Título del puesto: | Personal de limpieza |
| Área: | Operaciones |
| Reporta a: | Supervisor |
| Le reportan: | - |
| Relaciones internas: | Todos los colaboradores |
| Relaciones externas: | Clientes |
| Formación y experiencia: | Cursos relacionados, experiencia en puestos similares. |
| Edad: | 18 a 35 años |
| Idiomas: | - |

FUNCIONES Y RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Estar a la hora en las direcciones indicadas para prestar el servicio.

Recoger el kit de limpieza, solicitar materiales que necesiten adicionalmente.

Desarrollar el servicio con responsabilidad.

Permanecer en calma y tener una actitud positiva en todo momento.

Fuente: propia
Elaboración propia

Tabla 38. Descripción de los puestos: Personal cuidado de personas

| | |
|---------------------------------|--|
| Título del puesto: | Personal de cuidado de personas |
| Área: | Operaciones |
| Reporta a: | Asistente de operaciones. |
| Le reportan: | - |
| Relaciones internas: | Todos los colaboradores |
| Relaciones externas: | Clientes |
| Formación y experiencia: | Cursos relacionados, experiencia en cuidado de niños y/o personas mayores. |
| Edad: | 18 a 45 años |
| Idiomas: | - |

FUNCIONES Y RESPONSABILIDAD DEL CARGO:

Estar a la hora en las direcciones indicadas para prestar el servicio.

Desarrollar el servicio con responsabilidad.

Permanecer en calma y tener una actitud positiva en todo momento.

Fuente: propia
Elaboración propia

3.3. Requerimientos e inversión de personal

Tabla 39. Requerimiento e inversión de personal.

| Área | Cargo | Número De Funcionarios | Modalidad De Contratación | Inversión (Expresado en Soles) |
|------------------|-------------------------------|------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Gerencia General | Gerente General | 1 | Tiempo completo Planilla | 2,200 |
| Producción | Asistente de Operaciones | 1 | Tiempo completo Planilla | 1,200 |
| Producción | Operarios de Limpieza | X | Tiempo completo Recibo honorario | 1000 |
| Producción | Operarios Cuidado de personas | X | Tiempo completo Recibo honorario | 1,000 |
| Ventas | Asistente de Mkt y Ventas | 1 | Tiempo completo Planilla | 1,200 |
| Externos | Contabilidad | 1 | Recibo Honorarios | 50 |

Fuente: propia
Elaboración propia

La empresa realizará las siguientes actividades como parte de su estrategia para fidelizar a los trabajadores:

- Capacitará o facilitará la capacitación del personal para el cumplimiento de sus labores.
- Incluir a las familias de los trabajadores en alguna de las actividades de la empresa, por ejemplo, celebración de la navidad.

4. Estudio Legal

4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Se selecciona el funcionamiento mediante una Persona Jurídica una Sociedad Anónima Cerrada, se consideró los siguientes beneficios:

- Responsabilidad limitada.
- Puede funcionar sin directorio.
- No hay un límite de capital.
- Puede hacer contrataciones con el estado. (Gob.pe, s.f.)

4.2. Selección del Régimen Tributario

Se selecciona el régimen MYPE Tributario, se consideró los siguientes beneficios:

- Tasas reducidas.
- Posibilidad de suspender pagos a cuenta.
- Puede emitir comprobantes de pago de cualquier tipo (Gob.pe, s.f.).

4.3. Selección Régimen laboral

Se selecciona Régimen laboral REMYPE, en la categoría Microempresa, se consideró las siguientes características:

- Opción de que los trabajadores estén a estar afiliado al SIS pagando s/15 por mes.
- Periodo vacacional de 15 días por año laborado.

- Jornada nocturna sin sobretasa, siempre que se cumpla la habitualidad.
- No aplica el pago de cts., gratificación, asignación familiar, utilidades.
- Opción de los trabajadores de la venta de sus vacaciones hasta 8 días.
- Indemnización por despido injustificado de 10 de remuneración diaria por año. Tope 90 remuneraciones diarias (9 años)

4.4. Otros trámites

4.4.1. Constitución de empresa

Para la constitución de la empresa se tomará el servicio de un estudio de abogados local, el costo por todo el proceso es de s/500

4.4.2. Permiso municipal

Se pedirá el permiso municipal para el funcionamiento, se considera los siguientes requisitos:

- Zonificación y compatibilidad.
- Solicitud de licencia de funcionamiento.
- Número de RUC y DNI representante legal.
- Declaración jurada de observancia de condiciones de seguridad.
- Vigencia de poder de representante legal
- Condiciones de seguridad de defensa civil

(2015, s.f.)

4.4.3. Otros trámites

Se verificará que se haya realizado:

- Inscripción de trabajadores en ESSALUD
- Solicitud de inscripción REMYPE
- Alta de los trabajadores T-REGISTRO
- Afiliación de los trabajadores AFP.NET

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Inversión Inicial

La inversión inicial es S/45,029

5.2. Valor de Venta

El valor de venta para el servicio de cuidado de niños y cuidado de adulto mayor es s/8,47 por hora.

El valor de venta para el servicio de limpieza es de s/50,85

5.3. Ingresos Proyectados en Unidades

Tabla 40. Estudio financiero

Fuente: propia
Elaboración propia

| Productos | Año 01 | Año 02 | Año 03 | Año 04 | Año 05 |
|--------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Cuidado de niños | 13523 | 18791 | 22467 | 26124 | 29437 |
| Cuidado adulto mayor | 4508 | 6264 | 7489 | 8708 | 9812 |
| Servicio Limpieza 01 (4 horas) | 2682 | 3308 | 3955 | 4599 | 5182 |
| Total | 20713 | 28363 | 33912 | 39430 | 44431 |

5.4. Ingresos Proyectados en Soles

Tabla 41. Ingresos Proyectados en Soles

Fuente: propia
Elaboración propia

| Productos | Año 01 | Año 02 | Año 03 | Año 04 | Año 05 |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cuidado de niños | 114604 | 159250 | 190402 | 221386 | 249464 |
| Cuidado de adulto mayor | 38201 | 53083 | 63467 | 73795 | 83155 |
| Servicio de limpieza 01 | 136394 | 168197 | 201100 | 233825 | 263480 |
| Total | 289199 | 380530 | 454969 | 529007 | 596098 |

5.5. Costos Proyectados por Unidad

Los costos para el servicio de cuidado de niños y cuidado de adultos mayores son de S/6.31 por hora.

Los costos para el servicio de limpieza son de S/37,85 por servicio.

5.6. Costos Proyectados por Soles

Tabla 42. Costos Proyectados por Unidad

Fuente: propia
Elaboración propia

| Productos | Año 01 | Año 02 | Año 03 | Año 04 | Año 05 |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Cuidado de niños | 85.733 | 119.132 | 142.436 | 165.615 | 186.619 |
| Cuidado de adulto mayor | 28.578 | 39.711 | 47.479 | 55.205 | 62.206 |
| Servicio de Limpieza 01 | 101.530 | 125.204 | 149.697 | 174.057 | 196.132 |
| Total | 215.841 | 284.047 | 339.612 | 394.877 | 444.958 |

5.7. Gastos administrativos proyectados

Los gastos proyectados administrativos son s/243,300

5.8. Gastos de comercialización proyectados

Los gastos proyectados de comercialización son s/124,850

5.9. Flujo económico

Tabla 43. Flujo económico

| | Año 0 | Año 01 | Año 02 | Año 03 | Año 04 | Año 05 |
|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ingresos | | S/ 289.198,93 | S/ 380.530,26 | S/ 454.968,90 | S/ 529.006,80 | S/ 596.098,10 |
| Costos | | S/ 215.840,97 | S/ 284.046,90 | S/ 339.611,63 | S/ 394.877,24 | S/ 444.957,56 |
| Utilidad Bruta | | S/ 73.357,96 | S/ 96.483,36 | S/ 115.357,26 | S/ 134.129,56 | S/ 151.140,54 |
| Gastos Adm. | | S/ 48.660,00 | S/ 51.093,00 | S/ 53.647,65 | S/ 56.330,03 | S/ 59.146,53 |
| Gastos de Ventas | | S/ 24.970,00 | S/ 27.467,00 | S/ 30.213,70 | S/ 33.235,07 | S/ 36.558,58 |
| Utilidad Operativa | | S/ -272,04 | S/ 17.923,36 | S/ 31.495,91 | S/ 44.564,45 | S/ 55.435,43 |
| Impuesto Renta 15 UIT | | | S/ 1.792,34 | S/ 3.149,59 | S/ 4.456,45 | S/ 5.543,54 |
| Impuesto Renta +15UIT | | | | | | |
| Inversión | S/ -15.029,63 | | | | | |
| Capital de Trabajo | S/ -30.000,00 | | | | | |
| Utilidad Neta | -45029,63 | -272,04 | 16131,03 | 28346,32 | 40108,01 | 49891,89 |

5.10. Flujo económico

Para el proyecto el COK es 21%, el VAN s/19,710 y la TIR es 34%

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Decisión de Inversión

De acuerdo al plan de negocio desarrollado el grupo decide si invertir, con la condicionante que sea 1 inversor en vez de 3.

Sustentamos nuestra decisión en:

- La inversión inicial con el capital de trabajo total es de s/45,000
- De acuerdo a la data obtenida en las encuestas hay alta predisposición a utilizar los servicios del plan de negocio.
- No existe otra empresa que preste el servicio en el nicho que trabaja el presente plan.
- Es de considerar que en el caso de perdidas no previstas en algún periodo estas pueden ser recuperadas tributariamente.
- Se considera que se contribuirá con una parte de la economía muy informal. Para los trabajadores de actividades domésticas la empresa será una oportunidad de acceder a trabajo formal.

2. Recomendaciones

Se recomienda:

- Estudiar un producto para el grupo de encuestados que respondió que el servicio de limpieza debe ser de entre 5 y 7 horas.
- Estudiar un producto para los clientes que requieran personal a tiempo completo

- Costear una aplicación para dispositivos móviles.
- Considerar incluir más adelante otras actividades domésticas de tipo oficio, como jardinería, cerrajería, plomería.
- Siendo un negocio de implementación rápida, considerar recolectar datos para un plan de negocio en regiones cercanas como Moquegua.

CONCLUSIONES

- Podemos concluir del diagnóstico que los sujetos encuestados optarían por adquirir el servicio de cuidado de niños, adulto mayor y de limpieza especialmente durante el transcurso de la mañana y la tarde.
- Por otro lado, se pudo evidenciar que un factor relevante por el servicio de cuidado de niños, adulto mayor y limpieza, es su horario laboral debido a que laboran durante el día.
- Del diagnóstico respecto a la población encuestada se pudo determinar que no conocen alguna empresa que se dedique a brindar el servicio de cuidado de niños, adulto mayor y limpieza, lo que es muy favorable debido a que crea un nicho de mercado para nuestra empresa.
- Respecto al servicio de cuidado de niños y adulto mayor, los sujetos encuestados afirmaron que les gustaría percibir un servicio adicional o un servicio plus, tales como talleres de reforzamiento académico, talleres de manualidades y algunas actividades recreativas o deportivas.
- El mercado de servicio de cuidado de niños y adulto mayor es muy atractivo principalmente porque no existe un competidor directo y los existentes son competidores informales, lo que nos permite y genera una ventaja competitiva para nosotros
- Del diagnóstico podemos concluir que la mayoría de padres e hijos optaban por dejar a sus familiares al cuidado de sus amistades cercanas algunas optaban por dejarlos al cuidado de tíos y tías.
- El mercado objetivo o sector target según el diagnóstico es el Cercado debido a que un 41% de los sujetos encuestados residen en ese lugar.

- Del resultado de las encuestas pudimos determinar que la mayor parte de la población o rango de edad que adquiriría el servicio de niños y adulto mayor, está dentro de los 31 a 40 años de edad.
- El proyecto arrojó un 21% de COK, juntamente con un VAN 19,710.18 y TIR de 34%
- La empresa se encuentra dentro del régimen tributario MYPE
- El personal para iniciar las operaciones de la empresa estará conformado por un gerente general, tres personas dentro del área de producción, un personal de ventas y un externo respecto a la parte contable.
- Los beneficios sociales de los trabajadores no serán un gasto relevante debido a que la empresa se encuentra dentro del MYPE, debido a ello, solo está obligado a pagar las vacaciones 15 días cada año.
- La inversión inicial es de S/. 45,029
- El valor de venta del servicio de cuidado de niños y adulto mayor es de 8.47 por hora
- El valor de venta del servicio de limpieza es de S/.50.85
- El costo del servicio de los servicios de cuidado de niños y adulto mayor es de S/. 6.31 por hora y de limpieza S/. 37.85
- Las dimensiones del área de oficina de la empresa será de 4 x 4 m
- La localización de la empresa será en la Av. Gustavo Pinto S/N Alto de la Alianza, en el primer piso.
- Los trabajadores serán contratados según el perfil del puesto establecido dentro de la empresa.

- Los servicios de cuidado y de limpieza están medidos en base a la hora, según política de la empresa.
- Al inicio de operaciones se comenzará con tres ambientes, posteriormente se evaluará una ampliación según lo proyectado.
- Se proyectó que el servicio será brindado 5 a 10 veces por día, haciendo un promedio de 30 a 60 horas por semanal.

El horario de atención será de 9:00 - 13:00 por las tardes entre las 16:00 y las 20:00 horas, y sábados - domingo entre las 9:00 14:00.

BIBLIOGRAFIA

- comex. (s.f.). 2020 , Charla tributaria de como se presenta la declaración de impuesto a la renta , <https://www.comexperu.org.pe/eventos>
- SODIMAC. (s.f.).procedimientos de zanitizacion al personal y al lugar de trabajo, <https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/content/a4250002/Servicio-de-sanitizacion>
- INEI. (s.f.). 2016.instituto nacional de estadística de informática, <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/departamento-de-tacna-cuenta-con-una-poblacion-de-346-mil-habitantes-9270/>
- Pigneur, A. O. (2011). Modelo canvas modelos de negocio , <https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>
- thinking, d. (s.f.). 1970. Pensamiento de diseño de la manera de trabajar y ver la identifucacionde problema , para la cracion de ideas deun pensamiento creativo , <https://www.designthinking.services/2017/07/que-es-el-design-thinking-historia-fases-del-design-thinking-proceso/>
- (repositorio neumann.edu, s.f.). Geográficos de la ubicación de peru en la ciudad de Tacna: <https://repositorio.neumann.edu.pe/bitstream/NEUMANN/291/1/FORMULA%20DE%20UN%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20PA>

[RA%20LA%20INSTALACI%C3%93N%20DE%20EMPRESA%20DE%20SANITIZACI%C3%93N%20Y%20FUMIGACI%C3%93N%2C%20TACNA%202020.pdf](#)

- (2015, s.f.). Permiso de la municipalidad del Distrito de Alto de la Alianza, <https://www.munialtoalianza.gob.pe/portal/contenido/?id=39>
- (Gov.pe, s.f.). OSCE organismo supervisor de las contrataciones del estado, <https://portal.osce.gob.pe/osce/content/plan-anual-de-contrataciones%20institucional%20cap%2040>
- google, m. d. (s.f.).Regimen tributarios de la sunat , https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios_gob_pe
- Alarcon. (s.f.). 2017. Es ver el temperamento y ver la competencia social de niños , <https://www.redalyc.org/pdf/686/68651823006.pdf>
- Inei . (s.f). 2019 . Propuestas del bicentenario: Rutas para un país en desarrollo., <https://books.google.com.pe/books?id=jqlsEAAAQBAJ&pg=PT290&dq=inei+2019&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjOirijgrzwAhWfGFkFHSz5AskQ6AEwAHoECAUQAq#v=onepage&q=inei%202019&f=false>

ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta aplicada a la ciudad de Tacna

ENCUESTA CUIDADO DE NIÑOS, SERVICIO DE LIMPIEZA Y CUIDADO DE ADULTO MAYOR

Buenos día. Estamos haciendo un estudio de mercado sobre servicios de limpieza, cuidado de niños y adulto mayor para el Taller de titulación del IESTP John Von Neumann de la ciudad de Tacna, sus respuestas serán tratadas solo con fines académicos y total confidencialidad.

1. ¿Cuál es su edad? *

- 25 a 30
- 31 a 35
- 36 a 40
- 41 a 50

2. ¿Tiene usted hija(o) s? *

- SI
- NO

3. ¿Cuál es la edad de su hija(o)? *

Texto de respuesta corta

4. ¿En qué distrito reside? *

- Alto de la Alianza
- Cercado
- Gregorio Albarracín Lanchipa
- Leguia
- Ciudad Nueva
- Pocollay

5. ¿Alguna vez contrato servicio de cuidado infantil? *

- SI
- NO

6. ¿Alguna vez contrato servicio de limpieza? *

- SI
- NO

7. ¿Alguna vez contrato servicio de cuidado al adulto mayor? *

- SI
- NO

8. ¿Qué valor es el que usted más valora del servicio de cuidado infantil, de limpieza o cuidado de adulto mayor? *

- Puntualidad
- Honestidad
- Compromiso
- Presencia
- Responsabilidad
- Otra...

9. ¿Cuál es la jornada escolar de su(s) hijo(as)? *

- Mañana
- Tarde
- Ambas

10. ¿Cuándo tiene que dejar a su hijo(a) al cuidado de alguien. ¿Normalmente con quien lo deja? *

- Abuelos
- Hermanos mayores
- Tios(as)
- Amigos de confianz
- Opción 5
- Otra...

11. ¿Conoce alguna agencia que ofrece servicios de cuidado infantil actualmente? *

- SI
- NO

12. ¿Cree usted que los adultos mayores deberían estar en un asilo o con su familia? *

- Familia
- Asilo

13. ¿Cuántas veces a la semana realiza la limpieza de su vivienda? *

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

14. ¿Le gustaría que su hijo(a) reforzara lo aprendido en la escuela en la comodidad de su propia casa? *

- SI
- NO

15. ¿Su hijo(a) realizan algunas otras actividades adicionales en alguna de las siguientes modalidades? *

Deportivas

Académicas

Pregunta

Opción 1

16. En estos tiempos de la tecnología juega un rol importante en la vida de los niños de hoy en día. ¿Estaría cómodo(a) sabiendo que una profesional puede enseñarles la mejor forma para sacar provecho a estos tiempos de tecnología? *

Opción 1

17. ¿Estaría dispuesto a probar un nuevo servicio, en donde su(s) hijo(s) o adulto mayor de casa quedaría al cuidado de personal altamente calificado y capacitado para que le ayuden a su cuidado y crecimiento y desarrollo en caso de su hijo(a)? *

SI

NO

ANEXOS 2: Tablas

Ingresos Projectados en Soles

| Productos | Año 01 | Año 02 | Año 03 | Año 04 | Año 05 |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cuidado de niños | 114604 | 159250 | 190402 | 221386 | 249464 |
| Cuidado de adulto mayor | 38201 | 53083 | 63467 | 73795 | 83155 |
| Servicio de limpieza 01 | 136394 | 168197 | 201100 | 233825 | 263480 |
| Total | 289199 | 380530 | 454969 | 529007 | 596098 |

Fuente: propia
Elaboración propia

Costo Projectados por unidad

| Productos | Año 01 | Año 02 | Año 03 | Año 04 | Año 05 |
|-------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Cuidado de niños | 85.733 | 119.132 | 142.436 | 165.615 | 186.619 |
| Cuidado de adulto mayor | 28.578 | 39.711 | 47.479 | 55.205 | 62.206 |
| Servicio de Limpieza 01 | 101.530 | 125.204 | 149.697 | 174.057 | 196.132 |
| Total | 215.841 | 284.047 | 339.612 | 394.877 | 444.958 |

| | Año 0 | Año 01 | Año 02 | Año 03 | Año 04 | Año 05 |
|-----------------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ingresos | | S/ 289.198,93 | S/ 380.530,26 | S/ 454.968,90 | S/ 529.006,80 | S/ 596.098,10 |
| Costos | | S/ 215.840,97 | S/ 284.046,90 | S/ 339.611,63 | S/ 394.877,24 | S/ 444.957,56 |
| Utilidad Bruta | | S/ 73.357,96 | S/ 96.483,36 | S/ 115.357,26 | S/ 134.129,56 | S/ 151.140,54 |
| Gastos Adm. | | S/ 48.660,00 | S/ 51.093,00 | S/ 53.647,65 | S/ 56.330,03 | S/ 59.146,53 |
| Gastos de Ventas | | S/ 24.970,00 | S/ 27.467,00 | S/ 30.213,70 | S/ 33.235,07 | S/ 36.558,58 |
| Utilidad Operativa | | S/ -272,04 | S/ 17.923,36 | S/ 31.495,91 | S/ 44.564,45 | S/ 55.435,43 |
| Impuesto Renta 15 UIT | | | S/ 1.792,34 | S/ 3.149,59 | S/ 4.456,45 | S/ 5.543,54 |
| Impuesto Renta +15UIT | | | | | | |
| Inversión | S/ -15.029,63 | | | | | |
| Capital de Trabajo | S/ -30.000,00 | | | | | |
| Utilidad Neta | -45029,63 | -272,04 | 16131,03 | 28346,32 | 40108,01 | 49891,89 |

