

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO**  
**ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE**  
**SERVICIO DE TRANSPORTE INTERNACIONAL EN ZONA FRANCA**  
**COBIJA**

Proyecto de Grado Presentado por:

Israel Cari Ojeda

Para optar el título de licenciatura en Ingeniería Comercial

Docente Guía: Ing. Carlos Martin Benquique Claire

**Cobija - Bolivia**

**2018**



Ing. Ludwing Reynaldo Arcienega Baptista

**RECTOR UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO**

Lic. José Luis Segovia Saucedo

**VICE-RECTOR UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO**

Mgr. David Franco Pedraza

**DIRECTOR DE ÁREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**

Mgr. Norman Cristóbal Gallardo Jiménez

**COORDINADOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

*“Estudio de factibilidad para la implementación de servicio de transporte  
internacional en Zona Franca Cobija”*

*A mis padres:*

**Arminda Ojeda Huayraña**

*Mujer virtuosa*

**Vicente Cari Chavez**

*Ejemplo de Vida*

*1 Corintios 15:57 LBLA*

*pero a Dios gracias, que nos da la victoria  
por medio de nuestro Señor Jesucristo.*

*Es muy grato para mi persona el agradecer a todo el cuerpo docente que formo  
parte de mi formación durante los años que pase en las aulas de la U.A.P.*

*Gracias Familia Cari, por apoyarme a lo largo de todo este proceso académico.*

*Y especiales Gracias a mi mejor amigo, El Espíritu Santo.*

*2 Corintios 3:5 TLA*

*Pero nosotros no somos capaces de hacer algo*

*por nosotros mismos; es Dios quien nos da la capacidad de hacerlo.*

## ABSTRACT

Currently, Cobija does not have a means of international transportation on the route Iquique - Cobija. This lack of service means that importing businessmen in the region are forced to employ foreign companies, mostly from the department of La Paz. Thus harming economic activities to importers, for the susceptibility of loss of merchandise and the disbursement of high money that they have to do, apart from the very little communication with the responsible company, without mentioning the difficult work of looking for a reliable company in another department facing the high demand of the service and the low amount of supply.

For this reason, the project aims to cover a large amount of unsatisfied demand, in addition to improving communication with the client and providing greater confidence through our offices in Cobija, being a well-established and easily accessible company, the research reflects that, in its entirety, the commercial sector of importers would be looking with good eyes at an international transport company in the region. In addition, 95% of them claim not to trust foreign companies and 65% of respondents were not afraid to say that the service they receive is very bad.

Therefore, it is planned to sell a personalized service, with constant monitoring before and after moving the merchandise. We will provide the confidence that is so needed and we will win over those customers who currently consider the service they use as very bad, with a service that meets their demand, a demand that reaches a number of potential customers of 119 businessmen with import permits, and with great purchasing power.

To carry out the project, an investment of 1,664,633 Bs with an investment return rate (IRR) = 25% is needed. And an Updated Net Value of (VAN) = 1.108.708. It is estimated to recover the investment in the second year and three months, PRI = 2.2. Demonstrating without a doubt that after carrying out our feasibility study, it was determined as FACTIBLE.

The B / C cost benefit ratio was also analyzed, which was greater than 1, demonstrating that the investment generates more than what it spends. Therefore, our study is defined as VIABLE.

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, Cobija no cuenta con un medio de transporte internacional en la ruta Iquique – Cobija. Esta ausencia de servicio hace que los empresarios importadores en la región, se vean obligados a emplear empresas del exterior, en su mayoría del departamento de La Paz. Perjudicando así las actividades económicas a los importadores, por la susceptibilidad de pérdida de mercadería y el desembolso de dinero elevado que tienen que hacer, aparte de la muy poca comunicación con la empresa responsable, sin mencionar el difícil trabajo de buscar una empresa confiable en otro departamento frente a la alta demanda del servicio y la poca cantidad de oferta.

Por esta razón, el proyecto pretende cubrir gran cantidad de demanda insatisfecha, además de mejorar la comunicación con el cliente y brindar mayor confianza a través de nuestras oficinas en Cobija, siendo una empresa bien constituida y de fácil acceso, la investigación refleja que, en su totalidad, el sector comercial de importadores estaría viendo con buenos ojos una empresa de transporte internacional en la región. Además, el 95% de ellos alegan no confiar en las empresas del exterior y 65% de los encuestados no tuvo miedo en decir que el servicio que reciben es muy malo.

Por lo tanto, se proyecta vender un servicio personalizado, con seguimiento constante antes y después de realizar el traslado de mercadería. Brindaremos la confianza que tanto hace falta y conquistaremos a aquellos clientes que actualmente consideran el servicio que usan como muy malo, con un servicio a la altura de su demanda, demanda que hace a un número de clientes potenciales de 119 empresarios con permisos para la importación, y con gran poder adquisitivo.

Para llevar adelante el Proyecto, se necesita una inversión de 1.664.633 Bs con una tasa de retorno de inversión (TIR) = 25%. Y un Valor Neto Actualizado de (VAN) = 1.08.708. Se estima recuperar la inversión en el segundo año y tres meses, PRI = 2,2. Demostrando sin duda que después de realizar nuestro estudio de factibilidad, se determinó el mismo como FACTIBLE.

También se analizó la relación B/C beneficio costo, que resulto mayor a 1, demostrando que la inversión genera más de lo que gasta. Por lo tanto, nuestro estudio se define como VIABLE.

## Contenido

1 INTRODUCCION .....	1
1.1 Título del Proyecto .....	1
1.2 Antecedentes y/o Análisis Del Entorno.....	1
1.3 Grupo o Región Beneficiaria.....	5
1.4 Referencia Geográfica .....	6
2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	7
2.1 Descripción del problema .....	7
2.2 Formulación del Problema .....	8
2.3 Justificación del Problema.....	8
3 OBJETIVOS .....	9
3.1 Objetivo General .....	9
3.2 Objetivos Específicos .....	9
4 MARCO REFERENCIAL.....	9
4.1 Grupos económicos en el comercio de importaciones .....	9
4.2 Reglamento del régimen especial de Zonas Francas .....	10
4.3 Datos estadísticos de Zofra .....	10
4.4 Decreto supremo para impulsar el desarrollo industrial de Pando .....	10
5 MARCO TEORICO .....	10
Estudios de factibilidad .....	10
Factibilidad .....	11
Estrategia.....	11
Ventajas competitivas sustentables.....	12
Componentes Estratégicamente Pertinentes el Microambiente de una Empresa .....	12
La empresa .....	13
Clientes.....	13
Entorno Demográfico .....	14
Entorno Económico .....	14
Entorno Tecnológico .....	15
Entorno Político.....	15
Valores.....	15
Que demuestra la lista del análisis F.O.D.A.....	15
Satisfacción del cliente.....	16

Necesidades y deseos y demanda del cliente .....	16
6 METODOLOGIA.....	17
6.1 Tipo De Estudio .....	17
6.2 Método.....	17
6.3 Fuentes Primarias y Secundarias.....	17
6.4 Técnicas e Instrumentos. ....	18
6.5 Población y Muestra.....	19
7 ESTUDIO DE MERCADO .....	22
7.1 Análisis del mercado .....	22
7.2 Descripción del servicio principal.....	26
7.3 Ubicación geográfica del mercado.....	26
7.4 Análisis de la población .....	27
7.5 Análisis de Oferta .....	28
7.6 Análisis de la demanda.....	31
Usuarios del Servicio de Transporte.....	32
Disponibilidad de Camión Propio .....	33
Contratación de Camiones .....	34
Nivel de Seguridad del cliente.....	35
Satisfacción del Consumidor respecto a las empresas del exterior .....	36
Frecuencia de uso de servicio .....	37
Tipos de mercaderías importadas.....	38
Aceptación de una empresa local dedicada al rubro de transporte pesado internacional .....	39
Ubicación estratégica de nuestra oficina .....	40
Demanda actual de los importadores .....	42
7.7 Diagnostico estructural .....	44
8. ESTRATEGIA DE MERCADEO.....	45
8.1 Plan de Marketing .....	46
9 ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO.....	54
9.1 Tamaño del proyecto .....	54
9.2 Ingeniería del proyecto .....	54
9.3 Proceso de servicio.....	55
9.4 Requerimientos .....	57
10 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	70

10.1 Razón Social.....	71
10.2 Aspectos tributarios .....	71
10.3 Licencias de operaciones.....	72
11 ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO .....	74
11.1 Inversiones del Proyecto .....	74
11.2 Costos .....	80
11.3 Ingresos .....	82
11.4 Estado de pérdidas y ganancias .....	84
11.5 Estado de flujo de fondos proyectado .....	84
12 EVALUACION DEL PROYECTO .....	85
12.1 Análisis del Punto de Equilibrio .....	86
12.2 Valor Actual Neto V.A.N. ....	87
12.3 Tasa Interna de Retorno.....	88
12.4 Relación Beneficio Costo .....	89
12.5 Periodo de recuperación de inversión P.R.I. ....	90
13 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	91
13.1 Conclusión .....	91
13.2 Recomendaciones .....	92
<u>BIBLIOGRAFÍA</u> .....	93
Páginas de Internet: .....	93
ANEXOS .....	94
<b>Bolivia: Ley N° 571, 12 de octubre de 1983</b> .....	94
<b>Bolivia: Ley N° 1850, 7 de abril de 1998</b> .....	95
<b>Bolivia: Ley de 24 de septiembre de 1938</b> .....	96
Ruta de La Paz a Iquique .....	99
Logo .....	99
Entrevista a empresarios importadores.....	100
Encuesta .....	101
Proformas Solicitadas.....	103

## Contenido

Figura 1 Procedencia de las mercancías periodo 2017. (Fuente, Unidad de Fiscalización Zofra Cobija)	4
Figura 2: Beneficiarios del proyecto. (Fuente, Elaboración Propia.)	6
Figura 3: Ubicación geográfica de Cobija. (Fuente, Atlas Virtual)	7
Figura 4: Comportamiento del registro de usuarios 2012 a 2017 (Fuente, Unidad de fiscalización Zofra)	20
Figura 5: Ciclo del Camión(Fuente, Elaboración Propia)	29
Figura 6: Resultado Encuesta Servicio de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija (Fuente, Elaboración Propia)	33
Figura 7:Resultado encuesta respecto a Transporte propio para la Mercadería de Zofra Iquique a Zofra Cobija (Fuente, Elaboración Propia)	34
<i>Figura 8: Resultado encuesta respecto a donde contrata los camiones para el Servicio de Transporte Internacional (Fuente, Elaboración Propia)</i>	35
<i>Figura 9: Resultado encuesta satisfacción respecto al servicio que contrata referente a seguridad, responsabilidad y cumplimiento respecto al servicio de transporte de su mercadería (Fuente: Elaboración Propia)</i>	36
<i>Figura 10: Resultado encuesta consideración del Servicio de Transporte Terrestre que utiliza actualmente (Fuente, Elaboración Propia)</i>	37
<i>Figura 11:Resultado encuesta frecuencia del Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija (Fuente, Elaboración Propia)</i>	38
<i>Figura 12:Resultado encuesta tipos de mercaderías importadas a Zona Franca Cobija (Fuente, Elaboración Propia)</i>	39
<i>Figura 13:Resultado encuesta aceptación respecto a empresa legal de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija (Fuente, Elaboración Propia)</i>	40
<i>Figura 14:Resultado encuesta preferencia de ubicación de oficinas (Fuente, Elaboración Propia)</i>	41
Figura 15: Archivo Fotográfico de las entrevistas realizadas (Fuente, Elaboración Propia)	43
Figura 16: Matriz FODA (Elaboración Propia)	47
Figura 17Diseño de Marca (Fuente, Elaboración Propia)	48
Figura 18: Filosofía Empresarial (Fuente, Elaboración Propia)	49
<i>Figura 19 Frontis de la Oficina (Fuente, Elaboración Propia)</i>	51
<i>Figura 20: Regalos Promocionales (Fuente, Elaboración Propia)</i>	52
<i>Figura 21: Formato de Banner (Fuente, Elaboración Propia)</i>	53
<i>Figura 22: Diseño de Tríptico (Fuente, Elaboración Propia)</i>	53
<i>Figura 23: Proceso de Servicio (Fuente, Elaboración Propia)</i>	55
<i>Figura 24: Gasto de Combustible Por Viaje (Fuente, Elaboración Propia)</i>	60
<i>Figura 25: Costos Totales de Insumos Anuales (Fuente, Elaboración Propia)</i>	60
<i>Figura 26: Organigrama de La Empresa (Fuente, Elaboración Propia)</i>	63



## **1 INTRODUCCION**

### **1.1 Título del Proyecto.**

Estudio de factibilidad para la implementación de servicio de transporte internacional en Zona Franca Cobija.

### **1.2 Antecedentes y/o Análisis Del Entorno**

El departamento Pando pertenece a la región amazónica de Bolivia y su historia económica está marcada por una lógica de aprovechamiento extractivo de sus recursos naturales lo que define de cierta forma su comportamiento social, cultural y económico.

La dinámica económica que se generó en la región ante el influjo del potencial gomero dispuso la articulación directa del sistema productivo local con el mercado internacional, principalmente en Europa.

El crecimiento sostenido que experimentó la población de Pando en los últimos veinte años la convierte en una de las regiones con mayor dinamismo poblacional en el país. Según datos preliminares del Instituto Nacional de Estadística (INE) para el año 2012 este departamento habría alcanzado a 109.173 habitantes. Entre los factores dinamizadores del crecimiento poblacional están el mejoramiento de la infraestructura de transporte hacia Cobija, el incremento de la inversión pública departamental, y el dinamismo comercial de la frontera. A su vez Cobija, como área urbana, presenta la mayor tasa de crecimiento (6,5%) en 2012 siendo también la mayor a nivel nacional.

La migración es un hecho social que adquiere singular importancia para Pando y su ciudad capital Cobija, ya que la configuración de su formación económica y social se dio sobre la base de las migraciones tanto de origen interno como externo. No es posible entender la dinámica de Pando sin considerar la historia económica de la región, caracterizada por una economía extractiva que definió el patrón de ocupación y poblamiento del espacio físico-económico, y que durante años mantuvo la característica de “una economía de enclave” fuertemente interconectada con las economías industrializadas europeas, como mercados de exportación y fuentes de aprovisionamiento de capital circulante y de mercancía”

Durante más de medio siglo se desarrollaron rearticulaciones sucesivas de la organización productiva en torno a la explotación de productos del bosque (primero goma y luego castaña) con alta demanda internacional, determinando la extrema dependencia de las fluctuaciones del mercado y, a nivel interno, las características de las relaciones sociales de producción.

Por ello, Pando mantuvo por mucho tiempo una estructura productiva basada casi exclusivamente en los productos del bosque, con una incipiente diversificación y una alta dependencia de la estructura institucional.

La estructura productiva de Pando es escasamente diversificada, tiene como fuente principal a la agricultura, caza y pesca; la recolección de castaña sobresale bastante en esta estructura. La preeminencia del sector primario hace que la economía pandina sea altamente dependiente de las fluctuaciones de precios en el mercado internacional, con un escaso nivel de industrialización y un amplio crecimiento del sector de los servicios, en particular el comercio.

Diferentes políticas y marcos normativos se orientaron a intensificar la actividad comercial en la región, entre ellas destacan las declaratorias de Puerto Libre y posteriormente la Zona Franca Comercial e Industrial, así como la construcción de infraestructura de transporte.

Mediante la Ley 571 del 12 de octubre de 1983 (Anexo 1) se crea la Zona Franca Industrial y Comercial en Cobija, cuyos rasgos esenciales son: a) la exención de impuestos creados o por crearse a toda persona natural o jurídica establecida en su jurisdicción, b) el principio de extraterritorialidad aduanera, de tipo legal, a partir de la cual se asume que las mercaderías no pagarán ningún tipo de gravamen y c) una jurisdicción que comprende toda el área urbana de la ciudad de Cobija. En lo referente al componente industrial, se estableció que todo producto fabricado en la Zona Franca debería tener un 30% de componente nacional, incluida la mano de obra; por su parte, el Gobierno debería construir la infraestructura con todos los servicios básicos necesarios para su funcionamiento. Esta nueva figura político legal, que tenía como finalidad “impulsar aceleradamente el desarrollo social y económico del departamento de Pando”, se crea por un lapso de veinte años. Posteriormente, mediante Ley de 1850 del 7 de abril de 1998 (Anexo 2), se amplía la vigencia de la Zona Franca por veinte años más, hasta el año 2018.

En la actualidad hay mucha incertidumbre al respecto de la permanencia o no de la Zona franca en Cobija, diferentes sectores se encuentran en constantes negociaciones con el gobierno para poder modificar y poner en marcha por más tiempo la Zona Franca

La Zona Franca cuenta con un Directorio que, a partir de octubre de 2008, por Decreto Supremo 1974, se modificó. Se incorporan instancias nacionales, eliminándose la participación de la Cámara de Industria y Comercio de Pando. Desde esa fecha, la Zona Franca Comercial e Industrial de Cobija pasa a depender del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, reduciéndose el poder de decisión de las instancias locales.

Un factor fundamental para el crecimiento del comercio en Cobija es sin duda el hecho de estar ubicada en la frontera con un mercado potencial como el vecino país Brasil, que ha dado lugar a una fuerte relación de intercambio comercial con este. El crecimiento de la demanda brasileña está generando, además, el fortalecimiento y la creación de “comunidades comerciales” En la zona de frontera, entre ellas Puerto Evo (antes Montevideo) y Villa Mapajo. Estas últimas son poblaciones pequeñas que no cuentan con la infraestructura y oferta que tiene Cobija, y se constituyen en puertas de salida de mercadería, algunas veces aprovechando la zona franca.

También de cierta forma, los productos importados a esta zona franca llegan hasta Riberalta y Guayaramerín en la parte norte del Beni.

Respecto a las importaciones, en su mayoría provienen de Brasil y Chile, es cierto que llegan mercaderías de otros orígenes como Colombia, Estados Unidos, China o Paraguay entre otros, pero estos registran ínfimos ingresos.

Según informe Anual de ZOFRA, 40% de las importaciones tienen como origen Chile, esto representa casi la mitad por lo que vemos demasiado importante este tramo para el estudio, el restante 60% se reparte de la siguiente forma:

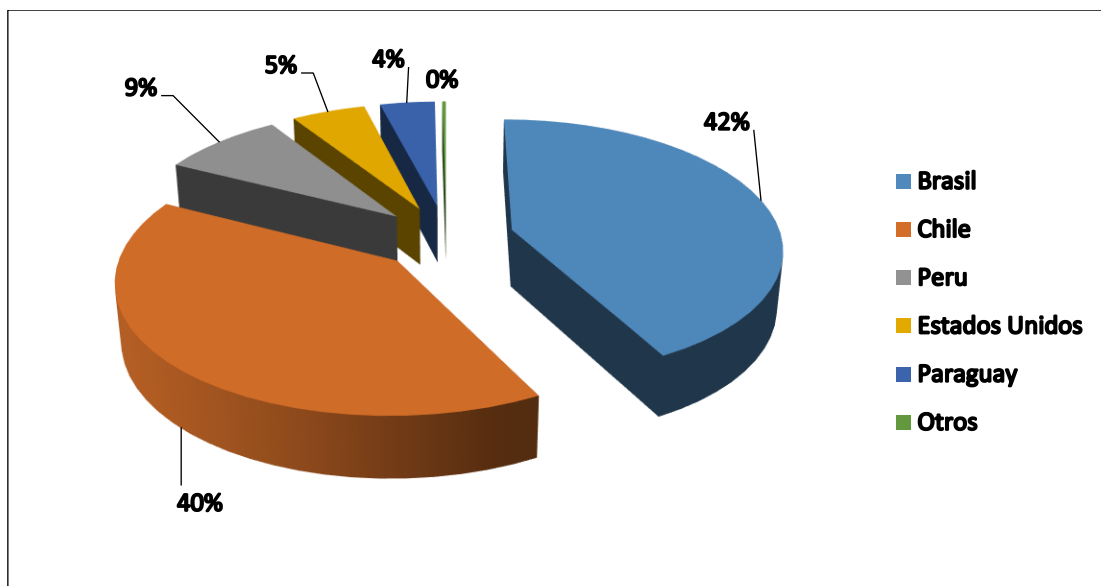


Figura 1 Procedencia de las mercancías periodo 2017. (Fuente, Unidad de Fiscalización Zofra Cobija)

Esto tomado del total de importaciones anuales. A esto debemos añadir el hecho de que el 42% de Brasil se genera en su mayoría de los productos comestibles como el pollo, Azúcar y Arroz. Dejando en evidencia que casi en su totalidad, la importación de productos comerciales tiene como fuente de origen la Zona franca de Iquique, Chile.

Iquique, Chile; es una ciudad-puerto, zona franca y comuna de Chile, capital de la provincia homónima y de la región de Tarapacá. Integra junto con las comunas de Alto Hospicio, Camiña, Colchane, Huara, Pica y Pozo Almonte el Distrito Electoral N° 2 y pertenece a la 1.<sup>a</sup> Circunscripción Senatorial.

La superficie territorial de la comuna durante el censo de 2002 era de 2835,3 km<sup>2</sup>, ya que Alto Hospicio estaba incluida, pero tras la separación de ambas comunas, la superficie de Iquique es de 2242,1 km<sup>2</sup>. La población de la ciudad en 2012 era de 184 953 habitantes y su densidad poblacional de 74,13 hab./km<sup>2</sup>.<sup>4</sup> Iquique pertenece a la conurbación Iquique-Alto Hospicio, llamado Gran Iquique, la que cuenta con una población en 2012 de 278 251 habitantes.

Iquique tiene uno de los derechos comerciales de puerto libre más grande de centros (o Zona Franca) de América del Sur y se ha llamado tradicionalmente ZOFRI (Zona Franca de Iquique). Hay alrededor de 2,4 km<sup>2</sup> (0,93 mi<sup>2</sup>) de depósitos, sucursales bancarias y restaurantes.

Es desde este lugar que a diario salen camiones cargados de mercancías varias con diferentes destinos, uno de ellos la Zona Franca comercial Cobija. Que solo en la pasada gestión registro cerca de 2000 vehículos provenientes de Zofri.

Dichos camiones deben atravesar una ruta bastante accidentada antes de llegar a lo que sería su destino, Zofra. Ingresan por el departamento de La paz, más propiamente por el puesto aduanero ubicado en “El paso Chungará – Tambo Quemado”. es un paso fronterizo a 4.680 metros de altura, el paso más alto entre Chile y Bolivia. Probablemente, y a pesar de ser el paso de más altura, es el más utilizado de los 6 pasos entre Chile y Bolivia. El paso se encuentra en las faldas de la montaña boliviana de K’isi K’isini, de 5.536 metros de altura y a escasos 20 kilómetros del Nevado de Sajama, que, con 6.542 metros de altura, es el pico más alto de Bolivia. También forma parte en el lado chileno del parque nacional de Lauca. En Bolivia forma parte de la Ruta 4 y en Chile de la Ruta 11-CH.

### **1.3 Grupo o Región Beneficiaria**

El proyecto beneficiara a todo empresario usuario de Zona franca que se dedique a la importación de mercadería para la comercialización por vía terrestre. En suma, los principales beneficiados de manera directa serán los inversores, porque son ellos quienes obtendrán las utilidades que generen la empresa por medio de la venta del servicio, además de los empleados de la empresa como ser; choferes, oficinistas y administradores. Posteriormente de forma indirecta, la entidad o persona que adquiera o hagan uso de nuestro servicio, es decir los usuarios comerciales de zona franca Cobija que realizan importaciones periódicas. Además, se genera empleo en nuestra localidad, siendo fuente de ingreso para familias de la región. Por último, también beneficiara a las instituciones bancarias que nos faciliten el crédito, empresas constructoras y el propio gobierno al cual otorgamos reglamentariamente nuestros impuestos.



Figura 2: Beneficiarios del proyecto. (Fuente, Elaboración Propia.)

#### 1.4 Referencia Geográfica

Cobija, está ubicada en el departamento Pando al norte del país Bolivia. Creado por Ley (Anexo 3) el 24 de septiembre de 1938, sobre lo que antes fuera territorio de colonias del noroeste. Es uno de los departamentos menos poblados, aunque un poco desvinculado del resto del País, asienta su vida económica en recolección de la castaña, de goma, y la explotación de la madera de gran calidad, además que el comercio juega parte importante en el desarrollo económico regional.

Contamos con una situación geográfica favorable, pues cobija colinda con 2 ciudades del vecino país Brasil, Epitaciolandia y Brasileia. Del cual provienen un vasto número de personas a diario para realizar compras.

En su conjunto, toda la población de Cobija es por decreto supremo una ZONA FRANCA, esto quiere decir que es una zona de libre comercialización ya que está exenta de algunos tipos de impuestos, logrando con esto que un porcentaje de la población se dedique a la importación y exportación de mercaderías varias. Por ello intentamos bajo este pequeño análisis implementar el proyecto en la ciudad.



Figura 3: Ubicación geográfica de Cobija. (Fuente, Atlas Virtual)

## 2 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

### 2.1 Descripción del problema

Cobija no cuenta con un medio de transporte internacional en la ruta Iquique – Cobija, por lo que existe ausencia de este servicio para los comerciantes de importación o grandes empresarios de la región, por esta razón es que vemos pertinente implementar dicho servicio, para facilitar la importación de mercadería.

Además, las empresas nacionales actualmente empleadas para este servicio, mantienen costos elevados, dificultando aún más el proceso de importación.

El hecho de no ser una empresa propia de la región a su vez crea cierta incertidumbre por la barrera que hay en la comunicación, no habiendo un adecuado flujo de información por parte de la empresa que asume el rol de transporte. Sin mencionar, el tedioso trabajo de buscar una empresa confiable en otro departamento.

Podemos decir entonces que; los importadores hoy por hoy contratan empresas de otros departamentos o empresas extranjeras, haciendo más difícil el proceso para los comerciantes y elevando el costo de los productos a comercializar, por no contar con una empresa de similar rubro en el medio.

## **2.2 Formulación del Problema**

¿Qué elementos técnicos, legales y financieros serán útiles para demostrar la factibilidad o no, en la implementación del servicio de transporte internacional en Zona Franca Cobija?

## **2.3 Justificación del Problema**

Un estudio de factibilidad nos ayudará a ver los indicadores necesarios para interpretar si es o no, viable la implementación del servicio de transporte internacional de Zona Franca Iquique – Zona Franca Cobija.

Una empresa propia del departamento dedicada al manejo de carga pesada vía terrestre beneficia principalmente al sector comercial mayorista, esto es; comerciantes que hacen importaciones frecuentes, lo que provoca un impacto directo en la población pandina.

En vista de la necesidad e importancia que tiene este sector económico, se requiere una urgente mejora del servicio y la cobertura de la demanda insatisfecha, que se puede lograr una vez que en la región exista una empresa dedicada de lleno al manejo internacional de mercadería.

Subsanaremos en gran proporción el gasto elevado de los importadores, costo elevado al que se ven sometidos al contratar una empresa extranjera o de otro departamento.

También mejora el factor localización, en el aumento de confianza por parte del usuario del servicio, al verse este, cerca del prestador (nosotros) con la finalidad de acceder a más información y poder realizar reclamos más inmediatos. Cosa difícil de alcanzar con una empresa ajena a la región.

### **3 OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para contemplar si es rentable o viable la implementación de una empresa de servicio dedicada al transporte internacional en Zona Franca Cobija.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico de la situación actual del comercio referente a las importaciones en Zona Franca Cobija.
- Elaborar un estudio de mercado para identificar la oferta y la demanda que existe en nuestro entorno próximo para empresas de transporte internacional en Zona Franca Cobija.
- Determinar los requerimientos y estudio técnico de la ingeniería del proyecto que nos permitan la implementación de una empresa de transporte pesado terrestre internacional en la Zona Franca Cobija.
- Elaborar el análisis económico y financiero del proyecto, para conocer datos exactos requeridos para implementar la empresa de transporte internacional a partir de lo cual mediante indicadores económicos determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

### **4 MARCO REFERENCIAL**

#### **4.1 Grupos económicos en el comercio de importaciones**

C. Carlos (2013). Scielo: Grupos económicos en el comercio de importaciones: Cobija, migración y Zona Franca. La Paz, Bolivia. Recuperado de [www.scielo.org.bo](http://www.scielo.org.bo)

#### **4.2 Reglamento del régimen especial de Zonas Francas**

Decreto Supremo N°2779 de 25/05/2016, que aprueba el “Reglamento del régimen especial de Zonas Francas.” Elaborado por Aduana Nacional.

La Paz, Bolivia. 2016.

#### **4.3 Datos estadísticos de Zofra**

Informe de gestión 2017 de ZOFRA Cobija.

Cobija, Bolivia. 2018.

#### **4.4 Decreto supremo para impulsar el desarrollo industrial de Pando**

Decreto Supremo N° 1871, 23 de enero de 2014. Que Modifica el Decreto Supremo N° 25933, de 10 de octubre de 2000, modificado por Decreto Supremo N° 29744, de 15 de octubre de 2008, para impulsar el desarrollo industrial en el Departamento de Pando. Elaborado por: EVO MORALES AYMA, PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

### **5 MARCO TEORICO**

#### **Estudios de factibilidad**

El Estudio de factibilidad, es una tarea que suele estar organizada y realizada por los analistas de sistemas. El estudio consume aproximadamente entre un 5% y un 10% del costo estimado total del proyecto, y el período de elaboración del mismo varía dependiendo del tamaño y tipo de sistema a desarrollar. **(Alesaga, 2016).**

El estudio de factibilidad ¿Qué es un estudio de Factibilidad? Un estudio de factibilidad es una versión comprimida del proceso total de análisis y diseño del sistema. El estudio comienza clarificando la definición del problema. Se confirma o se corrige la definición inicial de alcances y objetivos, y se identifica cualquier restricción impuesta sobre el sistema. Una vez que se ha generado una definición aceptable del problema, el analista desarrolla un modelo lógico del sistema. Luego comienza la búsqueda de soluciones alternativas, usando este modelo como referencia. Después se analizan cuidadosamente las alternativas para verificar su factibilidad.

Al menos se pueden considerar tres tipos diferentes de factibilidad:

- Técnica: ¿Puede implementarse el sistema usando la tecnología actual?
- Económica: ¿Los beneficios superan los costos?
- Operacional u organizacional: ¿Puede implementarse el sistema en esta organización? O a que nivel está el personal.

Para cada solución factible, el analista prepara una planificación preliminar de la implementaron. Los resultados del estudio de factibilidad se presentan al gerente y al usuario. **(Finanzas, 2003).**

Un estudio de factibilidad es un análisis financiero, económico y social de una inversión dada. Preparando al proyecto su viabilidad.

### **Factibilidad**

Adj. Que se puede hacer.

Un estudio de factibilidad es un proyecto que se puede realizar, que es posible de realizarse.

Un proyecto factible tiene que demostrar que primero es viable, que es económicamente posible y atractivo. **(Real academia, 2003).**

### **Estrategia**

La estrategia de una compañía consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio.

Cuando una compañía avanza los admiradores de todo tipo de organización, pequeños de propiedad familiar; empresas en rápido crecimiento, organizaciones sin fines lucrativos y corporaciones multinacionales más importantes del mundo, enfrentan las tres preguntas centrales:

- ¿Cuál es nuestra situación actual?
- ¿Hacia dónde queremos ir?
- ¿Cómo vamos a llegar?

Al tener estos elementos específicos, al elegir una estrategia la administración combinara diversas formas de conducirnos y competir. (STRICKLAND, 2012.)

### **Ventajas competitivas sustentables**

Una empresa obtiene una ventaja competitiva sustentable cuando satisface las necesidades de los consumidores con mayor eficiencia o eficacia que sus rivales, y cuando la base de ello es duradera a pesar de los esfuerzos de sus competidores por igual o sobrepasar estas ventajas.

Una ventaja competitiva proviene de la capacidad de satisfacer las necesidades de los consumidores con más eficacia, con productos o servicios que los consumidores aprecien. (STRICKLAND, 2012.).

### **Componentes Estratégicamente Pertinentes el Microambiente de una Empresa**

Todas las empresas operan en un ambiente mayor que rebasa con mucho la industria en que opera; este microambiente incluye siete componentes principales:

- Características demográficas
- Valores y estilos de vida de la sociedad
- Factores legales, políticos y regulatorios
- Factores ecológicos y medioambientales
- Factores tecnológicos
- condiciones económicas generales
- Fuerzas globales

Cada componente tiene potencial para afectar al ambiente competitivo y de la industria en que opera la empresa, aunque es probable que algunos tengan un efecto más importante que otros. Como los factores macroeconómicos afectan diferentes industrias en diversas formas y grados, es importante que los administradores determinen cuáles representan los factores

más importantes desde el punto de vista estratégico fuera de los límites de la industria a la que pertenece la empresa. Por importantes desde el punto de vista estratégico queremos decir que tienen el peso suficiente para afectar las decisiones finales de la empresa sobre su rumbo, objetivos, estrategia y modelo de negocios. Las influencias pertinentes desde el punto de vista estratégico provenientes del área externa del microambiente en ocasiones ejercen un fuerte efecto en la situación de negocios de una compañía y un impacto muy significativo en el rumbo y estrategia de la compañía. Lo que sucede en la parte externa del microambiente puede ser rápido o lento, con advertencias o sin ellas. Cuando los administradores de la compañía examinan el ambiente externo, deben estar alertas para detectar lo importante en el anillo exterior, evaluar su impacto e influencia, y adaptar la dirección y la estrategia de la compañía según se requiera. Sin embargo, los factores y fuerzas en el microambiente de una empresa que tienen los mayores efectos en la formación de la estrategia por lo general refieren al ambiente industrial y competitivo inmediato, como presiones competitivas, acciones de compañías rivales, comportamiento del comprador, consideraciones relacionadas con los proveedores. **(Thompson, Gamble, Peteraf, Strickland, 2012:50- 51).**

### **La empresa**

Al diseñar planes de marketing, la gerencia toma en cuenta a otros grupos de la compañía [como la alta gerencia, finanzas, investigación y desarrollo (I&D)], compras, operaciones y contabilidad). Todos estos grupos interrelacionados conforman el ambiente interno. La alta gerencia establece la misión, los objetivos, las estrategias generales y las políticas de la empresa. Los gerentes de marketing toman decisiones de acuerdo con las estrategias y los planes diseñados por la alta gerencia, los gerentes de marketing también deben trabajar de cerca con otros departamentos de la compañía. **(Armstrong, 2001)**

### **Clientes**

Como planteamos desde un principio, los clientes son los participantes más importantes en el microentorno de la compañía. El objetivo de toda la red de entrega de valor consiste en servir a los clientes meta y crear relaciones sólidas con ellos. La empresa podría atender a uno o a los cinco tipos de mercados de clientes. Los mercados de consumidores consisten

en individuos y hogares que compran bienes y servicios para consumo personal. Los mercados de negocios adquieren bienes y servicios para su procesamiento industrial, o para utilizarlos en su proceso de producción, mientras que los mercados de distribuidores compran bienes y servicios para revenderlos a cambio de una ganancia. Los mercados del sector público están formados de agencias gubernamentales que compran bienes y servicios para dar servicios públicos o para transferirlos a quienes los necesiten. Finalmente, los mercados internacionales se conforman por los compradores en otros países, incluyendo a los consumidores, productores, distribuidores y gobiernos. Cada tipo de mercado tiene características especiales que el vendedor debe estudiar con cuidado. **(Armstrong, 2001).**

### **Entorno Demográfico**

La demografía es el estudio de las poblaciones humanas en términos de magnitud, densidad, ubicación, edad, género, raza, ocupación y otros datos estadísticos. El entorno demográfico es de gran interés para los mercadólogos, pues tiene que ver con los seres humanos, y éstos conforman los mercados. **(Armstrong, 2001).**

### **Entorno Económico**

Los mercadólogos requieren poder adquisitivo y clientes. El entorno económico consta de factores financieros que influyen en el poder adquisitivo y los patrones de gasto de los consumidores. Los mercadólogos deben poner gran atención a las principales tendencias y a los patrones del gasto de los consumidores, dentro de sus mercados y en sus mercados mundiales. Los países varían considerablemente en sus niveles y distribución de ingresos. Algunos tienen economías industrializadas, que constituyen mercados ricos para muchas clases distintas de bienes. En el otro extremo están las economías de subsistencia; es decir, las que consumen casi toda su producción agrícola e industrial, y ofrecen escasas oportunidades de mercado. En un punto medio se encuentran las economías en desarrollo, que pueden ofrecer oportunidades de marketing excelentes para el tipo correcto de productos **(Armstrong, 2001)**

### **Entorno Tecnológico**

El entorno tecnológico es quizá la fuerza más poderosa que está determinando nuestro destino. La tecnología ha producido maravillas como los antibióticos, la cirugía robótica, los aparatos electrónicos miniaturizados, los teléfonos inteligentes e Internet; sin embargo, también ha desatado horrores como los misiles nucleares, las armas químicas y los rifles de asalto. Ha originado beneficios combinados como el automóvil, la televisión y las tarjetas de crédito. Nuestra actitud hacia la tecnología depende de si nos impresionan más sus maravillas o sus errores. Las nuevas tecnologías pueden ofrecer excelentes oportunidades para los mercadólogos. (Armstrong, 2001).

### **Entorno Político**

Las decisiones de marketing reciben una influencia significativa de la situación en el entorno político. El entorno político consiste en leyes, instituciones gubernamentales y grupos de presión que influyen en diferentes organizaciones e individuos en una determinada sociedad y los limitan. (Armstrong, 2001).

### **Valores**

Los valores de una compañía son las creencias, características y normas conductuales que se esperan de su personal cuando realiza negocios de la compañía y persigue su visión estratégica y su misión.

Los valores se relacionan con un trato justo, integridad, conducta, ética siendo innovador, trabajo en equipo, calidad suprema etcétera.

Muchas compañías redactan una declaración de valores para destacar las expectativas de que los valores se reflejen en la conducción de las operaciones de la compañía y en la conducta de su persona. (STRICKLAND, 2012,).

### **Que demuestra la lista del análisis F.O.D.A**

El análisis F.O.D.A, implica más que la elaboración de cuatro listas; sus dos partes más importantes son de llegar a las conclusiones a partir de sus listas sobre sus conclusiones de sus

lista sobre la situación general de las empresas convertirlas en acciones estratégicas, para que la estrategia se ajuste mejor a la fortaleza de los recursos y las oportunidades del mercado, para corregir las debilidades importantes y para defenderse de las amenazas externas (STRICKLAND, 2012,).

### **Satisfacción del cliente**

Por lo general los consumidores se enfrentan a una gran colección de productos y servicios que podrían satisfacer una necesidad específica. ¿Cómo eligen entre tantas ofertas de mercado? Los clientes se forman expectativas acerca del valor y la satisfacción que diversas ofertas de marketing les brindarán, y compran de acuerdo con ellas. Los clientes satisfechos compran de nuevo y les cuentan a otros individuos sobre sus buenas experiencias. Los clientes insatisfechos con frecuencia se van con los competidores y desacreditan el producto ante los demás. Los mercadólogos deben ser cuidadosos al establecer el nivel de expectativas correcto. Si establecen expectativas demasiado bajas, quizá satisfagan a quienes compran, pero no lograrán atraer a suficientes compradores. Si elevan demasiado las expectativas, los compradores se desilusionarán. El valor y la satisfacción del cliente son fundamentales para establecer y administrar las relaciones con el consumidor. (Armstrong, 2001).

### **Necesidades y deseos y demanda del cliente**

El concepto fundamental que sustenta el marketing son las necesidades humanas. Las necesidades humanas son estados de carencia percibida e incluyen las necesidades físicas básicas de alimento, ropa, calidez y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto; y las necesidades individuales de conocimientos y expresión personal. Los mercadólogos no crearon esas necesidades, sino que forman una parte básica del carácter de los seres humanos. Los deseos son la forma que adoptan las necesidades humanas, moldeadas por la cultura y la personalidad individual.

Los deseos están moldeados por la sociedad en la que se vive y se describen en términos de objetos que satisfacen necesidades. Cuando las necesidades están respaldadas por el poder de compra, se convierten en demandas. A partir de sus deseos y sus recursos, las personas

demandan productos cuyos beneficios sumen la mayor cantidad de valor y de satisfacción. Las compañías de marketing exitosas hacen mucho por informarse y entender las necesidades, los deseos y las demandas de sus clientes. Realizan investigación del consumidor y analizan montañas de datos de éste. Su personal, en todos los niveles (incluyendo las gerencias de alto nivel), permanece cerca de los clientes (**Philip, 2001**).

## **6 METODOLOGIA**

### **6.1 Tipo De Estudio**

Para elaborar el proyecto empleamos el Estudio Descriptivo, ya que podemos analizar detalladamente por medio de la medición de diferentes atributos, cuestiones relacionados al problema. la Investigación descriptiva y de campo también nos permite delimitar los hechos que conforman la investigación, como características demográficas entre otros.

### **6.2 Método**

El método usado para el estudio es el Enfoque cuantitativo, puesto que haremos recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, esto con el fin de establecer patrones de comportamiento y probar supuestos bajo el paradigma del positivismo.

### **6.3 Fuentes Primarias y Secundarias**

Se ha obtenido información de varias fuentes, desde directivos de Zofra, choferes, estibadores o personal de aduana, pasando por artículos en la web, comerciantes y gente a fin entendidos en la materia. A lo que podemos acotar sin duda que la toda la información primaria y secundaria utilizada en el estudio, es confiable y ha sido bien procesada.

Goizamos de acceso al informe anual de gestión Zofra Cobija en la gestión 2017, que constituye un pilar fundamental de nuestra investigación. De igual manera, dimos con todas las leyes desde que se instituyó Cobija como Zona franca, hasta la última ampliación de la misma, y libros como el del Ingeniero Carlos Benquique, que aporta basto conocimiento en la elaboración de este proyecto en cuestión de forma y orden del estudio.

#### **6.4 Técnicas e Instrumentos.**

Para obtener datos medibles y confiables, recurrimos a instrumentos de estudios como Encuestas y entrevistas, también aplicamos cuestionarios, pero en menores proporciones, y la Observación, que se traduce en la herramienta más utilizada para este estudio.

##### **Encuestas**

En el caso de las encuestas, fueron hechas a una muestra de nuestra población de estudio, para entender mejor las características del servicio que buscan, o con que regularidad realizan importaciones, datos demás de importantes para obtener la oferta y la demanda.

##### **Entrevistas**

Las entrevistas fueron hechas a choferes, quienes constantemente transitan la ruta Iquique a Cobija y a uno de los dirigentes del sindicato de transporte pesado Integración.

##### **Cuestionario**

Un único cuestionario fue hecho, con el fin de obtener información precisa se procedió a visitar las oficinas del ingeniero Ailton Suarez, Jefe de operaciones en Zofra, quien muy amablemente nos atendió y proporciono datos precisos y útiles para el estudio.

##### **Observación**

También utilizamos y en mucha mayor proporción, la técnica de observación, de manera que visitamos las instalaciones de Zofra en más de 10 oportunidades, para entender el proceso de arribos de la mercadería y el tramite realizado para liberar los camiones, así mismo visitamos reiteradas veces el sindicato de transporte pesado Integración e incluso se realizaron 2 viajes hasta Iquique donde observamos de primera mano todo el manejo de mercadería desde el acceso a los almacenes y el despacho del camión, pasando por la balanza y los controles aduaneros de frontera, para corroborar toda esta información puede ir al final del informe y ver los anexos.

## 6.5 Población y Muestra.

Para dar inicio al proyecto analizamos cuidadosamente el tamaño del mercado al que nos dirigimos, para ello obtuvimos información directa de la institución a fin, fuimos a la fuente más confiable y fidedigna; ZOFRA Cobija, quienes nos proporcionaron los siguientes datos:

*Tabla 1*  
Cantidad de usuarios de la gestión 2017

2017				
DETALLE DE REGISTRO DE USUARIOS ENERO - DICIEMBRE 2017				
MES	INSCRIPCIÓN	RE-INSCRIPCIÓN	ACTUALIZACIÓN	TOTAL
ENE-DIC	30	44	67	141
<b>TOTAL, DE USUARIOS REGISTRADOS</b>				<b>141</b>

Fuente: unidad de fiscalización de Zofra Cobija.

En el cuadro anterior podemos observar, que el 2017 Zofra Cobija cerro la gestión con un total de 141 usuarios, de los cuales 30 se inscribieron por vez primera, 44 realizaron su re-inscripción ya que su carnet de socio había vencido y 67 usuarios gestionaron la actualización de su registro antes de su vencimiento.

Esto representa una baja notable en la cantidad de usuarios comerciales en relación con gestiones anteriores, teniendo el 2013 la más alta de los últimos 6 años, cuando alcanzó la cifra de 195 usuarios comerciales.

La reducción del registro de los usuarios se debe en gran parte a la vigencia de la Zona Franca Comercial e Industrial de Cobija que concluye en abril de 2018. Vale decir que, de estos usuarios, solamente el 97% son usuarios comerciales, estrictamente estos son de nuestro interés, el otro 3% son usuarios industriales, esta cifra es el resultado de un análisis comparativo de los últimos 6 años.

Veremos a continuación un cuadro que nos permitirá entender mejor la constante variación que hay en cuanto a usuarios:

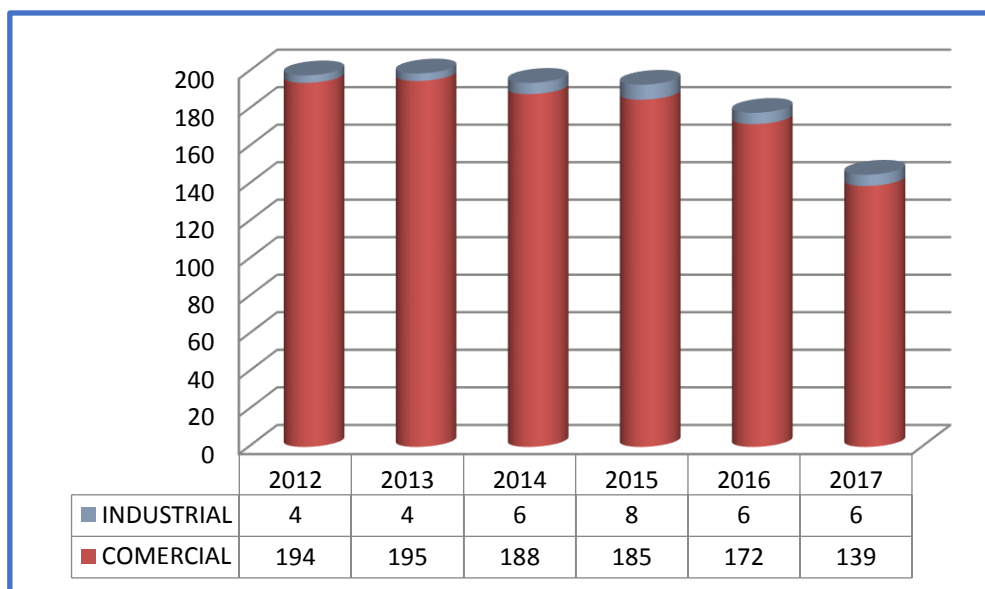


Figura 4: Comportamiento del registro de usuarios 2012 a 2017 (Fuente, Unidad de fiscalización Zofra)

Requerimos entonces conocer un número aproximado de clientes potenciales para la gestión 2018, proyectamos entonces, que habrá una cantidad de usuarios menor a la gestión 2017, esto según el cálculo de datos históricos empleados en la siguiente fórmula:

$$\Delta = x\%(\text{usuarios del periodo anterior})$$

En donde:

$\Delta$  = diferencia (aumento o disminución) esperado con respecto al periodo anterior.

$x\%$  = Medía aritmética de los porcentajes de incremento que se suceden entre los volúmenes de usuarios de los períodos anteriores.

Al resultado de la fórmula se le sumará el volumen de usuarios del año anterior al proyectado y como resultado se obtendrá la proyección deseada.

Entonces primero determinamos el valor  $x\%$

Tabla 2

Construcción de la variación estadística para la proyección anual siguiente

Gestión	Usuarios	Diferencia	$\Delta$ /año anterior	*100	%
2012	194				
2013	195	1	0,0051546392	0,5154639175	0,50%
2014	188	-7	-0,0358974359	-3,5897435897	-3,50%
2015	185	-3	-0,0159574468	-1,5957446809	-1,50%
2016	172	-13	-0,0702702703	-7,027027027	-7,00%
2017	139	-33	-0,1918604651	-19,1860465116	-19,00%
2018	¿?			TOTAL=	-30,50%

Nota: Elaboración propia

Una vez que obtenemos las diferentes variaciones anuales en lenguaje porcentual, proseguimos a calcular su promedio dividiendo el total sobre la cantidad de gestiones calculadas.

$$x\% = -30,50\% / 5$$

$$x\% = -6,10\%$$

Lo que nos indica la tasa de variación (crecimiento o decrecimiento) para la siguiente gestión.

Siguiendo con la fórmula:

$$\Delta = x\% (\text{usuarios del periodo anterior})$$

$$\Delta = -6,10\% (139)$$

$$\Delta = -8,479 (\text{usuarios aproximadamente})$$

Como último paso para ver la proyección de usuarios para la gestión 2018, sumaremos la cantidad de usuarios de la última gestión con la cantidad de usuarios proyectados.

$$\Delta = -8,479 + 139$$

$$\Delta = 131$$

Podemos decir entonces; que para la gestión 2018, tendremos un aproximado de 131 usuarios, que representan la cantidad de empresarios comerciales que podrán hacer uso de nuestro servicio. Además, se determina esta cantidad como nuestra población de estudio, de la que computaremos más adelante nuestro tamaño de muestra.

El método empleado para este cálculo lleva como nombre “Método Incremental” Es un método estadístico utilizado para las proyecciones, y que al igual que el método de tendencias, está basado en los volúmenes de períodos anteriores y en el desarrollo de una formula estadística. Este método consiste en la proyección de la cantidad de un período venidero, en base a la media incremental reflejada en los períodos anteriores.

## **7 ESTUDIO DE MERCADO**

### **7.1 Análisis del mercado**

El de servicio de transporte internacional hace referencia a todas las operaciones de transporte de carga que se realizan de un país a otro. Es decir, todas aquellas que cruzan fronteras para llevarse a cabo.

Se diferencian de las operaciones de transporte nacionales porque para importar o exportar mercancía de un país a otro los requisitos que debemos cumplir, los papeleos que debemos realizar y las condiciones en las que se recomienda realizar la operación suelen variar considerablemente y suelen tener un coste más elevado.

En cualquier caso, es importante conocer las diferentes modalidades que existen actualmente para la importación de mercancía a nivel internacional y cuáles son los aspectos principales de la normativa vigente. Dentro de un panorama global, existen solo 3 formas/medios o más propiamente llamado vías por el cual realizar el traslado de mercaderías internacionales de un país a otro:

#### **Vía terrestre**

Es el más utilizado cuando se realiza el traslado de mercadería con un país contiguo, ya que el trámite aduanero se elabora normalmente en el cruce fronterizo, es decir en transitividad de

fronteras. Dependiendo el tipo de producto a trasladar, puede ser la mejor opción o no, en función al estado de la vía terrestre y el tiempo que demore en llegar a destino.

### **Vía Aérea**

Haciendo un sondeo general similar al realizado con las vías terrestres, podemos mencionar de inicio que no es el más utilizado cuando hay un gran volumen de carga para el traslado, ya que los costos son muchos más elevados y los trámites aduaneros un poco más burocráticos, esto último en función al medio normativo que rodea el lugar de destino u origen. La ventaja sin duda es la rapidez que puede existir en la entrega, y es ideal cuando se necesita importar en pequeñas proporciones. Cuando de productos perecederos o comestibles se trata, es la más elegida por los importadores o exportadores, y a estos se suman aquellos que por la distancia que existe entre el origen y destino prefieren acortar los costos que pueden representar la demora de la llegada de un “x” producto.

### **Vía marítima**

Esta se utiliza regularmente para la entrega de container provenientes de otros continentes, y si de container se trata sin duda imaginamos acertadamente un alto volumen de carga. Inmensas embarcaciones se emplean para esta labor y tienen por destino solo puertos marítimos internacionales dotados de terminal portuaria de contenedor. Estos suelen demorar mucho más que las 2 anteriores, pero es la más utilizada por las grandes industrias.

Para poder hablar de manera más clara acerca del servicio que tenemos para ofrecer, vemos necesario abarcar primero los diferentes tipos de carga que existen, para luego centrarnos en la que nosotros transportaremos.

### **Tipos de Carga**

Existe una variedad de productos que requieren de transporte, por lo que es necesario reconocer los tipos de carga para poder elegir o cotizar el medio de transporte adecuado para su transporte. La carga es un conjunto de bienes o mercancías protegidas por un embalaje apropiado que facilita su rápida movilización. Existen dos tipos principales de carga: general y a granel. Asimismo, según su naturaleza la carga se clasifica en peligrosa, perecedera y frágil.

### **Carga general**

Es todo tipo de carga que se transportan en cantidades pequeñas que y en unidades independientes. Se pueden contar el número de bultos y en consecuencia se manipulan como unidades. Se transportan y se almacenan juntas. Esta carga se divide en: suelta (no unitarizada) y unitarizada.

**Suelta (no unitarizada):** Este tipo de carga consiste en bienes sueltos o individuales, manipulados y embarcados como unidades separadas, fardos, paquetes, sacos, cajas, tambores, piezas atadas, etc.

**Unitarizada:** La carga unitarizada está compuesta de artículos individuales, tales como cajas, paquetes, otros elementos desunidos o carga suelta agrupados en unidades como paletas y contenedores (unitarización), los cuales están listos para ser transportados.

La preparación de la carga permite un manipuleo seguro y evita el saqueo, los daños y las pérdidas y la protege de la degradación térmica y biológica, el manejo brusco o la lluvia, el agua salada, etc., además, permite un manipuleo más rápido y eficiente.

### **Carga a Granel**

Carga que se transporta en abundancia y sin embalaje. Se estiba directamente en la bodega de los buques, en grandes compartimientos especialmente acondicionados. La carga puede ser: Solida (Abonos, granos, comestibles, fertilizantes, minerales y otros); Líquida (Petróleo, Lubricantes, Gasolina, Diésel, Sebo y otros); Gaseosa (Gas Propano, Butano y otros).

### **Carga Peligrosa**

Se trata de productos que, de no tener un trato adecuado, puede poner en riesgo la vida humana y el medio donde se transporta. La carga peligrosa se caracteriza por tener propiedades explosiva combustibles, oxidantes, venenosas, radiactivas o corrosivas. Dependiendo de su grado de peligrosidad, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) la clásica en nueve tipos:

- Explosivos
- Gases
- Líquidos inflamables
- Sólidos inflamables
- Sustancias comburentes y peróxidos orgánicos
- Sustancias tóxicas y sustancias infecciosas
- Material radiactivo
- Sustancias corrosivas
- Sustancias y objetos peligrosos varios.

### **Carga perecedera**

Cierto número de productos, en especial los alimenticios, sufren una degradación normal en sus características físicas, químicas y microbiológicas como resultado del paso del tiempo y de las condiciones del medio ambiente. En la mayoría de los casos se requieren ciertos medios de preservación, como el control de la temperatura, para mantener sus características originales de sabor, gusto, olor, color, etc., de manera que se conserven en buenas condiciones durante la movilización entre el productor y el consumidor.

Dentro de los productos perecederos se encuentran las frutas y las verduras, la carne y sus derivados, los pescados y los mariscos, los productos lácteos y las ores, entre otros.

### **Carga Frágil**

Son todos aquellos artículos que pueden ser dañados fácilmente, si son expuestos a vibraciones, caídas, choques o manipulación poco cuidadosa durante el transporte. Los productos frágiles típicos son antigüedades, obras de arte, artículos de porcelana, artículos de vidrio, loza de barro, artículos de hierro fundido, tubos de radio y TV, esculturas, etc.

Entonces, debido a sus características especiales, toda operación de carga frágil debe realizarse con extremo cuidado, incluyendo el embalaje, el manipuleo y el traslado de la misma.

## **7.2 Descripción del servicio principal.**

Nuestro servicio consiste en el traslado de mercadería por vía terrestre, desde la Zona Franca de Iquique, Chile – a Zona Franca Cobija, Bolivia; para lo cual dispondremos de 3 camiones, cada uno capaz de realizar 1 viaje cada 15 a 20 días aproximadamente, en función a factores externos que estudiaremos más adelante.

Contaremos con todas las licencias requeridas, ofreceremos el soporte necesario y velaremos día a día para cumplir con altos estándares de calidad. lo que nos permitirá ofrecer un servicio de transporte de carga terrestre de alcance internacional.

A esto podemos sumar que Realizaremos un exhaustivo seguimiento de la mercancía con la respectiva seguridad de la carga a todo riesgo, La carga será transportada de Origen a destino sin sufrir ninguna clase de manipulación, Todas nuestras unidades de transporte estarán aseguradas y buscaremos incansablemente ofrecer un precio atractivo y bajo con relación a los demás ofertantes; Todo esto pensado para satisfacer al cliente, a fin de obtener su fidelidad y confianza para un trabajo de conveniencia mutua.

En la actualidad no existe empresa similar en la ciudad de Cobija, es decir; empresa que ofrezca el servicio de transporte internacional en Zofra. Esta ausencia se ve suplida por empresas del interior del País, más propiamente del departamento de La Paz.

## **7.3 Ubicación geográfica del mercado.**

Nuestro estudio de factibilidad abarcara La Zona Franca Cobija, que es una de las zonas ficticias más venerables para el pago de impuestos. El área de Zona Franca Cobija, comprende el radio urbano de la ciudad de Cobija del Departamento de Pando.

Si bien entendemos que toda el área urbana en su totalidad constituye Zona Franca, podemos decir que nuestro principal foco de estudio se centrara en la parte central de la ciudad, esto es: La avenida Teniente Coronel Cornejo, gran parte aledaña al Mercado central, avenida Internacional entre otros; puesto que en la extensa expansión de la urbe urbana existen infinidad de importadores que se intuyen traen mercancías de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija.

## **7.4 Análisis de la población**

### ***7.4.1 Características del consumidor***

Nuestro servicio tiene como foco de interés, empresarios comerciales, usuarios de Zona Franca que se dediquen a la importación de mercaderías varias para la venta al por mayor o menor dentro del área urbana de Cobija.

Con relación al perfil del comerciante importador, se pudo establecer que los comerciantes importadores en Cobija son migrantes en su mayoría (83,8%), personas que han llegado de otros departamentos del país o del Brasil en la búsqueda de aprovechar las oportunidades existentes en términos del comercio.

La mayoría son varones (67.5%), aunque también se observa una importante presencia de las mujeres (42.5%) como propietarias de tiendas. El comercio es considerado una actividad familiar donde trabajan el hombre y la mujer, sin embargo, es común observar que el registro de importación se encuentra a nombre de la esposa.

Se tiene un alto grado de parentesco entre los comerciantes importadores, el 62,5% de ellos tienen al menos un pariente en la actividad comercial en Cobija. Los principales vínculos son los hermanos, primos y tíos. Quienes tienen mayores vinculaciones familiares al interior del comercio son los orureños y paceños.

Para constituirse como importador, es requisito ser mayor de edad, esto es: mayor a los 18 años, y tener condiciones económicas puesto que se pone como requisito documentos como Boleta de garantía y póliza de seguros además de basto capital para la compra de mercadería en el exterior del país; en base a un simple análisis podemos decir que la clase social media y alta está en condiciones y es actualmente la que realiza las importaciones.

Esto nos ayudara a entender al aspecto sociocultural que rodea al individuo, para elaborar mejores estrategias de cara a la promoción de nuestro servicio.

### 7.4.2 Estimación de la Población

De cara a lo que sería la gestión 2018 y 2019 en Zofra Cobija, vemos una drástica disminución de usuarios importadores bajo la incertidumbre del cierre de la zona franca comercial. Sin embargo, podemos proyectar que para final de la gestión 2018 contaremos con 131 empresarios realizando importaciones.

### 7.5 Análisis de Oferta

Actualmente en el mercado existen muchas empresas de transporte pesado terrestre internacionales, de las cuales ni una sola cuenta con instalaciones u oficinas en nuestro medio, siendo nosotros los únicos y primeros en funcionar como empresa establecida en la región.

Casi en su totalidad, las empresas de transporte pesado terrestre internacionales que ofrecen su servicio para la ruta Iquique – Cobija, se encuentran ubicadas en la ciudad de La paz, centro desde el cual ofrecen su servicio, esto porque abarcan en su totalidad las rutas nacionales y otros destinos fuera del país, convirtiéndolos en grandes empresas cargueras con cedes incluso en más departamentos o países.

A continuación, mostraremos una tabla con los principales ofertantes en materia de carga pesada, en base a una encuesta realizada a empresarios de la cámara de industria y comercio.

Tabla 3

#### Principales competidores

	Empresa	Ubicación	Capacidad de Oferta máxima (Año)
1	Capiona S.R.L.	Virgen de la concepción N°1285. Zona: Villa Fátima	300
2	Hinojosa S.R.L.	Calle Demetrio Moscoso N°35. Zona: Villa Dolores	300
3	Otras	S/U	500
<b>TOTAL</b>			<b>1100</b>

Nota: Elaboración propia

La oferta está calculada en capacidad de viajes Anuales (V/A), que para nuestro estudio lo identificaremos A partir de aquí como: “V/A” (Viajes Anuales).

Dando a entender entonces que la empresa Capiona S.R.L. tiene la capacidad de realizar 300 V/A en la ruta (aquí diferente) La Paz – Iquique – Iquique – Cobija

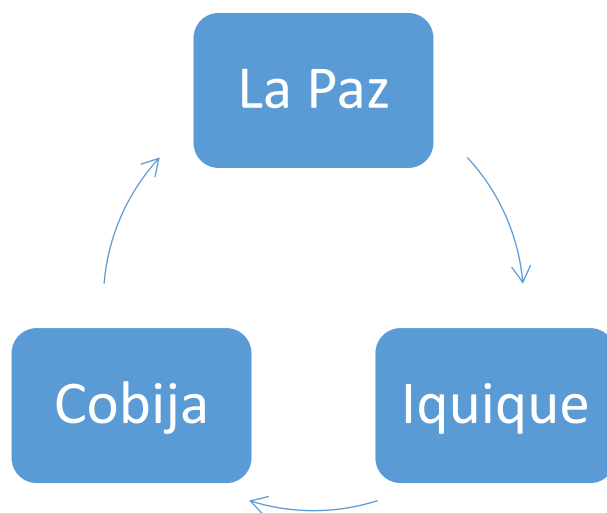


Figura 5: Ciclo del Camión(Fuente, Elaboración Propia)

Pero su capacidad de oferta no refleja la realidad a la hora de verdad, pues la disponibilidad de vehículos no abastece a la demanda, esto lo sabemos luego de haber conversado con los demandantes, quienes nos expresaron que en más de una ocasión solicitaron un vehículo y la empresa en ese momento no tenía alguno disponible, en esta situación queda solicitar un camión a otra empresa hasta encontrar vehículos disponibles.

Si bien estas empresas son grandes e internacionales, la demanda que ellos obtienen en otras rutas relegan a menos importante la ruta que nosotros pretendemos atender, es decir: Es menos costoso para estas empresas realizar trabajos en las rutas nacionales, por lo que constantemente tienen ocupado sus servicios, también ven más provechoso traer mercadería de Iquique, hasta La Paz, Oruro o Potosí.

Entonces, aunque tengan una gran flota de camiones, estos se desplazan muy poco por la ruta Iquique – Cobija. Exactamente es lo mismo que ocurre con las demás empresas ubicadas en La Paz y que constituyen ser nuestra competencia.

Los V/A disponibles en el mercado para la ruta Iquique – Cobija realmente serán menor que lo planteado en el cuadro anterior, dicho cálculo se dio bajo el supuesto de que la empresa cuenta con 15 camiones disponibles para la ruta de estudio, dando entonces una capacidad de 300 V/A. Veamos el cálculo:

Empresa X = V/A

*Tenemos como base que, 1 camión realiza 1 viaje en 15 a 20 días, dando un promedio de 18; entonces:*

$$\frac{365 \text{ días}}{18 \text{ días}} = 20$$

*Esto significa que cada camión puede realizar aprox. 20 V/A*

$$20 \times 15 = 300$$

*Y que 15 camiones, por lo tanto, podrían realizar hasta 300 V/A*

Pero desde una perspectiva más lógica, entendemos esto como su capacidad tope de servicio no siendo una cifra estricta, si no que sufre una diferencia notable bajo la lupa de nuestras encuestas, donde señalan cifras menores pero reales de la cantidad de oferta que ofrecen y disponen.

Según datos del sindicato de transporte pesado en La Paz, cerca de 60 camiones son los que llegan a Zofra Cobija cada mes, dando un total de 720 camiones al año, esto en función de 1 viaje cada mes.

Podemos reflejar entonces, en otro cuadro, la oferta real que tienen y disponen con más regularidad.

Tabla 4

## Capacidad de servicios de competidores

	Empresa	Ubicación	Oferta Actual
1	Capiona S.R.L.	Virgen de la concepción N°1285. Zona: Villa Fátima	200
2	Hinojosa S.R.L.	Calle Demetrio Moscoso N°35. Zona: Villa Dolores	200
3	Otras	S/U	320
TOTAL			720

Nota: Elaboración Propia

### 7.6 Análisis de la demanda.

Para poder realizar el análisis de la demanda partimos del universo contemplado que son los 131 empresarios que realizan importaciones de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija sobre los cuales se determina la muestra que corresponde a 67 encuestas (Calculo adjunto en anexo), para mediante fuentes de información primaria que es la encuesta poder realizar el análisis de diferentes aspectos que nos permitirán determinar la demanda efectiva para el servicio propuesto

#### 7.6.1 Resultados y Análisis de la Encuesta

El instrumento de recolección de información es la encuesta (adjunto en anexo) que es aplicada sobre una investigación cuantitativa, la misma que se realiza mediante el sistema de entrevista personal a importadores de mercancías en Zofra Cobija.

El tipo de muestreo será simple con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el tamaño de la muestra se estima en 67 encuestas, la selección de las unidades muestrales para cada grupo, se establecerá de manera no probabilística, veamos a continuación el cálculo:

#### Calculo de la Muestra

En base al universo de estudio se aplica la fórmula para determinar el cálculo de la muestra para poblaciones infinitas.

$$n = \frac{Z_c^2 \cdot N \cdot p (1 - p)}{e^2 \cdot N + Z_c^2 \cdot p (1 - p)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra que se desea obtener.

N = Universo tamaño de la población.

Zc = Corresponde al valor de Z crítico, siendo este un valor dado del nivel de confianza que para el presente proyecto será del 95% siendo el valor de Zc igual a 1,96.

p = Se considera a la proporción de éxitos en la población, en este caso está dado por el número de personas que optaron por la opción si en la pregunta de valor, de cuestionario piloto lo que corresponde un valor para p de 90%.

e = Es el error en la proporción de la muestra y que para el presente estudio es del 5%

Una vez dada esta información se procede a aplicarla en la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (131) \cdot (0,90)(1-0,90)}{(0,05)^2 \cdot (131) + (1,96)^2 \cdot (0,90)(1-0,90)}$$

$$n = 67,27 = 67 \text{ Encuestas}$$

El trabajo de campo es realizado por mi persona como investigador contando con experiencia y formación universitaria.

Una vez efectuada la recolección de la información la misma fue procesada en el paquete estadístico SPSS (“Statistical Package for the Social Sciences”) para el análisis general de los resultados.

## Usuarios del Servicio de Transporte

Tabla 5

*Resultado del estudio de mercado referente al servicio de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija*

Utiliza usted el Servicio de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija	Porcentaje
SI	100%
NO	0%

Fuente: Elaboración Propia



Figura 6: Resultado Encuesta Servicio de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija (Fuente, Elaboración Propia)

**Análisis:** En base a la primera pregunta respecto al uso del Servicio de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija por parte de los importadores se puede evidenciar que el 100% de los mismos utilizan el transporte por vía terrestre, esto puede ser claramente verificado ya que el costo de transporte por vía aérea genera un alto costo, y no existe ninguna conexión por otra vía de transporte como ser férrea o marítima.

### Disponibilidad de Camión Propio

Tabla 6

Resultado encuesta respecto a Transporte propio para la Mercadería de Zofra Iquique a Zofra Cobija

Cuenta usted con un camión propio para el Transporte de la Mercadería de Zofra Iquique a Zofra Cobija	Porcentaje
SI	4%
NO	96%

Fuente: Elaboración Propia



Figura 7: Resultado encuesta respecto a Transporte propio para la Mercadería de Zofra Iquique a Zofra Cobija (Fuente, Elaboración Propia)

**Análisis:** De los usuarios encuestados solo el 4% de ellos cuentan con vehículos propios, el restante 96% afirman que contratan el Servicio de Transporte para la importación de sus mercaderías.

### Contratación de Camiones

Tabla 7

*Lugar donde contrata los camiones para el Servicio de Transporte Internacional*

Podría indicarnos donde contrata los camiones para el Servicio de Transporte Internacional	Porcentaje
En el Sindicato de Transporte Pesado de La Paz	65%
Me contacto con algunas personas que conozco que brindan el servicio	35%
Me apersono a una empresa legalmente establecida de Transporte Internacional	0%

Fuente: Elaboración Propia



Figura 8: Resultado encuesta respecto a donde contrata los camiones para el Servicio de Transporte Internacional (Fuente, Elaboración Propia)

#### Análisis:

El 65% de los usuarios tienden a buscar este servicio mediante el Sindicato de Transporte Pesado en La Paz y un 35% realiza el contacto directo a alguna persona conocida que realice este servicio. Se evidenció que no existe una empresa legalmente establecida para Servicio de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija.

#### Nivel de Seguridad del cliente

##### Tabla 8

Resultado de nuestra investigación acerca de la satisfacción respecto al servicio que contrata referente a seguridad, responsabilidad y cumplimiento respecto al servicio de transporte de su mercadería

Del tipo de servicio que contrata, usted se siente seguro respecto a la responsabilidad y cumplimiento en el transporte de su mercadería	Porcentaje
SI	5%
NO	95%

Fuente: Elaboración Propia



*Elaboración Propia)*

**Análisis:** Podemos determinar que solo el 5% se sienten seguros al servicio de transporte, el 95% indican que no es satisfactorio respecto a la seguridad, responsabilidad y cumplimiento en el Transporte de sus mercaderías de Zofra Iquique a Zofra Cobija.

### Satisfacción del Consumidor respecto a las empresas del exterior

*Tabla 9*

Resultado encuesta consideración del Servicio de Transporte Terrestre que utiliza actualmente

Cómo considera que es el Servicio de Transporte Terrestre que usted contrata para su importación de mercadería	Porcentaje
El servicio es Pésimo	20%
El servicio es Malo	65%
El servicio es Regular	10%
El servicio es Bueno	5%

Fuente: Elaboración Propia



Figura 10: Resultado encuesta consideración del Servicio de Transporte Terrestre que utiliza actualmente

(Fuente, Elaboración Propia)

**Análisis:** El 65% consideran que el actual servicio de Transporte Terrestre para sus mercaderías de Zofra Iquique a Zofra Cobija es malo, el 20% indica que es pésimo, el 10% regular y solo un 5% se encuentra conforme en todos los sentidos respecto al servicio que utiliza en la actualidad.

### Frecuencia de uso de servicio

Tabla 10

frecuencia del Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija

Cada cuanto utiliza usted el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija	Porcentaje
Una vez por semana	0%
Una vez cada dos semanas	15%
Una vez al mes	55%
Una vez cada dos meses	20%
Una vez cada tres meses	10%
Dos veces al año	0%
Una vez al año	0%

Fuente: Elaboración Propia

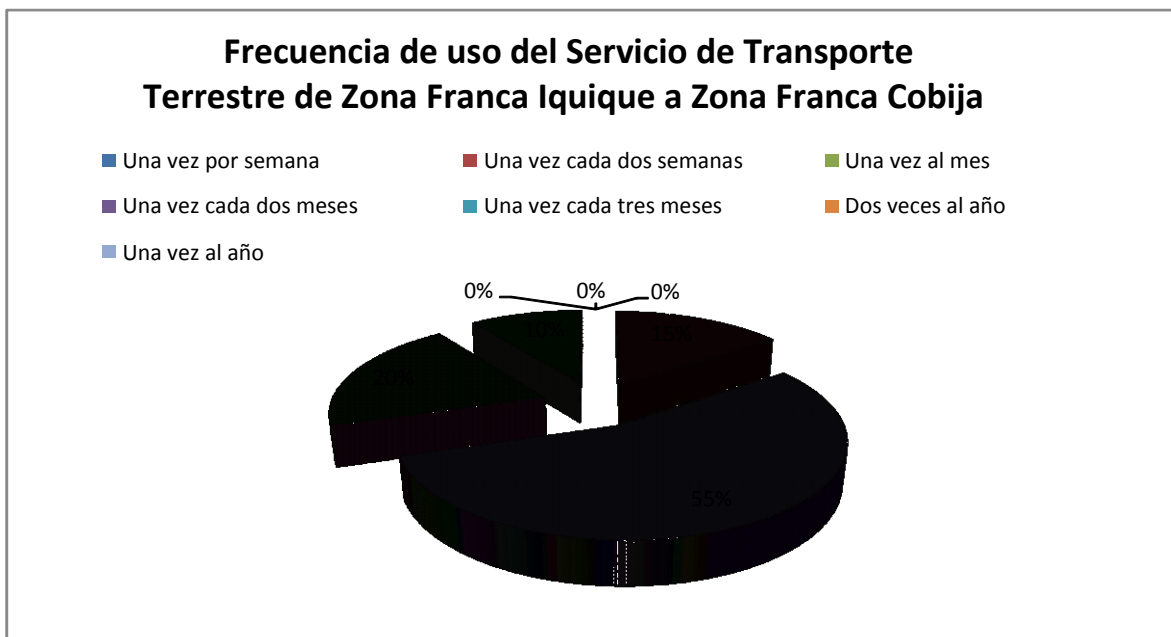


Figura 11: Resultado encuesta frecuencia del Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija (Fuente, Elaboración Propia)

**Análisis:** En lo que corresponde a las frecuencias menores y mayores consideradas en el estudio las mismas presentan un resultado de 0% ósea que ningún importador tiene frecuencias muy seguidas o extensivas en sus importaciones de mercaderías. La frecuencia mayor es de una vez al mes con el 55%, seguida por una vez cada dos meses con el 20%, una vez cada dos semanas 15% y una vez cada tres meses respectivamente.

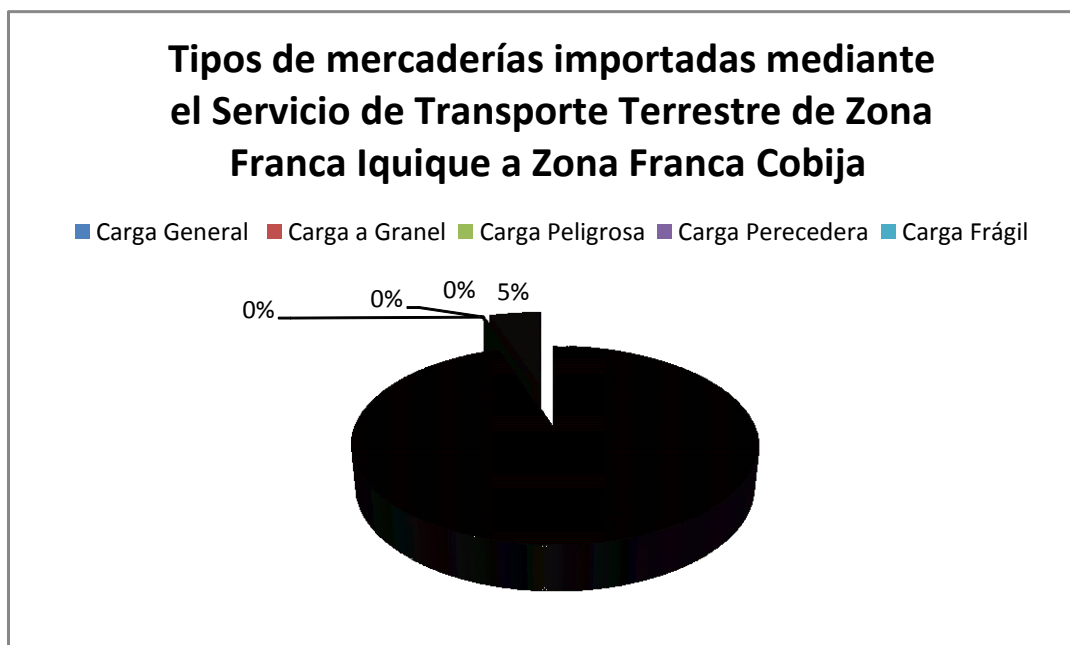
### Tipos de mercaderías importadas

Tabla 11

Resultado de nuestro estudio de investigación respecto al tipos de mercaderías importadas a Zona Franca Cobija

Que tipos de mercaderías usted importa mediante el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija	Porcentaje
Carga General	95%
Carga a Granel	0%
Carga Peligrosa	0%
Carga Perecedera	0%
Carga Frágil	5%

Fuente: Elaboración Propia



*Figura 12: Resultado encuesta tipos de mercaderías importadas a Zona Franca Cobija (Fuente, Elaboración Propia)*

Análisis: El 95% de la mercadería importada a Zona Franca Cobija corresponde a Carga General, que es todo tipo de carga que se transportan en cantidades pequeñas y unidades independientes, los cuales se almacenan y transportan juntas en cajas o bultos. Solo un 5% de la mercadería es considerada frágil y está ligada a la importación de vehículos que precisan un tipo de transporte especial y acorde a los requerimientos. Se debe considerar que, debido a las características de la Zofra Cobija en relación a Zofra Iquique en relación a distancia, viabilidad de caminos y el aparato productivo de la región no implica la importación de productos perecedero, peligroso o a granel por lo cual es coherente el resultado de un 0% en todos estos tipos de carga.

### **Aceptación de una empresa local dedicada al rubro de transporte pesado internacional**

*Tabla 12*

Resultado de nuestro estudio de investigación respecto a la aceptación de una empresa local

Le gustaría contar con una empresa legalmente establecida con todas las garantías y oficinas en la ciudad de Cobija que preste el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija	Porcentaje
SI	100%
NO	0%

Fuente: Elaboración Propia



*Figura 13: Resultado encuesta aceptación respecto a empresa legal de Transporte Terrestre de Zofra Iquique a Zofra Cobija (Fuente, Elaboración Propia)*

Análisis: El 100% aceptaría una empresa legalmente establecida con todas las garantías y oficinas en la ciudad de Cobija que preste el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija.

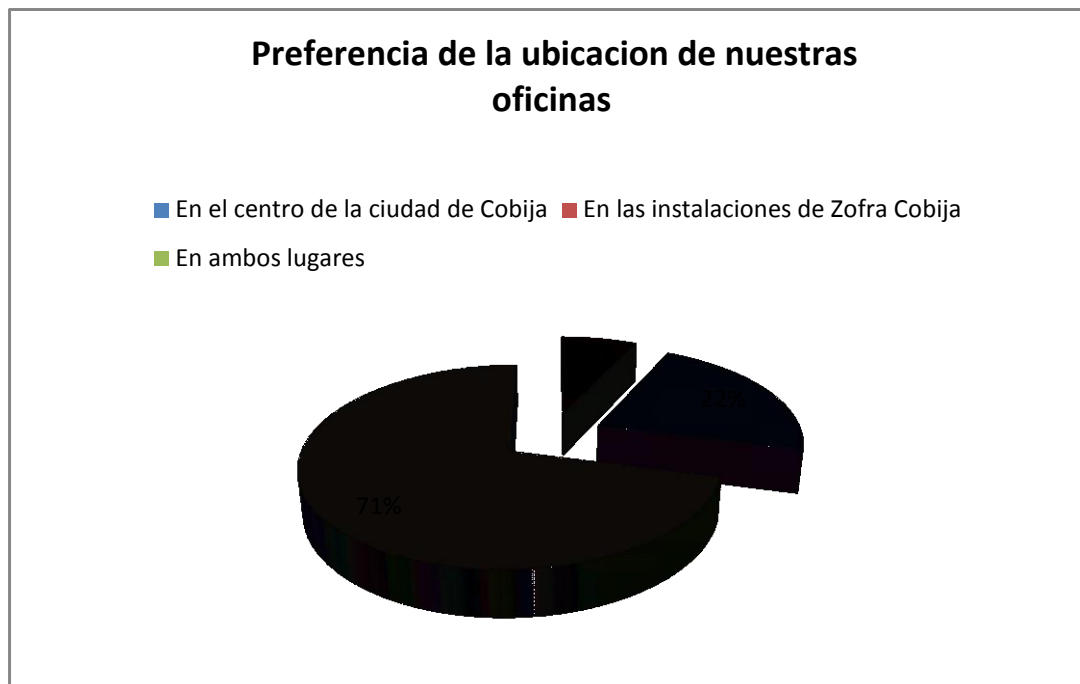
### Ubicación estratégica de nuestra oficina

*Tabla 13*

Resultados de nuestra investigación acerca de donde ubicar nuestras oficinas.

Dónde le gustaría que se encuentren ubicadas las oficinas de una empresa de Servicio de Transporte Terrestre para los usuarios de Zona Franca Cobija	Porcentaje
En el centro de la ciudad de Cobija	7%
En las instalaciones de Zofra Cobija	22%
En ambos lugares	71%

Fuente: Elaboración Propia



*Figura 14: Resultado encuesta preferencia de ubicación de oficinas (Fuente, Elaboración Propia)*

Análisis: El 7% considera que las oficinas deben estar ubicados por el centro de la ciudad de Cobija, el 22% indica que las oficinas deben estar ubicadas en las instalaciones de Zofra Cobija ubicadas en el kilómetro 19 y el 71% manifiestan que se debería contar con dos oficinas una en el centro de la ciudad y otra en las instalaciones de Zofra Cobija para la comodidad de los clientes.

### **7.6.2 Demanda**

Para poder determinar la demanda proyectada del Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija, se debe considerar la cantidad de servicios de transporte en esta ruta por parte de los usuarios y la frecuencia del mismo para ello se realiza un análisis logístico en relación a los resultados de las encuestas realizadas.

Si bien se tiene el uso del Transporte Terrestre y una aceptación del 100% respecto a la implementación de una empresa legalmente establecida con todas las garantías y oficinas en la ciudad de Cobija que preste el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija se deben considerar otros aspectos para poder determinar de forma cierta la demanda proyectada.

Nuestro universo está basado en 131 usuarios que realizan importaciones de mercancías de los cuales solo el 95% tienen relación al servicio que pretendemos colocar en referencia a transporte terrestre de carga en general no realizando transporte de cargas frágiles, por lo cual nuestro servicio se aplica solo a 124 usuarios. Asimismo, el 4% de los encuestados cuentan con un transporte propio de Transporte Terrestre limitando nuestra demanda de 124 usuarios a un 96% que corresponde a 119.

Si bien El 5% de nuestros encuestados en dos respuestas afirmaron que se encuentran conformes con su servicio actual o que lo consideran bueno, lo mismo no limita la demanda pues al ofrecer un mejor servicio existe la posibilidad de contar con estos clientes por lo cual se siguen considerando a los 119 usuarios a partir de los cuales en función a la frecuencia del uso de servicio se determina la demanda proyectada según la siguiente tabla

### **Demanda actual de los importadores**

*Tabla 14*

Demanda

Importadores	Frecuencia de Uso del Servicio (%)		Frecuencia Anual	Demanda Proyectada
119	15%	Una vez cada dos semanas	24	428,40
	55%	Una vez al mes	12	785,40
	20%	Una vez cada dos meses	6	142,80
	10%	Una vez cada tres meses	4	47,60
<b>Total</b>				<b>1404,20</b>

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar la Demanda Proyectada, que corresponde a la cantidad de Servicio de Transporte Terrestre que se realiza de la Zona Franca Iquique a la Zona Franca Cobija por año. se parte del total de Importadores de 119 definidos en puntos anteriores multiplicando por cada una de las frecuencias porcentuales del uso del servicio y a su vez multiplicada por la frecuencia anual que corresponde al total de viajes por años de acuerdo a lo descrito resultado un total de 1404 servicios de transportes en esta ruta internacional por año.

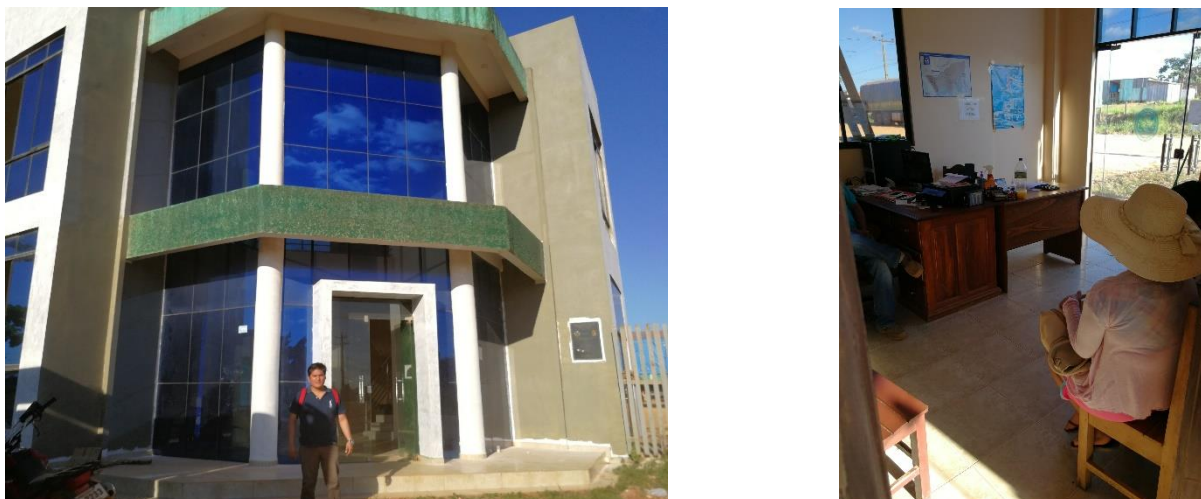


Figura 15: Archivo Fotográfico de las entrevistas realizadas (Fuente, Elaboración Propia)

### 7.6.3 Demanda Insatisfecha

La Demanda Insatisfecha es la diferencia entre la oferta y la demanda en un determinado mercado, para nuestro proyecto de investigación la misma está dada por

$$\begin{aligned}
 \text{Demanda Insatisfecha} &= \text{Oferta} - \text{Demanda} \\
 &= 720 - 1404 \\
 &= 684
 \end{aligned}$$

Tabla 15  
Demanda proyectada

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2018	720	1404	684
2019	768	1497	729
2020	818	1595	777
2021	872	1701	829
2022	930	1813	883

Fuente: Elaboración Propia

Nuestra demanda proyectada está fundamentada en la tasa de crecimiento poblacional que es igual a 6.6%, demostrando que la demanda seguirá creciendo cada año. El análisis de nuestro mercado presenta una demanda insatisfecha de 684 lo que indica que existe alrededor de 684 servicios por año de Transporte Terrestre entre la ruta de la Zona Franca Iquique a la Zona

Franca Cobija que no está cubierta y que los importadores precisan a ser atendidos este dato se pudo corroborar en relación a la percepción del servicio que contratan los importadores donde el 95% lo catalogan entre pésimo, malo o regular especialmente en relación a que deben esperar o buscar un Servicio de Transporte el cual casi nunca está a disposición inmediata perjudicando la planificación de sus importadoras.

### **7.7 Diagnostico estructural**

Para nuestro Diagnostico estructural utilizamos una herramienta que nos permite ver y analizar el entorno del proyecto, conocida como; Análisis del entorno PESTEL, que por sus siglas no ayuda a conocer más a fondo acerca de la realidad

*P = Política*

*E = Económica*

*S = Social*

*T = Tecnológica*

*E = Ecológica*

*L = Legal*

#### **Factores Políticos**

Dentro de los factores políticos que envuelven a nuestro proyecto, podemos contemplar alguna posible modificación en los tratados comerciales con el país vecino Chile, sin embargo, es un hecho de que las importaciones nunca cesaran ya que Cobija no tiene capacidad productiva ni industrial para valerse de sí misma. Un cambio de gobierno trae consigo siempre cierta incertidumbre, pero en los últimos 10 años se puede mencionar que Bolivia goza de estabilidad política en grados considerables

#### **Factores Económicos**

El Municipio de Cobija, casi deslindada del resto del país, aprendió a fuerza de empuje a buscar fuentes de ingresos externas, logrando grandes resultados en el sector comercial y turístico por lo que actualmente se considera una tierra próspera, que recibe cada año cientos de bolivianos de diferentes departamentos, que vienen a emprender con esperanza de un mejor mañana. Se dice en el resto del país que, en Pando sobra trabajo. Sin duda Pando es considerado un sector comercial

### **Factor Social**

Pocos factores sociales pueden alterar el curso del proyecto, ya que ofrecemos un servicio y no un producto, esta rara vez cambia de formato. Nuestro servicio, además, atiende un pequeño segmento del mercado, haciendo más fácil la tarea de satisfacer las necesidades o cambios sociales de nuestro segmento.

### **Factores Tecnológicos**

En esta parte debemos contemplar el constante cambio que se genera día a día en nuestro entorno, vemos como oportunidades todo cambio tecnológico, ya que solo ayudaría a mejorar nuestro servicio, la implementación o actualización de rastreos por medios GPS, por ejemplo, constituyen ser ventajas competitivas.

### **Factores Ecológicos**

Los cambios en este punto, sin duda buscan el mejoramiento de la sociedad, la empresa no sufre ningún tipo de impedimento en este sentido, las emisiones tóxicas de nuestros vehículos están dentro del patrón permitido por el estado y no representan una gran amenaza en el área urbana.

### **Factores Legales**

Múltiples factores se presentan en este punto, es el que más amenazas representa para nuestra investigación, ya que cambios legales pueden afectar dentro de la empresa y fuera de la empresa, como incrementos salariales no presupuestados, cambios de normativas de aduanas, incremento del costo en los insumos etc. Sin duda es el factor más preocupante, así que se debe realizar un seguimiento constante a lo que pasa en relación con normativas y leyes que rigen nuestra sociedad.

## **8. ESTRATEGIA DE MERCADEO**

La comercialización es el mecanismo mediante el cual un bien o servicio llega al consumidor, es decir, en esta parte se determina la forma de transferencia de nuestro servicio al acreedor del mismo.

Para nuestro cometido será importante diseñar un plan de marketing, que permita mostrar a la empresa como la mejor opción.

## **8.1 Plan de Marketing**

El plan de marketing es un documento estructurado que define: Objetivos comerciales a conseguirse en un periodo de tiempo determinado; así como estrategias tácticas y acciones que se implementaran para lograr el éxito deseado en cualquier emprendimiento.

Definitivamente no existe un formato único para elaborar el plan de marketing, puesto que cada empresa tiene un trasfondo muy particular o peculiar que le permite utilizar métodos o esquemas que mejor le convenga y que mejor parezca ajustarse a sus necesidades.

Para el presente estudio de factibilidad se desarrollaron los siguientes puntos como parte fundamental del plan de marketing:

¿Qué se va a hacer? Lo que se traduce en objetivos.

¿Cómo se va a hacer? Que son las estrategias.

### ***8.1.1 Justificación***

Sin duda, la aplicación de marketing permitirá a la empresa diferenciarse de la competencia, además de difundir la propuesta de servicio que tenemos para ofrecer.

Un plan de marketing nos obliga a estudiar de cerca nuestras oportunidades, nuestras amenazas en el mercado, nuestras fortalezas y nuestras debilidades, para trabajar más eficaz y eficientemente.

A través de este plan de mercadeo entenderemos mejor de qué forma alcanzar nuestros objetivos en un periodo menor de tiempo.

### ***8.1.2 Análisis FODA***

Aplicaremos una herramienta efectiva del marketing para realizar nuestro análisis interno y externo del mercado y de la competencia, para actuar de manera más competente en nuestro entorno.

Veamos entonces a continuación, una tabla esquemática con nuestras respectivas Debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas:

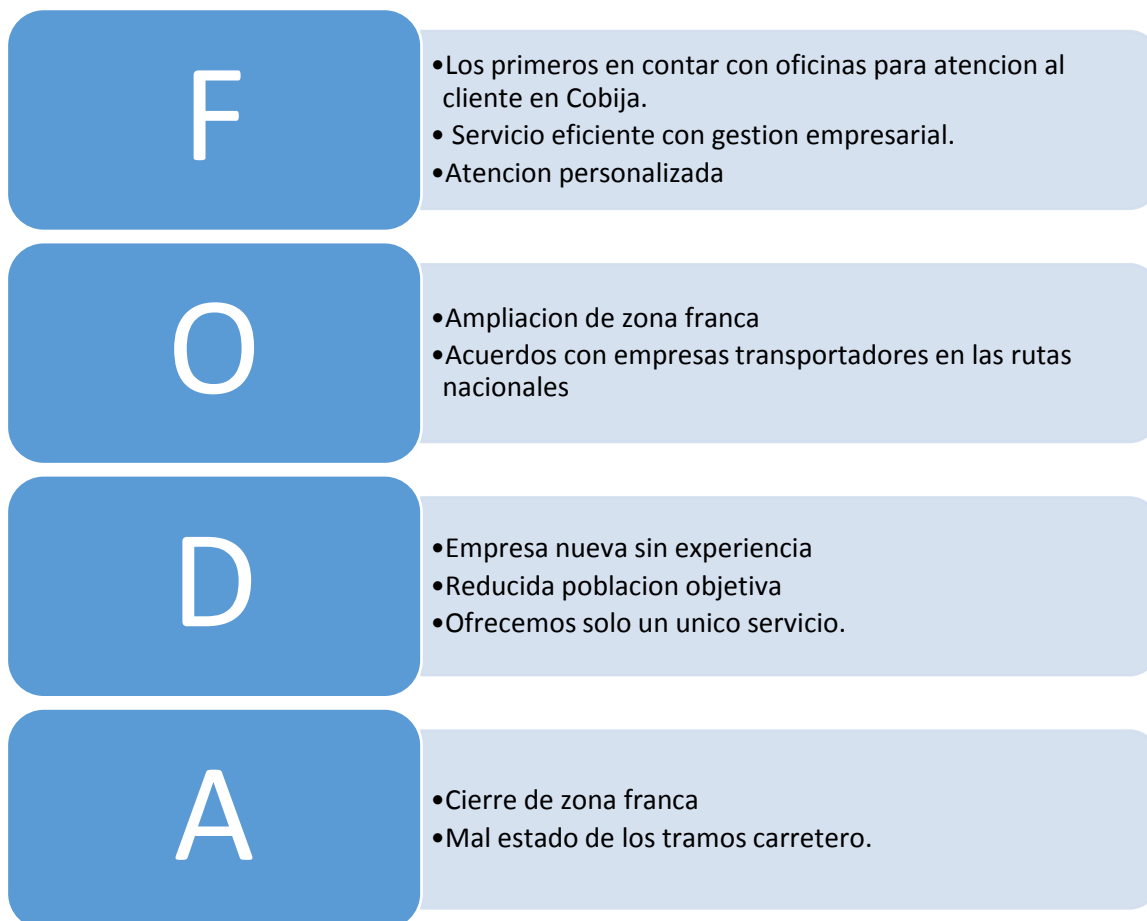


Figura 16: Matriz FODA (Elaboración Propia)

### ***8.1.3 Nuestros servicios.***

A disposición tendremos 3 vehículos listos para el traslado de mercadería seca (de acuerdo al detalle explicado anteriormente) en la ruta Iquique-Chile a la ciudad de Cobija-Bolivia. Los vehículos podrán estar a disposición durante todo el año y solo podrán ser contratados para la importación de mercancías y no la exportación, no descartando la posibilidad de hacerlo más adelante.

### 8.1.4 Marca y Logotipo

La Marca y el eslogan son los principales elementos de identificación visual, es lo que permite que el público nos diferencie de la competencia con solo un vistazo.

El color y la forma también transfieren información, por lo que debemos diseñar cuidadosamente nuestra marca y construir un mensaje adecuado por medio del Branding.

El logotipo está compuesto por una parte textual y por una parte gráfica, y el slogan es una frase corta, concisa y fácil de recordar que sintetiza la idea principal de una campaña publicitaria o una marca.



Figura 17Diseño de Marca (Fuente, Elaboración Propia)

Todo el diseño fue pensado con criterios mencionados anteriormente, los colores están adecuadamente escogidos y ni la forma ni el slogan fueron azarosos.

BOLSPEED expresa la unión de 2 palabras, la palabra “Bolivia” y la palabra “Speed” proveniente de la lengua inglesa que traducido es “Velocidad”; lo que deriva claramente en “Bolivia Veloz” dando sentido a una de nuestras premisas básicas, la velocidad en la entrega.

La intención de usar el color oscuro en nuestro Logo-Marca, pretende transmitir madurez y sabiduría; y el color mostaza que se debate entre el amarillo y naranja transmite energía e inteligencia.

Ademas, nuestro grito de guerra como empresa sera: “*Tu Necesidad, Nuestro Destino*” que expone en sencillas palabras que nuestra meta es el de satisfacer las necesidades de aquellos importadores que trabajen con nosotros.

### ***8.1.5 Filosofía empresarial***

#### ***8.1.5.1 Misión***

Nuestra mision debe reflejar la razon de ser de nuestro emprendimiento, por lo que es importante lograr que en pocas palabras podamos explicar todo lo que somos y significamos para nuestro entorno.

#### ***8.1.5.2 Vision***

Nuestra vision debe expresar de manera sencilla la mejor situacion de nuestra empresa, la cual pretendemos alcanzar en determinado tiempo.

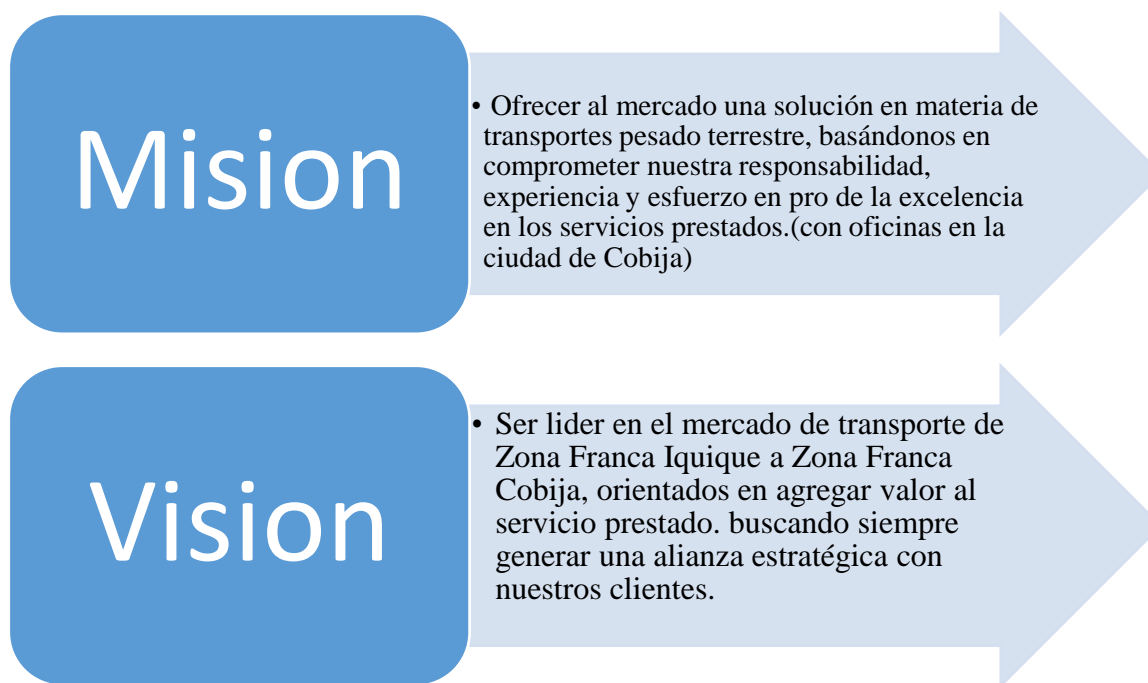


Figura 18: Filosofía Empresarial (Fuente, Elaboración Propia)

### ***8.1.5.3 Valores***

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social. ... Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes. Los valores en los que sostenemos nuestra filosofía empresarial fundamental son:

#### **Honestidad:**

Haremos nuestro mayor esfuerzo por aumentar la productividad en todas las áreas de la empresa, evitando inconvenientes en el servicio a nuestros clientes, damos lo que podemos, no escatimamos esfuerzos.

#### **Seguridad**

Sabemos que para llevar adelante la empresa necesitamos del factor humano, en respeto a la salud e integridad de nuestros empleados buscamos siempre garantizar el bienestar de la tripulación y la carga que los acompaña.

#### **Integridad**

Cumplimos las promesas que le hacemos tanto a empleados como a clientes y hacemos nuestro mejor esfuerzo para que nuestros negocios sean transparentes.

### ***8.1.6 Desarrollo del marketing mix***

Expondremos a continuación, un análisis completo en base a 4 aspectos del marketing más conocidos como las “4 P” donde mostramos la situación de la empresa en relación al Precio, el servicio, la plaza y la promoción.

#### ***8.1.6.1 Servicio***

Contamos con una flota de 3 camiones, litas para la importación de mercadería desde el puerto Iquique ubicada en Chile, hasta Zofra Cobija.

Además de disponer dichos camiones, también ponemos a servicio una oficina para una mejor atención al cliente, el manejo de logística y documentación pertinente será ejecutado por nuestros funcionarios, capacitados para esa función.

### **8.1.6.2 Precio**

Luego de realizar nuestra investigación de campo, determinamos que el cliente está dispuesto a pagar un monto que va de 20000 a 28000 bs por el servicio. Esto es, para la importación de un camión de mercadería desde Iquique a Zona Franca Cobija.

El precio final del servicio será determinado mediante el sistema de costeo desarrollado en el estudio económico y financiero.

### **8.1.6.3 Plaza**

Cuando se habla de plaza en el marketing mix, generalmente se toca la cuestión de la distribución o comercialización de un producto. En relación a nosotros, nuestra plaza representa un aspecto particular, ya que va más vinculada a la ubicación de nuestras oficinas que a la forma de comercializar ya que nosotros ponemos a disposición de los clientes nuestras ofertas en estas instalaciones, lo más adecuado y funcional será establecer nuestras oficinas en el centro mismo de la ciudad y del comercio, en la Avenida Teniente Coronel Cornejo, donde se encuentra el aglomerado de empresas importadoras.



Figura 19 Frontis de la Oficina (Fuente, Elaboración Propia)

#### **8.1.6.4 Promoción**

Nuestro segmento del mercado es mensurable, en realidad atendemos a un definido y pequeño nicho de mercado, lo que hace posible comunicar de manera sencilla a casi la totalidad de los demandantes. De igual manera, hace casi imprescindible el trabajo de difusión por los medios usados comúnmente, sin embargo, mencionaremos lo necesario para posicionar la empresa donde queremos.

#### **Regalos promocionales**

Estos ayudaran a crear una imagen positiva para la empresa, volviendo a los clientes más cercanos y posicionándonos mejor en la mente del consumidor. Cada importador que lleve consigo uno de nuestros regalos, proporciona publicidad en su entorno, eso es justamente lo que queremos puesto que el entorno que lo rodea será semejante a él.

Elegimos los elementos que verán a continuación, porque son regalos útiles para nuestros clientes; un archivador es de gran ayuda sin duda por la cantidad de documentos que se manejan durante el proceso del servicio tanto por parte de la empresa y por parte del empleador (cliente). Una polera alternativa para el trajín del día constituye ser una herramienta muy útil, más cuando toca ir a Zofra al aforo de mercaderías, o los trámites aduaneros pertinentes, provocando transpiración para el cliente o incluso el ensuciarse con las cajas de pues del arduo trabajo. La gorra también es de gran ayuda y útil para que el cabello no perjudique en el trabajo y para poder realizar el trabajo con más facilidad debajo del sol.



*Figura 20: Regalos Promocionales (Fuente, Elaboración Propia)*

### Banners

Respecto a este método, los banners solo serán efectivos en lugares estratégicos para nuestro nicho. Como el sindicato de transporte pesado, cerca de las instalaciones de Zofra y quizás en la av. Teniente Coronel Cornejo. Estos deben proporcionar información clave como los números de contacto y el servicio que ofrecemos.



Figura 21: Formato de Banner (Fuente, Elaboración Propia)

### Folletos

Los folletos serán distribuidos directamente a las empresas importadoras, figurando en ellas nuestras propuestas de servicios, nuestras ventajas y datos de la empresa útiles para el contacto.

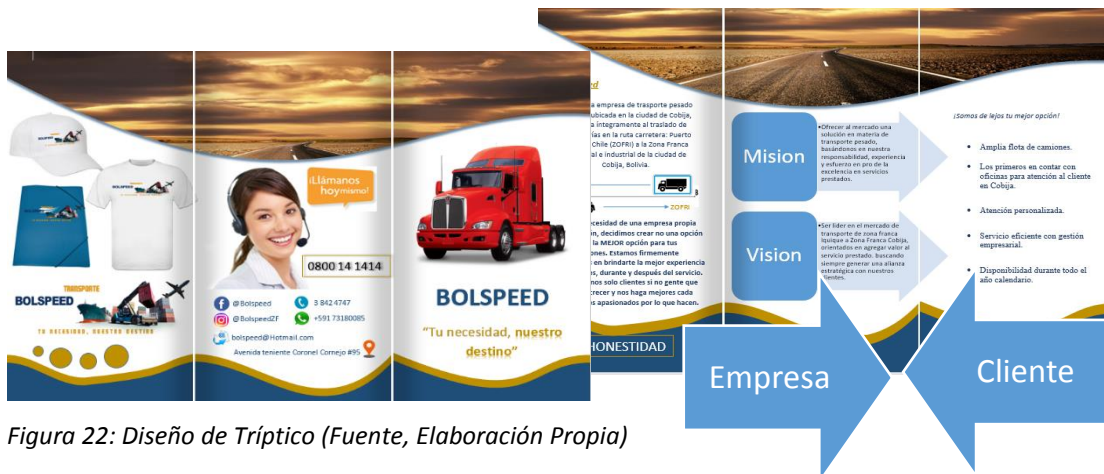


Figura 22: Diseño de Tríptico (Fuente, Elaboración Propia)

## **9 ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO**

### **9.1 Tamaño del proyecto**

Luego de estudiar la demanda y la oferta, podemos entonces proponer nuestro tamaño del proyecto que representa la cantidad del bien o servicio que podemos ofertar.

Nuestra capacidad está condicionada primero por la demanda insatisfecha, seguida de factores de financiamiento, de costos de producción y de insumos.

Sin más, conociendo lo mencionado anteriormente podemos decir que debemos doblar esfuerzos para poder ofrecer la mayor cantidad de servicios posibles para subsanar tamaño de demanda insatisfecha.

Planteamos contar con 3 vehículos para llevar adelante nuestro proyecto, podemos decir entonces que nuestra capacidad anual de viajes, que constituyen un servicio, es igual a 60 viajes Anuales, esto bajo el supuesto de que cada camión realice 20 viajes anuales, 1 viaje cada 18 días.

### **9.2 Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto tiene como objetivo, determinar cuáles serán las características de todo el proceso implicados en nuestro servicio; referente a equipamientos y documentaciones pertinentes.

#### ***9.2.1 Características del servicio***

Ofrecemos al mercado, la mejor opción en materia de transporte pesado internacional desde la zona franca comercial de Iquique, Chile a la zona franca comercial de Cobija, Bolivia.

Bolspeed es la primera empresa con oficinas en Cobija, atención personalizada y altos estándares de calidad aplicadas a la empresa.

Contamos con una flota de 3 motorizados disponibles durante todo el año calendario incluyendo feriados, además de la gestión de carga y el trámite correspondiente.

### 9.3 Proceso de servicio

En este punto formularemos todo el proceso dispuesto por nuestro servicio, todo lo que ofrecemos desde el momento que alguien decide adquirir nuestra prestación, hasta el momento final de satisfacción y trabajo cumplido de nuestra parte.

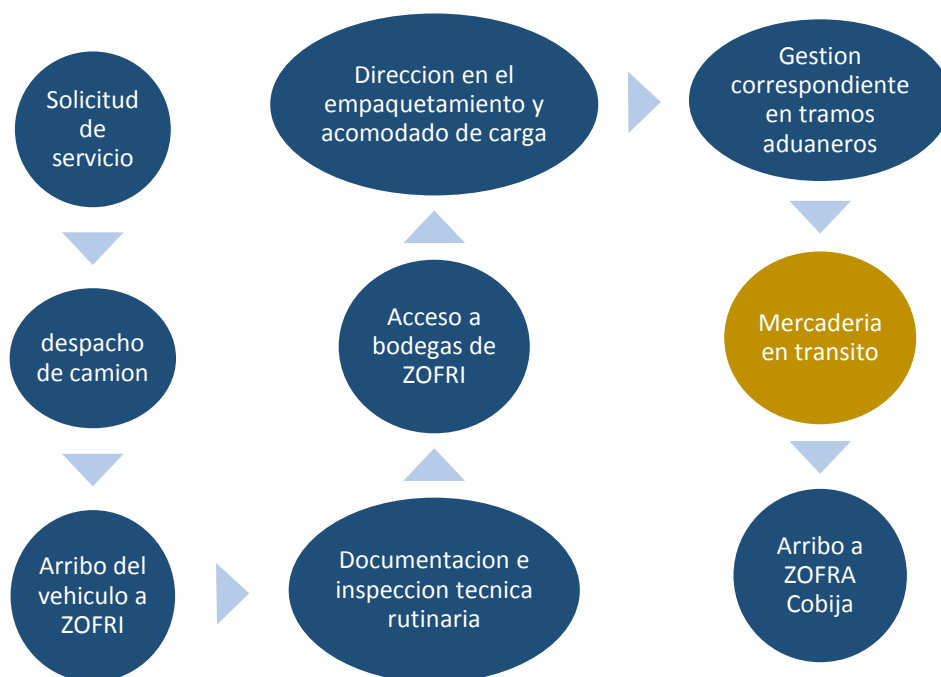


Figura 23: Proceso de Servicio (Fuente, Elaboración Propia)

#### Solicitud de servicio

Con la empresa en marcha, la solicitud de nuestro servicio será el primer paso para iniciar el proceso de servicio; este consiste en llegar a un acuerdo verbal con el solicitante y luego darle validez real por medio de un pago económico determinado entre ambos como adelanto para agendar el viaje del vehículo, a este pago se responde con un recibo y posterior al cumplimiento total del pago, se procede a extender una factura igual al monto total pagado por el servicio.

#### Despacho de camión

Una vez cerrado el acuerdo, se procede inmediatamente al contrato de chofer y este parte de Cobija rumbo a Iquique, no sin antes inspeccionar adecuadamente el estado del camión.

### **Arribo del vehículo a ZOFRI/documentación e inspección técnica rutinaria**

Luego de pasar cerca de una semana en tránsito, sin más sobresaltos el camión arriba a Zofri donde procederá a cargar la mercadería. Aquí se realizan 2 a 3 trámites legales en función a otros factores, uno consiste en la internación del camión a ZOFRI, ya que este es un complejo comercial amurallado, y el otro trámite es aduanero, el camión debe declarar que ingresa a territorio de Chile para una específica función.

### **Acceso a bodegas de ZOFRI**

Zofri constituye una dimensión territorial amurallada extensa, lo que permite a cientos de vehículos desplazarse de un lugar a otro en busca de la mercadería a cargar. En algunos casos, las bodegas de las empresas comerciales se encuentran fuera del perímetro, pero en su mayoría están dentro del radio comercial. El acceso a las bodegas solo se puede hacer por medio de boletas entregadas por las empresas comerciales al chofer, donde indica detalladamente toda la mercadería a cargar. Con una buena gestión las bodegas tendrán lista la carga antes de apersonarnos con nuestros vehículos para efectuar el levantamiento de carga. En este punto será vital que el papeleo esté en orden y debidamente facturado por parte del usuario interesado en la carga (importador).

### **Dirección en el empaquetamiento y acomodado de carga**

Aquí es válido mencionar que el camionero o chofer que representa a nuestra empresa, no es quien procede a la carga del camión, este servicio no es de responsabilidad nuestra. Para esta función se contrata a otra empresa carguera dentro de las mismas instalaciones de ZOFRI de la misma forma que funciona en ZOFRA. Por lo tanto, la empresa solo se responsabiliza del trabajo conjunto con los estibadores cargueros, dando indicaciones de como embalar adecuadamente la carga y de cómo acomodar arriba del camión, bajo nuestras ordenes los cargueros proceden a la carga ajustando la mercadería como mejor convenga, velando siempre que no haya irregularidades en el manejo de cajas.

### **Gestión correspondiente en tramos aduaneros**

Para realizar el trámite aduanero, se requiere que el chofer quien es funcionario nuestro, tenga experiencia y basto conocimiento acerca del tema.

Aquí vale recalcar que nuestra tripulación estará altamente capacitado y entrenado para resolver sin complicación cualquier asunto pertinente. Antes de salir del país Chile con la mercadería, procede a declarar todo lo que transporta y al pesaje del camión para luego ser inspeccionado a su llegada a cobija.

### **Mercadería en tránsito**

Este punto comprende el desplazamiento de nuestro vehículo desde Zofri a Zofra, pasando por 2 controles, uno de frontera donde debe enseñar que toda la documentación está en orden referente a la mercadería, y otro control rutinario en carretera donde se ve si el chofer está en condiciones de seguir manejando, los neumáticos están buen estado y otros aspectos técnicos.

### **Arribo a ZOFRA Cobija**

El fin de nuestro servicio será el descargue de mercancías en ZOFRA, donde primero debemos ser dirigidos por un verificador asignado y técnico aduanero, luego se ingresa a la balanza, se procede al desprecintado y luego se descarga la mercadería en el galpón. Una vez concluido la entrega, la mercadería debería pasar a ser cargada nuevamente para el traslado a la bodega de nuestro cliente o empleador, para así dar fin y terminar con todo lo pactado.

## **9.4 Requerimientos**

Pasaremos a describir, enumerar y explicar de forma ordenada y rigurosa, todo lo necesario para poner en marcha nuestro proyecto, entiéndase “todo” como las maquinarias, instalaciones, equipamientos e infraestructura, insumos, mano de obra y demás gastos de amueblamiento entre otros.

### ***9.4.1 Equipos y vehículos***

En este punto, como somos una empresa de servicio y no productiva solo podremos mencionar los vehículos que usaremos para efectuar el servicio. Indagamos entonces cual sería nuestra mejor opción y sin dudar optamos por tener una proforma formal de la empresa IMPORTACIONES GUZMAN S. A., ubicada en Santa Cruz, Bolivia, quienes nos ofrecieron gentilmente luego de un corto análisis, los TRUCKS VOLVO FH 460 modelo 2013, alegando que sería nuestra mejor opción.

Inicialmente necesitaremos 3 camiones, ya que solo de esta forma podremos funcionar como empresa afiliada al sindicato de transporte pesado, en caso de contar con menos vehículos deberemos afiliarnos a otra empresa ya existente y en funcionamiento, cosa que evitaremos para funcionar independientemente.

*Tabla 15*

**Maquinarias y Equipos**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario en Bs.	Valor Total en Bs.
Vehículos Truck	3	453.050	1.359.150
Carrocería / remolque	3	59.245	177.735
Computador	2	2.650	5.300
<b>TOTAL</b>			<b>1.542.185</b>

Fuente: Elaboración propia

Puesto que la compra de vehículo no incluye el remolque, tenemos que acrecentar entonces el mismo para tener un costo real de nuestros activos. Vale destacar que la empresa “Importaciones Guzmán” cuenta con todas las piezas para el recambio en caso de faltar o fallar alguna, además, nos entregan todos los vehículos con placa nacional y en el departamento Pando, evitando algunos gastos adicionales. El remolque se calcula tiene una vida útil de 5 años, ya que la chata que va encima, se elabora con madera, y el vehículo se calculará la depreciación en el estudio financiero más adelante.

**9.4.2 Edificación.**

Para la implementación de nuestro servicio será necesario solamente una oficina en el centro de la ciudad de Cobija, más propiamente en la Av. Teniente Coronel Cornejo, ya que nuestro servicio consiste en mantener constantemente en movimiento nuestros vehículos, no precisando un galpón ni un almacén, mismos que son proporcionados por Zofra y el sindicato de transporte pesado o inclusive algún taller mecánico, es decir, el camión siempre tendrá donde reposar en caso de no andar en funcionamiento.

Como mencionamos anteriormente, solo será necesario el alquiler de unas instalaciones para empezar a funcionar, dicho alquiler será ubicado propiamente en la mejor zona según nuestros encuestados, y tendrá un costo mensual de 1500 bs, con todos los servicios básicos incluidos como agua y energía eléctrica.

*Tabla 16*

Costos anuales de Alquiler

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo Unitario	Valor Total en Bs.
Alquiler de Oficina	12	meses	1500	18.000

Fuente: Elaboración Propia

Nuestras oficinas contarán con un espacio de 16 metros cuadrados, siendo lo suficiente para mantener en control toda la empresa, contará con 2 escritorios solamente, uno para el gerente y otro para la secretaria, ambos con labores y funciones administrativas.

#### **9.4.3 Insumos generales**

No podemos hablar de Materia Prima como tal, puesto que el proyecto no demanda producción de algún bien, esto quiere decir que no hay forma de procesar materia cuando de servicio se trata el negocio.

Sin embargo, el uso de combustible será el único insumo en su defecto, cuyo valor tiende a variar, aunque en mínima proporción. Entonces colocaremos el precio actual por la cantidad de litros a utilizar.

Según la AGENCIA NACIONAL DE HIDROCARBUROS, que es la entidad que regula el precio del combustible en nuestro país, el precio del diésel es igual a 3,72 bs por litro, precio que según afirma el gobierno, no se modifica ni varía en alzas como en otros países.

Cabe rescatar que Bolivia es el segundo país de Latinoamérica con el precio más bajo, solo después de Venezuela, esto nos permite presupuestar con más facilidad nuestros costos de funcionamiento para la empresa. Luego de obtener el precio del combustible, proseguimos a calcular la cantidad de litros a utilizar en un viaje desde Cobija a Iquique.

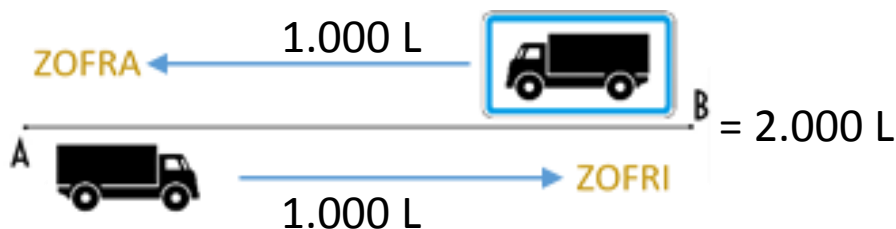


Figura 24: Gasto de Combustible Por Viaje (Fuente, Elaboración Propia)

Se utiliza aproximadamente 2000 litros de combustible diésel para ir desde la Zona Franca comercial de Cobija hasta las Zona Franca comercial de Iquique, más conocida como ZOFRI. Esto representa el consumo de un camión en un solo viaje, del cual partimos a realizar un mejor cálculo y obtener un costo anualizado. Entonces:

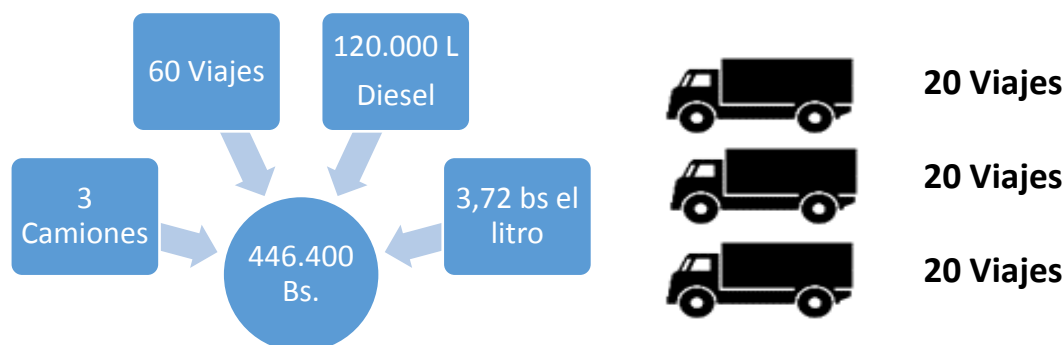


Figura 25: Costos Totales de Insumos Anuales (Fuente, Elaboración Propia)

Tabla 17

#### Costos Anuales de Insumos

Descripción	Cantidad	Unidad de medida	Costo en Bs.	Costo Total en Bs
Combustible	120.000	litros	3,72	446.400

Fuente: Elaboración Propia

#### 9.4.4 Personal

Para el buen funcionamiento de la empresa y el éxito en todas las áreas de nuestro servicio, necesitamos sin duda alguna de personal altamente capacitado y comprometido con su labor, factor humano bien remunerado para llevar con precisión su labor en todos los niveles de la empresa.

Veremos a continuación un cuadro con el personal necesario para el arranque y el funcionamiento constante de nuestra empresa:

*Tabla 18*

Costos Anuales de pago a persona

Puestos	Número de puestos	Sueldo en Bs.	Meses	Valor Total en Bs.
Gerente	1	4.500	12+1	58.500
Agente de ventas	1	3.000	1	3.000
Contador	1	3.000	1	3.000
Secretaria	1	2.500	12+1	32.500
<b>Total</b>				<b>97.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

Diferenciamos nuestro personal en 2 cuadros, puesto que unos son asalariados que perciben ingresos mensuales fijos, y los otros perciben solo ingresos por servicio, es decir, están sujetos a cambio o variables en la frecuencia del servicio.

Es importante diferenciar, puesto que unos están sujetos a bonos y aportes y los otros no, pues no cumplen con requerimientos para el llenado de plantillas. Veamos a continuación un cálculo más amplio:

*Tabla 19*

Costos de bonos y otros beneficios sociales a nuestros empleados

(Expresados en bolivianos)

Cargos	Sueldo básico	Bono frontera (20%)	Sub total anual (Bono frontera)	Otros aportes	Sub Total anual (Otros aportes)	Total Anual
Gerente	4.500	900	10.800	765	9.180	19.980
Secretario	2.500	500	6.000	425	5.100	11.100
					<b>Total</b>	<b>31.080</b>

Fuente: Elaboración Propia.

Únicamente estos 2 cargos tienen derecho a los bonos y aportes, pues los demás están solo bajo contrato de 1 mes, o trabajan en función al servicio demandado e incluso, la encargada de limpieza solo trabaja día por medio, no aplicando para los demás beneficios.

El valor del servicio a cargo del chofer del camión, constituye solo la conducción del mismo, fuera de pagar 3000 bs para el traslado de la mercadería, se le debe proveer de peajes para todo el viaje y beaticos para sus gastos diarios de alimentación, aseo o recreos en el trayecto.

Se presupuesta la suma de 20 dólares diarios para el viaje, dólares porque los puede usar en Bolivia y Chile, dando una suma de aproximadamente 360 dólares por viaje, desde Cobija a Iquique y de Iquique de regreso a Cobija, este gasto, realizado 60 veces (representa la nuestra capacidad de oferta) da una suma total de 21.600 dólares americanos, lo equivalente a 150.552 Bs. Si a esto añadimos los peajes, tendríamos un global de aproximadamente 500 Bs. Destinados al gasto de pontones, pasos fronterizos, derechos al desplace de carreteras, etc. Considerando también que el gasto en peajes no es diario. Entonces tenemos que, el gasto por viaje de Viáticos es igual a 2.510 bs por viaje Y el gasto de peajes por viaje es igual a 500 bs. Aproximadamente.

*Tabla 20*

Costos por pagos a Personal no Asalariado

Puestos	Número de Puestos	Pago por servicio	Peajes	Viáticos	Sub Total	Cantidad de Servicios	Valor total en Bs.
Chofer	3	3.000	500	2.510	6.010	60	360.600
Mecánico	1	500	0	0	500	60	30.000
Tramitador	1	280	0	0	280	60	16.080
Total							407.400

Fuente: Elaboración Propia

De esta forma es que terminamos la parte de personal dentro de requerimientos, mostrando a continuación un organigrama de la empresa comenzando por el gerente y terminando en el personal de Limpieza.

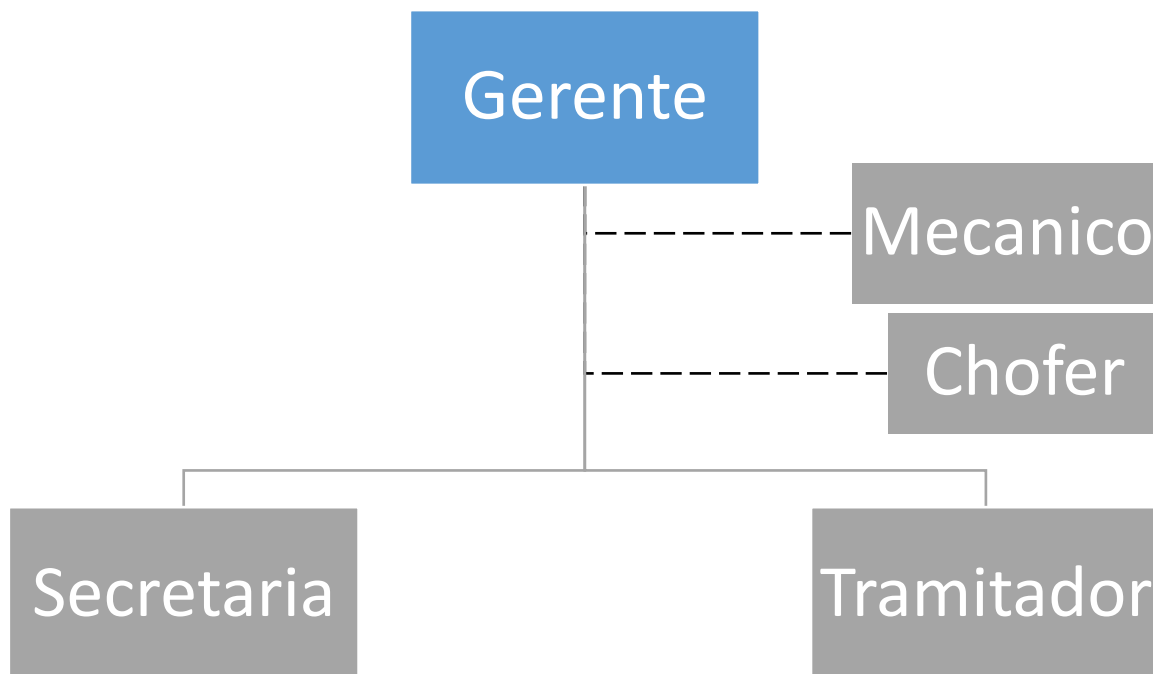


Figura 26: Organigrama de La Empresa (Fuente, Elaboración Propia)

Veremos detalladamente la función que cada uno desempeña y la competencia del mismo para ocupar el cargo.

### **Gerente**

El gerente deberá cumplir con los roles de control de todo el personal y las operaciones, puesto que no es una empresa de gran envergadura y cuenta con poco personal, el gerente entonces se encargará de orientar en todo momento la función de cada uno en la empresa y de velar por el correcto desempeño de cada individuo.

Además, deberá estar capacitado para:

- Administra correctamente los recursos de la empresa.
- Conseguir nuevos clientes.
- Negociar con los interesados.
- Administrar el recurso Humano.
- Velar por el bienestar del personal
- Generar un buen ambiente laboral.
- Pleno conocimiento de aspectos legales.

## **Tramitador**

El tramitador es el encargado de la parte funcional de la empresa, es quien deberá ir en busca de documentos pertinentes, licencias, permisos y boletas.

La parte operacional del trámite aduanero es de plena responsabilidad del tramitador, por lo que tendrá que cumplir con ciertas competencias como:

- Manejo de documentación de la empresa
- Manejo de la documentación por clientes.
- Pleno conocimiento legal.
- Control de trámites aduaneros

El tramitador es quien más contacto tiene con los clientes una vez efectuado el contrato de nuestro servicio, además es el quien debe responder a las inquietudes de los clientes y quien debe monitorear constantemente la ubicación de los camiones. El mismo trabajo bajo contrato solamente, no percibiendo beneficios sociales como los asalariados, dependiendo netamente de la cantidad de trámites a realizarse.

## **Secretaria**

La secretaria es quien debe atender todas las llamadas telefónicas para atención al cliente o para la negociación de nuestro servicio, es quien solicita los documentos útiles para llevar adelante toda contratación y quien mantiene en orden todos los archivos de la empresa.

Además, deberá atender cualquier consulta en Línea y estar presta para trabajar con el tramitador cuando este precise, el trabajo en conjunto garantizará un mejor desempeño en las labores de la empresa.

La secretaria deberá hacerse cargo de la limpieza de la oficina, ya que el tamaño de nuestro local no justifica la contratación de una persona responsable solo del aseo. Por lo tanto, la secretaria se hará cargo de esta labor.

**Chofer**

El chofer es el encargado de dirigir nuestros vehículos y transportar la carga desde Iquique a Cobija, estará en constante contacto con la secretaria y el tramitador a fin de resolver cualquier duda o requerimiento de parte de aduana y para garantizar el bienestar de la mercancía.

Su pago se realizará de acuerdo a la cantidad de viajes que realice, y se le suministrará combustible durante todo el trayecto además de beaticos por día y el pago de peajes, el mantenimiento mecánico también ser efectuara cada viaje por otro personal de apoyo empleado por la empresa.

Entre sus requerimientos, los más indispensables son:

- Brevete clase “C”
- Experiencia por lo menos de 5 años
- Gozar de buena salud

No esta demás aclarar que el pago de su servicio es igual a 3000 bs, y contara con un beatico diario y gastos de peajes que cubren la empresa. Por ser un funcionario bajo condiciones diferentes, el mismo no contara con bonos ni beneficios sociales.

**Mecánico**

Persona presta a brindar reparaciones y ajustes al vehículo luego de cada viaje, para que las maquinas tengan un óptimo desempeño. Se le realizaran mantenimientos constantes, luego de cada viaje, para ver el estado del camión y el desgaste del mismo. Esto con el fin de garantizar más vida útil al camión. El mecánico está exento de gastar recursos propios para piezas dañadas o demás, su ingreso será integro por la mano de obra, el resto de insumos o piezas corren como gastos de la empresa.

**Personal de apoyo no asalariado**

En este punto podríamos mencionar algunas funciones que deben ser desempeñadas necesariamente por personal capacitado, como el caso de un Contador, un Abogado y un Agente de ventas, quienes contrataríamos en caso de no poder llevar a cabo nuestras funciones con el personal empleado.

Decimos esto porque un Agente de ventas, por ejemplo, será útil solo durante la apertura del negocio y un contador solo será necesario para tramitar nuestros impuestos por un corto tiempo al año, lo mismo con el abogado, que lo necesitaremos solo en caso extremo de demandas o cuestiones legales fuera de nuestras manos. Sin embargo, estas personas no son imprescindibles, ya que las funciones a realizar por parte de ellas, se pueden efectuar también con nuestro personal.

#### 9.4.5 Muebles y enseres

Para nuestro óptimo funcionamiento administrativo, será necesario contar con muebles y enseres, los que describiremos a continuación:

Tabla 21

#### Costos de Muebles y Enseres

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario en Bs.	Valor total en Bs.
Escritorio	Unidad	2	800	1.600
Silla giratoria	Unidad	2	1.600	3.200
Silla común	Unidad	3	200	600
Dispensador de agua	Unidad	1	870	870
Estante metálico	Unidad	1	850	850
Impresora	Unidad	1	1.500	1.500
Aire Acondicionado	Unidad	1	2.500	2.500
			<b>TOTAL</b>	<b>11.120</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 9.4.6 Operación y Mantenimiento

Los costos de operaciones y de mantenimiento tienen lugar frente a la constante amenaza que existe en torno al buen funcionamiento de la empresa, es decir, en cualquier momento puede fallar algo si no contamos con un buen mantenimiento y un presupuesto destinado netamente para las operaciones.

El objetivo buscado por el mantenimiento, es contar con instalaciones en óptimas condiciones en todo momento, para asegurar una disponibilidad total de nuestro servicio en todo su rango o gama de performance, lo cual se basa en la carencia de errores o fallas.

A continuación, fijaremos una tabla con los costos que implican la operación correcta de la empresa y el mantenimiento de nuestros vehículos y demás bienes:

*Tabla 22*

**Costos Anuales de Operación y Mantenimiento**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario en Bs	Costo total anual en Bs.
Soat vehicular	Unidad	3	292	876
Línea Telefónica	Unidad	1	10.470	10.470
Pago de línea telefónica	Plan Mensual	12	30	360
Instalación Internet WiFi	Global	1	200	200
Internet WiFi	Plan mensual	12	190	2.280
Extintor	Unidad	1	620	620
Neumáticos	Set	3	10.000	30.000
Aceite	Global	3	5.000	15.000
			<b>TOTAL</b>	<b>59.806</b>

Fuente: Elaboración Propia

**EL SOAT**

El Soat vehicular es el seguro obligatorio de accidentes de tránsito que todo vehículo debe tener, el cual ampara los gastos médicos, muerte e incapacidad total y permanente, en caso de un accidente de tránsito

El precio fue obtenido de UNIVIDA S.A. quienes se dedican a la comercialización de seguros de vida, y los 3 vehículos aplican en la categoría de TRACTO-CAMION, teniendo un valor anual particular de 292 bs.

### **La Línea telefónica**

Tiene un costo actual de 1400 Dólares americanos, sin embargo, lo presupuestamos en la suma de 1500 dólares para destinar dicho excedente a la compra de un teléfono fijo, marca Phillips, Además que la instalación de la línea tiene un pequeño costo adicional.

Los gastos mensuales de la telefonía también entran en el mismo cuadro, pero como **pago de línea telefónica**, Este presupuesto se obtuvo directamente de la empresa COTECO (Cooperativa de telecomunicaciones Cobija Ltda.) donde determinan una tarifa mensual de 28.90 Bs. Mensuales con derecho a 200 minutos libres y un costo de 0,21 centavos los minutos adicionales.

### **El Internet WiFi**

Tendrá un costo de 190 Bs cada mes, servicio ofrecido por la empresa Vista Tv en el plan de >>5 Mbps<< de velocidad. Adicional a esto tenemos el costo de instalación que es igual a 200 Bs.

### **El Extintor**

Tiene un costo de 420 Bs. Que incluye la instalación y el cilindro de 4 Kg. el recargo del mismo tiene un costo de 200 Bs, que nos garantiza la disponibilidad del mismo durante un año, por lo que presupuestamos 620 bs para la primera gestión.

### **Neumáticos y Aceite**

En cuestión de mantenimientos de los vehículos, incluiremos un presupuesto anual de 10.000 bs para un set de neumáticos, que sería igual a comprar 4 neumáticos de 2.500 bs Cada uno, tomando en cuenta los 3 Camiones tendríamos un total de 30.000 Bs.

Además, destinaremos 15.000 Bs anuales para la compra de aceite y otros insumos menores, para mantener en óptimo estado los 3 vehículos.

#### ***9.4.7 Comercialización***

En este punto será importante destacar que, como empresa de servicio destinado a satisfacer las necesidades de un micro segmento del mercado, no será necesario el uso de los medios de comunicación masivos como la televisión o la radio, desplazando así nuestros esfuerzos a una comercialización más personalizada, utilizando por lo tanto una serie de material para la promoción del servicio como:

- Trípticos
- Valla publicitaria
- Banner
- Tarjetas de presentación
- Regalos promocionales (Gorras, poleras, archivadores)

Para los cuales se debe realizar un presupuesto a fin de tener una idea más certera de cuanto debemos invertir en la empresa.

*Tabla 23*

Costos de comercialización

Descripción	Cantidad	Costo en Bs.	Costo total en Bs
Trípticos	500	3	1.500
Valla publicitaria	2	12.250	24.500
Banner	2	320	640
Tarjetas de presentación	1.000	0,52	520
Gorras	100	20	2.000
Poleras	200	50	10.000
Archivador	100	10	1.000
<b>TOTAL</b>			<b>40.160</b>

Fuente: Elaboración Propia

Contrario a lo que muchos piensan, la comercialización personalizada tiene un costo similar o mayor incluso a la de una empresa convencional que realiza publicidad masiva.

Nuestra inversión en la comercialización pasa la suma de 40.000 cuarenta mil bs, pero justificaremos uno a uno el porqué de tan extravagante cifra.

### **Trípticos**

Los trípticos serán repartidos en su inicio, a la mayor cantidad de empresarios importadores posibles, esto es igual aproximadamente a 130 usuarios de Zofra. Además, tendremos cierto lote en nuestra oficina para futuros importadores o clientes, por eso decidimos presupuestar 500 trípticos.

### **Valla Publicitaria**

Esto demanda la mayor inversión, ya que se trata de inmensos banners localizados en puntos estratégicos de alta demanda, serán banners de 3 metros de alto por 5 de ancho colocados en 2 puntos estratégicos, en la carretera frente al sindicato de transporte pesado y uno por el centro de la ciudad en la teniente coronel cornejo arriba de un edificio.

### **Banner**

Los banners siempre son necesarios e útiles, tendremos 1 siempre en la oficina y uno en caso de exponer nuestro servicio en alguna feria o actividad social. Los banners cotizados en nuestro presupuesto son de 1 metro de ancho por 1½ de altura.

### **Tarjetas de Presentación**

Las tarjetas de presentación de la empresa con los respectivos números de teléfono o celular serán además de útil ante cualquier inquietud por parte de nuestros clientes, es fácil de portar y contiene la información más importante de la empresa.

### **Regalos promocionales**

En este acápite podemos decir que los regalos promocionales constituyen ser una de las mejores herramientas publicitarias y además una herramienta por la cual podemos destacar de la competencia y fidelizar nuestros clientes.

Acerca de este punto explicamos más en el punto Ocho del proyecto, que contiene nuestro plan de marketing, donde tenemos a más detalle cada uno de nuestro material de promociones, poleras, gorras y archivadores con la marca de la empresa.

## **10 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

En este punto veremos todos los requerimientos jurídicos y legales que respaldan la correcta operación de nuestra empresa, desde nuestra naturaleza jurídica, los aspectos tributarios y las licencias de operación.

## **10.1 Razón Social**

Nuestra naturaleza jurídica será como empresa Unipersonal, contando con un solo propietario y un solo responsable delante la ley.

La razón social es la denominación por la cual se conoce colectivamente a una empresa. Se trata de un nombre oficial y legal que aparece en la documentación que permitió constituir a la persona jurídica en cuestión.

A través de este nombre la compañía mercantil es conocida; es su atributo legal, el cual figurará en la escritura o el documento donde conste la creación de la misma. Dicho documento permite identificar tanto a la persona jurídica como a los integrantes de la compañía y da seguridad sobre la su legalidad. La razón social se utiliza a nivel formal, administrativo y jurídico.

Es necesario aclarar que la razón social difiere del nombre de fantasía o marca. Éste último es el que permite identificar a la empresa en el mercado. Se trata del nombre que, por lo general, conocen los consumidores. La marca debe ser escogida pensando en la sencillez; es decir que debe ser fácil de recordar y debe a la vez inspirar confianza. En este punto puede decirse que muchas veces se da que el nombre de fantasía difiere profundamente de la razón social de una compañía.

## **10.2 Aspectos tributarios**

Al ser una empresa unipersonal, debemos emitir factura por cada servicio brindado, sujetos así al impuesto de nuestras utilidades generadas en la gestión, esto representa el 25% de nuestra ganancia generada cada año.

### ***10.2.1 IUE***

Según Impuestos Nacionales, este impuesto se denomina IUE (Impuestos sobre las Utilidades de la Empresa) que determina que todas las empresas publicas y privadas, inclusive las unipersonales, paguen el 25% sobre utilidades netas, hasta 120 días posteriores al cierre de su gestion fiscal.

### **10.2.2 RUAT**

Otro aspecto tributario importante será el pago de impuestos de los vehículos, denominado RUAT (Registro Único para la Administración Tributaria municipal) y que están directamente relacionadas con el registro de Vehículos Automotores, Bienes Inmuebles, Actividades Económicas, Tasas y Otros Ingresos.

### **10.3 Licencias de operaciones**

Las licencias o documentos de operación, son las que aprueban y permiten desempeñarnos como empresa legalmente establecida, las más importantes son:

#### **FUNDAEMPRESA**

Es el registro de la empresa en “Fundación para el Desarrollo Empresarial”, se realizará de acuerdo a la personería jurídica que corresponda y se obtendrá la Matrícula de Registro de Comercio.

Para habilitar el registro en FUNDAEMPRESA previamente, se deberá elaborar los siguientes documentos:

- Documento de constitución elaborado por el abogado y declarado ante notario de fe pública.
- Publicación en periódico de circulación nacional
- Balance de apertura con certificado de solvencia del profesional que lo elaboro
- Poder del Representante Legal
- Formulario de inscripción de la empresa en el Registro de Comercio.

#### **NIT (Número de Identificación Tributaria)**

Consiste en la elección de régimen tributario según la clasificación de Impuestos Nacionales, con el cual se obtiene un Número de Identificación Tributaria (N.I.T.) y de acuerdo al capital invertido se clasifica en el régimen general o régimen especial o simplificado. Categorizada la empresa se realiza el pago de impuestos de las utilidades que obtenga la empresa.

NIT es el número de Identificación Tributaria que se debe consignar en todos los trámites y documentos presentados para el cumplimiento de obligaciones tributarias. La emisión de facturas, notas fiscales o documentos equivalentes.

### **Licencia de Funcionamiento**

La empresa debe obtener la Licencia de Funcionamiento del Gobierno Autónomo Municipal de Cobija, de la actividad económica emprendida, la cual tiene una vigencia de dos años.

Además de una licencia del MINISTERIO DE OBRAS PUBLICAS, SERVICIOS Y VIVIENDA.

### **Caja de Salud**

Sera necesario la filiación del personal de la empresa a una Caja de Salud para cumplir con la norma social vigente y la cobertura de seguros de salud.

### **Administradora de Fondos y Pensiones (AFP's)**

El registro de la empresa a una de las administradoras de fondos es de carácter obligatorio. Las AFP's vigentes Previsión y Futuro. Es de carácter obligatorio para el empleador, con el objetivo fundamental de establecer un fondo de renta de vejez para su personal dependiente del Seguro Social Obligatorio (SSO) de largo plazo.

La empresa cumple la función de ser agente de retención del aporte que realizan los dependientes en un 12,75% sobre el total ganado, además que debe realizar un aporte patronal obligatorio del 3%.

### **Ministerio de Trabajo**

Obtención del Certificado de Inscripción en el Registro de Empleadores del Ministerio de Trabajo. El Registro de empleadores en el Ministerio de Trabajo autoriza la utilización del Libro de Asistencia y/o Sistema Alternativo de Control de Personal, en cumplimiento de las normas legales vigentes en el país.

## **Inscripción en el Sindicato de transporte pesado internacional**

Este es el último paso previo al normal funcionamiento de nuestra empresa, consiste en afiliarse al Sindicato departamental de transporte pesado terrestre, para los que nos exigen los siguientes puntos:

- Solicitud de afiliación.
- Documentación de la empresa que desea afiliarse.
- Documentos completos de los vehículos (RUAT, SOAT, y otros)
- Como mínimo 3 camiones.
- Placa Nacional.
- Plazo de 15 días para la aprobación de carpeta aceptada en una Asamblea General.

Una vez aprobado, la empresa puede empezar a desarrollar sus labores con normalidad, no existen cargos económicos fuertes, más que 20 bs cada noche que el camión quede dentro de los predios del sindicato.

## **11 ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO**

A partir de la ingeniería del proyecto y el presupuesto donde se han identificado los requerimientos para la ejecución del proyecto y sus costos monetarios, se debe plasmar el estudio económico y financiero para determinar las inversiones, financiamientos y las proyecciones de costos e ingresos para la elaboración de los estados proyectados.

### **11.1 Inversiones del Proyecto**

A continuación, veremos detalladamente los gastos a efectuarse por la adquisición de determinados activos fijos y diferidos, así como nuestro capital de trabajo o de operación, para que el emprendimiento vea contemplado los desafíos económicos y financieros.

#### ***11.1.1 Inversión Fija***

Agruparemos en un cuadro todos los gastos de nuestros bienes tangibles, obteniendo cifras directamente de nuestra ingeniería del proyecto, más propiamente de los requerimientos.

Tabla 24

## Costos de Inversión Fija

Descripción	Monto total en Bs
Equipos y Vehículos	1.542.185
Muebles y enseres	11.120
<b>Total</b>	<b>1.553.305</b>

Fuente: Elaboración Propia

**11.1.2 Inversión diferida**

Se caracteriza por su inmaterialidad, son servicios necesarios para el estudio o implementación del proyecto que no están sujetos a desgaste físico.

Tabla 25

## Costos de Inversión Diferida

Descripción	Monto Total
Tramites de constitución	500
Montaje e instalación de bienes en la oficina	1.000
Imprevistos	1.000
Registro Caja de Salud y Ministerio de Trabajo	350
<b>total</b>	<b>2.850</b>

Fuente: Elaboración Propia

**11.1.3 Capital de trabajo**

Es el monto de dinero que se requiere permanentemente para dar inicio al ciclo de servicio y desarrollo del marketing, es decir, un costo adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el proyecto, antes de recibir ingresos.

Debemos aclarar que el capital de trabajo está relacionado al ciclo productivo, requerimientos de inversión y el marketing.

Tabla 26

Suma del Capital de Trabajo, sin someterse al ciclo de servicio.

Descripción	Monto total
Alquiler	18.000
insumos generales	446.400
Sueldos y salarios	97.000
Bonos y Aportes	31.080
Gastos de empleados por servicio	407.400
Operación y mantenimiento	59.806
Comercialización	40.160
<b>Total</b>	<b>1.099.846</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tomaremos como base para nuestro ciclo productivo 36 días, que representa el tiempo en que podemos desarrollar nuestro servicio sin prisa ni presión y también representa un tiempo prudente para la negociación y los tramites post servicio, en fin, todo lo relacionado al cierre de un negocio concretado, justamente a esto se denomina ciclo productivo.

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costo Total anual} \times \text{N}^\circ \text{ de días del ciclo productivo}}{365 \text{ días}}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{1.099.846 \times 36}{365 \text{ días}}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{39.594.456}{365 \text{ días}}$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 108.478$$

A continuación, veremos en un cuadro el cálculo detallado de nuestro capital de trabajo:

Tabla27

## Calculo de Capital de Trabajo

Detalle	Monto Anual	Días del Año	Nº del ciclo de servicio	Monto Capital de trabajo
Alquiler	18.000	365	36	1.775
insumos generales	446.400	365	36	44.028
Sueldos y salarios	115.000	365	36	11.342
Bonos y Aportes	31.080	365	36	3.065
Gastos de empleados por servicio	407.400	365	36	40.182
Operación y mantenimiento	59.806	365	36	5.899
Comercialización	40.160	365	36	3.961
<b>Total</b>				<b>108.478</b>

Fuente: Elaboración Propia

Depurando el cálculo de los ciclos productivos y la cantidad de días en el año, obtendremos nuestro capital de trabajo para elaborar nuestra inversión TOTAL REQUERIDA.

Tabla 28

## Capital de Trabajo Bajo la Influencia del ciclo de servicio.

Detalle	Monto Capital de trabajo
Alquiler	1.775
insumos generales	44.028
Sueldos y salarios	11.342
Bonos y Aportes	3.065
Gastos de empleados por servicio	40.182
Operación y mantenimiento	5.899
Comercialización	3.961
<b>Total</b>	<b>108.478</b>

Fuente: Ciclo Productivo

### ***11.1.4 Inversión Total Requerida***

Una vez contemplados y determinados la inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo, se debe consolidar en un cuadro general para poder ver el total de la inversión requerida para el proyecto.

*Tabla 29*

#### **Inversión Total Requerida**

Descripción	Monto total en Bs
Equipos y Vehículos	1.542.185
Muebles y enseres	11.120
<b>Total</b>	<b>1.553.305</b>
Tramites de constitución	500
Montaje e instalación de bienes en la oficina	1.000
Imprevistos	1.000
Registro Caja de Salud y Ministerio de Trabajo	350
<b>Total</b>	<b>2.850</b>
Alquiler	1.775
insumos generales	44.028
Sueldos y salarios	9.567
Bonos y Aportes	3.065
Gastos de empleados por servicio	401.82
Operación y mantenimiento	5.899
Comercialización	3.961
<b>Total</b>	<b>108.477</b>
<b>TOTAL DE INVERSION</b>	<b>1.664.633</b>

Fuente: Elaboración Propia

### ***11.1.5 Estructura del financiamiento requerido***

En este punto veremos la obtención de los recursos o fondos que precisa el proyecto, para cubrir la inversión total requerida por el proyecto.

Puesto que el monto es muy elevado, el inversionista tendrá dificultad de cubrir la totalidad de los recursos (aporte propio) pero puede optar por el financiamiento de una parte de la inversión requerida mediante préstamos (Aporte Solicitado).

Veremos detalladamente en el siguiente cuadro los recursos propios y aquellos que necesitaremos solicitar:

Tabla 30

## Estructura del Financiamiento

Detalle	Descripción	Monto Total en Bs.	Aporte Propio	Financiamiento en Bs.
Inversión Fija	Equipos y Vehículos	1.542.185	1.542.185	-
	Muebles y enseres	11.120	-	11.120
	<b>Total</b>	<b>1.554.105</b>	<b>1.542.185</b>	<b>11.120</b>
Inversión Diferida	Tramites de constitución	500	-	500
	Montaje e instalación de bienes en la oficina	1.000	-	1.000
	Imprevistos	1.000	-	1.000
	Registro Caja de Salud y Ministerio de Trabajo	350	-	350
	<b>Total</b>	<b>2.850</b>	<b>-</b>	<b>2.850</b>
	Alquiler	1.775	-	1.775
	insumos generales	44.028	-	44.028
Capital de Trabajo	Sueldos y salarios	9.567	-	9.567
	Bonos y Aportes	3.065	-	3065
	Gastos de empleados por servicio	40.182	-	40.182
	Operación y mantenimiento	5.899	-	5.899
	Comercialización	3.961	-	3.961
	<b>Total</b>	<b>108.478</b>	<b>-</b>	<b>108.478</b>
<b>TOTAL DE INVERSION</b>		<b>1.664.633</b>	<b>1.542.185</b>	<b>122.447</b>

Fuente: Elaboración Propia

Es importante aclarar que, para este proyecto, se consideró como capital propio los equipos y vehículos, puesto que los inversores potenciales para el mismo, ya cuentan con los camiones y solo faltaría formalizar la empresa.

De todas maneras, se ve necesario para las demás operaciones y gastos, acceder a un préstamo teniendo como prestamista al Banco, un financiamiento o aporte solicitado aliviara en gran manera la inversión.

A continuación, realizaremos un plan de pago tomando en cuenta las condiciones estipuladas por el banco, como la tasa de interés, el periodo para la amortización y el capital prestado.

*Tabla 31*

## Plan de Pagos por préstamo

(Expresado en bolivianos)

Año	Deuda Inicial	Tasa de Interés	Intereses	Amortización del Capital	Pago	Deuda Final
1	122.447	6%	1.469	24.489	25.959	97.958
2	97.958	6%	1.175	24.489	25.665	73.468
3	73.468	6%	882	24.489	25.371	48.979
4	48.979	6%	588	24.489	25.077	24.489
5	24.489	6%	294	24.489	24.783	-

Fuente: Elaboración Propia

Este plan fue elaborado a 5 años plazo con una tasa de interés del 6%, vemos paso a paso como la deuda inicial va descendiendo, la tasa es estándar a lo largo de los años y el interés va en función a la deuda, cifra que también va en descenso, vemos que la amortización es un pago fijo cada año, es la deuda inicial dividido a 5 años. Por último vemos el Pago, que es igual a la amortización más el interés.

**11.2 Costos**

Para fines de análisis en el proyecto, los costos que consideraremos son los directos e indirectos. Además, hablaremos de los costos variables y los costos fijos.

**11.2.1 Sistema de Costos**

Veremos a continuación nuestros costos proyectados anualmente, diferenciando previamente cuales son categóricamente variables y cuales son considerados costos fijos.

Tabla 32

## Costos Proyectados Anuales

(Expresado en bolivianos)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés financieros	1.469	1.175	882	588	294
Depreciación	309.814	309.894	309.894	309.894	308.569
Sueldos	97.000	99.910	102.907	105.995	109.174
Bonos	31.080	31.080	31.080	31.080	31.080
Telefonía e Internet	2.640	2.640	2.640	2.640	2.640
Arriendo de Oficinas	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000
Soat Vehicular	876	876	876	876	876
Costos de operación	11.090	-	-	-	-
Recargo de extintor	200	200	200	200	200
<b>Total de Costos Fijos</b>	<b>472.169</b>	<b>463.775</b>	<b>466.479</b>	<b>469.272</b>	<b>470.833</b>
Insumos	446.400	446.400	446.400	446.400	446.400
Personal no asalariado	407.400	407.400	407.400	407.400	407.400
Mantenimiento	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
Comercialización	40.560	-	-	-	-
<b>Total de costos Variables</b>	<b>939.360</b>	<b>898.800</b>	<b>898.800</b>	<b>898.800</b>	<b>898.800</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>1.411.529</b>	<b>1.362.575</b>	<b>1.365.279</b>	<b>1.368.072</b>	<b>1.369.633</b>

Fuente: Elaboración Propia

Dentro del cuadro podemos distinguir claramente nuestros costos fijos y variables, además se calculó la depreciación de nuestros activos proyectando a 5 años los gastos de la empresa.

### 11.2.2 Costo unitario de servicio

El costo unitario de servicio indica la cantidad de recursos financieros a invertir para brindar un servicio, esto se obtiene de dividir los costos totales entre la cantidad de servicios proyectados anualmente.

$$\text{Costo unitario de Servicio} = \frac{\text{Costo total en un año}}{\text{Cantidad total de servicios a brindarse en un año}}$$

$$\text{Costo unitario de Servicio} = \frac{1.411.529}{60}$$

$$\text{Costo unitario de Servicio} = 23.525$$

De esta forma calculamos los costos unitarios, esa misma formula la debemos emplear en cada año de manera independiente puesto que los costos tienden a disminuir.

*Tabla 33*

Costo Unitario por Servicio

(Expresado en bolivianos)

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos totales	1.411.529	1.362.575	1.365.279	1.368.072	1.369.633
Tamaño de servicio	60	60	60	60	60
Costo unitario de servicio	23.525	22.710	22.755	22.801	22.827

Fuente: Elaboración Propia

### 11.3 Ingresos

Representa la suma financiera que el proyecto recibe por la venta del servicio brindado, estos se estiman sobre cantidad de servicios efectuados al año, para ello es importante determinar el precio de nuestro servicio, considerando además el porcentaje de utilidad que se espera obtener, sin olvidar que el precio de venta debe estar entre los márgenes del precio vigente en el mercado.

El precio de venta se determinará aplicando la siguiente formula:

$$Pv = CUS(1 + h)$$

Donde:

Pv = Precio de venta

CUS = Costo unitario del Servicio

H = Porcentaje de utilidad deseada

En nuestro proyecto en particular pretendemos obtener el 20% de utilidad por servicio prestado, vemos:

$$Pv = 23.525(1 + 0.20)$$

$$Pv = 28.230$$

Lo que nos indica que el precio de venta de nuestro servicio será de Bs.- 28.230 Podemos entonces calcular los ingresos anuales proyectados, multiplicando la cantidad de servicio por el precio unitario, el cálculo lo haremos con la siguiente formula:

$$I = Q \times Pv$$

Donde:

I= Ingresos por venta

Q= Cantidad

Pv= precio unitario de venta

A continuación, veremos una tabla con las cifras de los ingresos anuales proyectados.

*Tabla 34*

Ingresos Anuales Proyectados

(Expresado en bolivianos)

Año	Cantidad	Precio de Venta	Ingresos Anuales
Año 1	60	28.231	1.693.835
Año 2	60	28.231	1.693.835
Año 3	60	28.231	1.693.835
Año 4	60	28.231	1.693.835
Año 5	60	28.231	1.693.835

Fuente: Elaboración Propia

### 11.4 Estado de pérdidas y ganancias

Llamado también estado de ingresos y egresos. Tiene como objetivo mostrar si el proyecto es capaz de generar utilidades netas o caso contrario pérdidas. El cálculo se efectúa en base a los parámetros del costo del servicio y deducciones impositivas legales

Este instrumento analítico, se obtiene al comparar los ingresos generados por la actividad del proyecto, con los egresos que están definidos por la corriente de costos. Es un cuadro que sistematiza toda la información en lo referente a los ingresos provenientes de la venta del bien o servicio.

*Tabla 35*

#### Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados

(Expresado en bolivianos)

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.693.835</b>
ventas	1.693.835	1.693.835	1.693.835	1.693.835	1.693.835
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>1.411.529</b>	<b>1.362.575</b>	<b>1.365.279</b>	<b>1.368.072</b>	<b>1.369.633</b>
Costos Fijos	472.169	463.775	466.479	469.272	470.833
Costos Variables	939.360	898.800	898.800	898.800	898.800
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>282.306</b>	<b>331.260</b>	<b>328.556</b>	<b>325.763</b>	<b>324.202</b>
IMPUESTOS IUE 25%	70.576	82.815	82.139	81.441	81.051
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>211.729</b>	<b>248.445</b>	<b>246.417</b>	<b>244.322</b>	<b>243.152</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 11.5 Estado de flujo de fondos proyectado

El estado de flujo de fondos revela el origen y la aplicación de los recursos económicos, y su destino o aplicación en el tiempo.

Refleja si existe o no liquidez en el proyecto y expone si se tiene o no dinero para cubrir las obligaciones monetarias.

Este flujo nos debe exponer de manera clara la previsión para cubrir los préstamos, además que analiza la disponibilidad de recursos financieros y NO las utilidades arrojadas por el proyecto, veamos:

*Tabla 36*

Flujo de Fondos Proyectados

(Expresado en bolivianos)

Descripción	Instalación		Flujo de Fondos			
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FUENTES</b>	<b>1.664.632</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.693.835</b>	<b>1.807.553</b>
Aporte Propio	1.542.185					
Financiamiento	122.447					
Ingresos		1.693.835	1.693.835	1.693.835	1.693.835	1.693.835
Valor residual						5.240
Capital de Trabajo						108.478
<b>USOS</b>	<b>1.664.633</b>	<b>1.035.895</b>	<b>1.007.280</b>	<b>1.006.310</b>	<b>1.005.318</b>	<b>1.004.634</b>
Inversión Fija	1.553.305					
Inversión diferida	2.850					
Capital de Trabajo	108.478					
Costos fijos efectivos (Interés)		1.469	1.175	882	588	294
Costos variables de efectivo		939.360	898.800	898.800	898.800	898.800
Impuestos		70.576	82.815	82.139	81.441	81.051
Amortización de aporte solicitado		24.489	24.489	24.489	24.489	24.489
<b>FLUJO ACTUAL</b>		<b>657.940</b>	<b>686.555</b>	<b>687.525</b>	<b>688.517</b>	<b>802.919</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 12 EVALUACION DEL PROYECTO

Aquí damos inicio a la fracción más importante de nuestra investigación, de toda la parte financiera, es en este punto que se responde si en realidad el negocio es FACTIBLE o no. Analizaremos paso a paso los índices financieros para decidir si invertir o no, en base a la comparación de beneficios arrojados frente a los respectivos costos.

Por lo tanto, daremos fin a nuestro informe sabiendo cuan atractiva es la inversión y determinar la conveniencia o no de financiar nuestro proyecto.

### 12.1 Análisis del Punto de Equilibrio

Analizaremos nuestro volumen de ventas en relación con nuestra rentabilidad, para ello utilizaremos datos financieros ya expuestos en el punto anterior.

Ingresos del primer año (Ventas) = 1.693.835

Precio de Venta = 28.230

Costo Fijo Total = 472.169

Costo Variable Total = 939.360

Encontraremos el punto de equilibrio en unidades monetarias

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$P.E. = \frac{472.169}{1 - \frac{939.360}{1.693.835}}$$

$$P.E. = 1.060.044$$

Interpretando el resultado podemos decir, que de acuerdo a nuestras proyecciones anuales tenemos un ingreso de 1.693.835 Bs. Pero si alcanzáramos a vender solo 1.060.044, estaríamos en el punto de equilibrio monetario.

Encontraremos en punto de equilibrio en volúmenes físicos.

$$P.E. = \frac{P.E. \text{ Monetario}}{\text{Precio de Venta}}$$

$$P.E. = \frac{1.060.044}{28.230}$$

$$P.E. = 37,550$$

El resultado nos indica que, si bien tenemos proyectado la venta de 60 servicios por año, si alcanzáramos a realizar solo 38 viajes, estaríamos en el punto de equilibrio físico, sin pérdidas ni ganancias.

### **12.2 Valor Actual Neto V.A.N.**

El VAN es la sumatoria de nuestros beneficios netos a una tasa de actualización determinada por el costo de oportunidad de capital, costo que se traduce en la ganancia que puede llegar a rendir la misma cantidad de nuestra inversión, en otra actividad.

La tasa de actualización es aquella tasa de rendimiento mínimo por debajo de la cual el inversionista considera que no le conviene invertir. Para ello tomaremos la tasa de interés existente en el sistema bancario comercial, que viene a constituir el costo de oportunidad del dinero siempre y cuando no exista inflación.

Entonces sujetaremos toda nuestra investigación a los criterios de evaluación del VAN, considerando que si el VAN resulta negativo, es decir, menor a cero, no debemos realizar inversión y no hay chances de cubrir los costos de capital con los ingresos proyectados.

Si el VAN es igual o cercano a cero, desde el punto de vista de la rentabilidad, es indiferente llevar adelante o no el proyecto.

Si el resultado de nuestro valor neto actual supera o es mayor a cero, es conveniente llevar adelante la inversión, y será más atractivo mientras mayor sea el VAN, es decir, la rentabilidad de la inversión está por encima de la tasa de actualización.

Para el cálculo del VAN será necesario elaborar una tabla que expreso nuestro Flujo Neto Financiero.0

Tabla 37

## Calculo del Flujo Neto Financiero

(Expresado en bolivianos)

Descripción	Instalación	FLUJO NETO FINANCIERO				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de inversión (Aporte Propio)	1.542.185					
Flujo Financiero		657.940	686.555	687.525	688.517	802.919
<b>FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>-1.542.185</b>	<b>657.940</b>	<b>686.555</b>	<b>687.525</b>	<b>688.517</b>	<b>802.919</b>

Fuente: Elaboración Propia

$$VAN = -\frac{FN_0}{(1+i)^0} + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_4}{(1+i)^4} + \frac{FN_5}{(1+i)^5}$$

Una vez elaborado nuestro flujo neto, pasaremos a calcular en un paquete informático bajo la fórmula del VAN, tomando en cuenta nuestra tasa de interés actualizada igual a 10%.

$$VAN = 1.108.708$$

El paquete informático nos arrojó la cifra de 1.108.708, siendo esta mayor que 0, por lo tanto, el VAN > 0 es positivo.

### 12.3 Tasa Interna de Retorno

Veremos a continuación la representación de la tasa de rendimiento financiero del dinero invertido, responderemos a cuanto de interés ganaría actualmente el proyecto sobre el monto invertido.

Para el cálculo de TIR también usaremos una planilla Excel

$$TIR = i_1 + (i_1 - i_2) \left( \frac{VAN1}{VAN1 + VAN2} \right)$$

$$TIR = 35\%$$

Considerando que el costo de oportunidad del dinero es de 10% el proyecto tiene una tasa de rendimiento de 25% más, resultado que nos da luego de restar a nuestro TIR la tasa de oportunidad = A 10%. Por lo que la inversión para el capital propio, sin considerar el préstamo, es Rentable.

#### 12.4 Relación Beneficio Costo

La relación de nuestro beneficio costo revela la cantidad de dinero actualizado que percibe el proyecto por cada unidad monetaria invertida. Resulta de dividir los ingresos brutos actualizados entre los costos actualizados, a una tasa de interés igual a 10% que es la misma que usamos en el cálculo de nuestro VAN.

Nuestros parámetros de medición serán los siguientes:

- Si la relación B/C es mayor que la unidad, mayor que 1, el proyecto es aceptable, porque los beneficios son mayores a los costos.
- Si la relación B/C es menor que la unidad, el proyecto debe rechazarse, ya que no existen beneficios.
- Si la relación B/C es igual a la unidad, es indiferente llevar adelante el proyecto, porque no hay beneficios ni pérdidas.

Para el cálculo usaremos la siguiente formula:

$$\frac{B}{C} = \frac{\frac{B1}{(1+i)^1} + \frac{B2}{(1+i)^2} + \frac{B3}{(1+i)^3} + \frac{B4}{(1+i)^4} + \frac{B5}{(1+i)^5}}{\frac{CO}{(1+i)^0} + \frac{CO1}{(1+i)^1} + \frac{CO}{(1+i)^2} + \frac{CO}{(1+i)^3} + \frac{CO}{(1+i)^4}}$$

Donde:

B1= Beneficio bruto en el año 1 y así sucesivamente.

Co= Costo de inversión momento 0

C1= Costo en el año 1 y así sucesivamente.

(1+i) = Factor de Actualización.

n = Periodos (años)

La razón B/C solo entrega un índice de relación y no un valor concreto, índice que muestra la bondad de un determinado proyecto. Este método no debe ser causa por la que debamos tomar decisión de elegir entre proyectos alternativos.

De igual manera que los anteriores Cálculos, realizaremos nuestra relación Costo/Beneficio por medio de una tabla Excel, que nos arroja el siguiente resultado:

$$B/C = 1,02$$

Puesto que la relación es mayor a la unidad, el proyecto se considera aceptable, porque los beneficios son superiores a los costos.

### 12.5 Periodo de recuperación de inversión P.R.I.

Es un método muy práctico por su simplicidad, que nos muestra el periodo en el que recuperaremos nuestra inversión. El P.R.I. es considerado como un indicador que mide la liquidez de la inversión y el riesgo relativo, pues permite anticipar los eventos en el corto plazo, cuanto más corto sea el tiempo de recuperación, menos riesgoso es el proyecto, de la misma forma, mientras más tiempo demore la recuperación, más riesgoso es el proyecto por la incertidumbre que este genera.

Tabla 38

Calculo de recuperación de inversión

(Expresado en bolivianos)

Descripción	Instalación	FLUJO NETO FINANCIERO				
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de inversión (Aporte Propio)	1.542.185					
Flujo Financiero		657.940	686.555	687.525	688.517	802.919
<b>FLUJO NETO FINANCIERO</b>	<b>-1.542.185</b>	<b>657.940</b>	<b>686.555</b>	<b>687.525</b>	<b>688.517</b>	<b>802.919</b>

Fuente: Elaboración Propia

Según el cuadro de flujo, vemos que el flujo de inversión es igual a 1.542.185. Cifra a recuperar en los siguientes años. a primera vista vemos que la inversión será recuperada recién en el tercer año, esto lo sabemos al sumar el flujo financiero del año 1 y 2, que es igual a 1.344.495. cifra que no alcanza y es menor al flujo de inversión, entonces sabemos que, al tercer año, incluso antes de los primeros 4 meses recuperaremos nuestra inversión.

$$PRI = 2,2$$

## **13 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Mediante nuestro estudio de factibilidad, concluimos y recomendamos lo siguiente:

### **13.1 Conclusión**

Actualmente el sector comercial de Cobija atraviesa por ciertas incertidumbres en cuanto a la permanencia o no de la Zona franca, además, los últimos 5 años Cobija fue parte de una gran recesión económica provocada por la caída del real, provocando en la ciudad y en el área comercial, un grado amplio de austeridad financiera, afectando inclusive al sector bancario, quienes bajo las mismas condiciones se ven limitados en áreas claves de su negocio. Por otra parte, a pesar de las adversidades financieras en el sector comercial, la misma permanece pujante, vislumbrando mejores días, teniendo como prueba de ello la demanda en cuanto a servicio de transporte pesado terrestre internacional, ya que, según nuestra investigación luego de realizar el estudio de mercado, se develo que existe una demanda insatisfecha de 684 V/A de las cuales se pretende cubrir 60 V/A, esto representa el 8.8% de la demanda. Y que se cuenta con 119 potenciales clientes.

Existe una demanda insatisfecha de importadores que requieren el servicio de Transporte desde Iquique a Cobija a razón de 684 Fletes, la mayoría de los transportistas realizan viajes solo de Cobija a los ejes troncales, pero no así a viajes internacionales forzando a la contratación de empresa del exterior del país que tienen un alto costo de operaciones para el importador de Cobija, también en el estudio se describe la demanda de otras empresas en el servicio de transporte internacional tomando en cuenta, que existe una alta demanda de carga para las empresas constructoras y exportadoras de materia prima.

Se desarrolló la factibilidad técnica de la ingeniería del Proyecto, la adquisición de Vehículos, Insumos y materiales de Oficina y el alquiler de la oficina y costos de Operación, la estructura comercial que identifica el nombre “BOLSPEED” a la empresa y tiene como Slogan “Tu necesidad, nuestro destino” que su mercado meta son los importadores mayoristas inscritos en ZONA Franca de cobija

La inversión estimada en el Proyecto hace a la suma de bolivianos 1.664.633, con una tasa de retorno de inversión  $TIR = 25\%$ . Y un Valor Neto Actualizado de  $VAN = 1.108.708$ . Se estima recuperar la inversión en el segundo año y 3 meses,  $PRI = 2,2$ . Demostrando sin duda que después de realizar nuestro estudio de factibilidad, se determinó el mismo como FACTIBLE.

También se analizó la relación B/C beneficio costo, que resulto mayor a 1, demostrando que la inversión genera más de lo que gasta. Por lo tanto, nuestro estudio se define como VIABLE.

### **13.2 Recomendaciones**

Se recomienda invertir en el proyecto, ya que los indicadores financieros reflejan rentabilidad a 5 años, con una tasa de actualización del 10%.

Considerar el hecho de que aún no exista una empresa similar en la región, y elaborar un proyecto de inversión con mayor capital puede significar, bajo distintas circunstancias una inversión atractiva.

Se recomienda la implementación del Proyecto ya que el 7 de abril de 2018 se promulgo a la Ley 1048 que tiene por objeto ampliar 20 años más la Zona Franca comercial, industrial y agropecuaria.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Alesaga, A. (2016). *Definición de Factibilidad (estudio o análisis en sistemas de información)*.  
Santa Fe, Argentina.

Armstrong, K. P. (2001). *Principios Del Marketing* (5ta. Edicion ed.). México, México: Pearson  
Educación.

Finanzas, d. d. (2003). *diccionario de administracion y finanzas*. Barcelona españa:  
dictiosinessnary of bu.

Philip, K. (2001). *Fundamentos del Marketing* (4ta. Edicion ed.). México, México: Pearson  
Educación.

Real academia, e. (2003). *enciclopedia española*. madrid: edicionesparamaud.

STRICKLAND, T. I. (2012,). *ADMINISTRACION ESTRATEGICA*. MEXICO: EDITORES  
S.A.DE C.V.

### **Páginas de Internet:**

<https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>

<http://enfoquecuantitativopositivismo.blogspot.com/>

<http://mitrabajobolivia.com/pago-de-salario-y-aportes-de-ley/>

<http://www.univida.bo/soat/puntos-de-venta?p=1>

## ANEXOS

**Bolivia: Ley N° 571, 12 de octubre de 1983**

HERNAN SILES ZUAZO

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

Por cuanto, el Honorable Congreso Nacional ha sancionado la siguiente Ley:

EL HONORABLE CONGRESO NACIONAL

DECRETA:

**Artículo 1°.** - Con la finalidad de impulsar aceleradamente el desarrollo social y económico del departamento de Pando, créase por el lapso de veinte años una zona franca comercial e industrial en la ciudad de Cobija, capital del departamento de Pando, cuya jurisdicción comprenderá con carácter exclusivo, el área correspondiente al radio urbano de la ciudad.

**Artículo 2°.** - Dentro de un plazo de noventa días a partir de la publicación de la presente ley, el Poder Ejecutivo procederá a su correspondiente reglamentación.

---

Comuníquese al Poder Ejecutivo para fines constitucionales.  
 Sala de sesiones del H. Congreso Nacional.  
 La Paz, 29 de septiembre de 1983.  
 H. HECTOR ORMACHEA PEÑARANDA, Presidente del H. Senado Nacional. - H. GUALBERTO CLAURE ORTUÑO, Presidente de la H. Cámara de Diputados. - H. Luis Añez Álvarez, Senador Secretario. - H. Alfredo Monje Suárez, Senador Secretario. - H. Alfonso Ferrufino Valderrama, Diputado Secretario. - H. Federico Álvarez Plata, Diputado Secretario.  
 Por tanto, la promulgo para que se tenga y cumpla como Ley de la República.  
 Palacio Gobierno de la ciudad de La Paz, a los doce días del mes de octubre de mil novecientos ochenta y tres años.  
 HERNAN SILES ZUAZO, Presidente Constitucional de la República. - Humberto Mur, Ministro de Industria, Comercio y Turismo.

## Bolivia: Ley N° 1850, 7 de abril de 1998

HUGO BANZER SUAREZ  
PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Por cuanto, el Honorable Congreso Nacional, ha sancionado la siguiente Ley:

El HONORABLE CONGRESO NACIONAL,  
DECRETA:

**Artículo Único.** - Amplíese la vigencia de la Zona Franca Comercial e Industrial de la ciudad de Cobija, capital del Departamento de Pando, por un período adicional de veinte años a partir de la fecha de promulgación de la presente ley.

---

Pase al Poder Ejecutivo, para fines constitucionales.  
Es dada en la Sala de Sesiones del Honorable Congreso Nacional, a los veintisiete días del mes de marzo de mil novecientos noventa y ocho años.  
Fdo., Wálter Guiteras Denis, Hormando Vaca Diez Vaca Diez, Gonzalo Molina Ossio, Edgar Lazo Loayza, Guido Roca Villavicencio, Jhonny Plata Chalar.  
Por tanto, la promulgo para que se tenga y cumpla como ley de la República.  
Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz, a los siete días del mes de abril de mil novecientos noventa y ocho años.  
Fdo. HUGO BANZER SUAREZ. Carlos Iturralde Ballivián, Edgar Millares Ardaya, Ivo Kuljis Futchner, Jorge Crespo Velasco.

## Bolivia: Ley de 24 de septiembre de 1938

TCNL. GERMÁN BUSCH,

Presidente Constitucional de la República,

Por cuanto: la H. Convención Nacional ha sancionado la siguiente ley:

LA H. CONVENCIÓN NACIONAL

DECRETA:

**Artículo 1°.-** Se crea el Departamento Pando cuyos límites serán: Al Norte y el Este, la frontera internacional con la República del Brasil, desde Bolpebra hasta la confluencia de los ríos Beni y Mamoré; Al Sur el río Beni, desde la mencionada confluencia hasta la barraca San Antonio sobre el mismo río, (entre las barracas Natividad y Todos Santos) de este punto siguiendo por una línea recta que va a terminar a la barraca San Pedro sobre el río Madre de Dios, frente a la barraca América y el arroyo Cuidalcandada conforme al mapa oficial compilado por la Comisión Cartográfica de Guerra y Colonización (La Paz, 1934); continúan do de este punto por el citado río Madre de Dios hasta tomar la frontera con el Perú; Al Oeste la línea fronteriza hasta Bolpebra.

**Artículo 2°.-** La capital del Departamento es Puerto Rico.

**Artículo 3°.-** Se divide el Departamento Pando en cuatro provincias que son: Tahuamanu, capital Cobija; Abuná, capital Manoa; Manuripi, capital Puerto Rico; y Madre de Dios, capital Las piedras.

- a. La provincia Tahuamanu limitará al Norte con la frontera con el Brasil, desde Bolpebra hasta la confluencia de los ríos Rapirrán y Abuná; al Este, desde esa confluencia por el río Abuná hasta un punto situado a diez kilómetros al Poniente de Santa Rosa, continuando de ese punto por una línea que vaya a la confluencia de los ríos Tahuamanu y Manuripi; al Sud, el río Tahuamanu; y al Oeste la línea fronteriza con el Perú. Se dividirá en tres secciones municipales que son; Primera, capital Porvenir, comprendida entre los meridianos 68° 30' y 69°; segunda, capital Bolpebra, comprendida del meridiano 59° al Oeste; tercera, capital Bella Flor, comprendida del meridiano 68° 30' al Este. La primera sección comprenderá los cantones Santa Cruz, Campo Ana y San Luis. El cantón Santa Cruz estará delimitado por el camino Cobija-Porvenir, el río Tahuamanu y el río Amemanu. El cantón Campo Ana estará situado al Sud del río Amemanu. El resto de la sección constituirá el cantón San Luis. La segunda sección comprenderá los cantones Mukden y Chapacura, separados por el río Nereuda. La tercera sección comprenderá los cantones Costa Rica y Mercier, separados por el paralelo lio.
- b. La provincia Abuná limitará; al Norte, por el río Abuná desde el punto situado a diez kilómetros al Oeste de Santa Rosa, hasta su confluencia con el Orton, y de ahí por este río hasta la confluencia del Tahuamanu y Manuripi; al Oeste con la provincia Tahuamanu. Se dividirá en tres secciones municipales: primera, capital Manoa, comprendida al Este del meridiano 66°; segunda, capital Humana, comprendida entre los meridianos 66° y 67°; tercera, capital Santa Rosa, comprendida al Oeste del meridiano 67°. La primera sección comprenderá los cantones Río Negro y Loma Alta, separados por el arroyo Grande y río Negro. La segunda sección comprenderá los cantones Santos Mercado, (punto ubicado en la desembocadura del arroyo Quitacalzón, en el Abuná, que se denomina así en memoria del descubridor de este río), Ingavi y Tacna. El Cantón Santos Mercado comprenderá el

territorio situado al Norte del río Manu. Los cantones íngavi y Tacna están separados por el meridiano 63° 30.

La tercera sección comprenderá los cantones Noceba y Teduzara, separados por el meridiano 67° 15.

- c. La Provincia Manuripi limitará al Norte, por los ríos Tahuamanu y Orton; al Este, por el río Beni, al Sud, por el río Madre de Dios y al Oeste por la frontera con el Perú. Se dividirá en tres secciones municipales, que son: primera, capital Puerto Rico, comprendida entre los meridianos 67° y 68; segunda, capital San Pedro, comprenderá el meridiano 77 al Este; tercera, capital Filadelfia, comprendida al Oeste del meridiano 68°. La primera sección estará constituida por los cantones Carmen, Conquista y Victoria. El cantón Carmen estará comprendido al Oeste del Meridiano 67o 30, Los cantones Conquista y Victoria estarán separados por el paralelo 11° 15. La segunda sección estará constituida por los cantones San Pablo y Maravilla, separados por el meridiano 66o 30. La tercera sección estará compuesta por los cantones Arroyo Grande San Miguelito y Chivé. El cantón Arroyo Grande estará comprendido al Norte del río Buyuyumanu San Miguelito, entre los ríos Buyuyumanu y Manuripi, y Chivé, al Sud de este último río.
- d. La provincia Madre de Dios limitará al Oeste por el río del mismo nombre; al Este por el río Beni; y al Sud por una línea que partiendo de la barraca San Antonio sobre el río Beni (entre las barracas Natividad y Todos Santos) siga, por una línea recta hasta la barraca San Pedro sobre el río Madre de Dios, frente a la barraca América. Se dividirá en tres secciones municipales: primera, capital Las Piedras, comprendida en el territorio situado al Este del meridiano 66° 30; segunda, capital San Lorenzo, comprendida entre los meridianos 66° 30 y 67°, tercera, capital Sena, situada al Oeste del meridiano 67°. La primera sección comprenderá los cantones. Agua Dulce y Trinidad, separados por el meridiano 66° 15, La segunda sección estará compuesta por los cantones Exaltación, Chorrillos y Fortaleza. El cantón Exaltación abarca el territorio comprendido al Este del río Genechiquia hasta el camino que va a Blanca Flor y al Sena, continuando por ese camino hasta el río Beni; el cantón Chorrillos abarcará el territorio comprendido al Oeste del río Genechiquia y Norte del camino citado; el cantón Fortaleza quedará al Sud del mismo camino. La tercera sección comprenderá los cantones Bolívar y Asunción que estarán delimitados por los ríos Manuripi y Sena.

**Artículo 4°.-** En el asiento departamental de Cobija funcionará una Corte Superior compuesta de tres miembros.

El distrito se dividirá en dos partidos judiciales, que tendrán sus asientos en Cobija y Puerto Rico. El partido de Cobija tendrá como jurisdicción la provincia Tahuamanu y la tercera sección de la provincia Manuripi.

El partido de Puerto Rico comprenderá la provincia Abuná y Madre de Dios, y las secciones municipales primera y segunda de la provincia Manuripi.

Se establecen en el Departamento Pando los siguientes asientos judiciales:

Un Juez Instructor en Cobija, con jurisdicción en la misma capital.

Un Juez Instructor en Porvenir, con jurisdicción en la provincia Tahuamanu y la tercera sección de la provincia Manuripi.

Un Juez Instructor en Manoa, con jurisdicción en la provincia Abuná

Un Juez Instructor en Puerto Rico, con jurisdicción en las secciones primera y segunda de la

provincia Manuripi.

Un Juez Instructor en Las Piedras, con jurisdicción en la provincia Madre de Dios,

**Artículo 5°.-** Habrá un Fiscal de Distrito, un Juez de Partido y un Agente Fiscal en Cobija. El partido Judicial de Puerto Rico será atendido por un Fiscal, debiendo también establecerse en dicha población un Agente Fiscal

**Artículo 6°.-** Se erige una Vicaría Apostólica en el departamento, con jurisdicción sobre todo su territorio.

**Artículo 7°.-** Habrá en el Departamento Pando una Jefatura Escolar, que gobernará el distrito de acuerdo a las normas legales establecidas.

En Cobija se establecerá de inmediato un colegio secundario mixto, debiendo crearse escuelas primarias completas en cada capital de sección municipal cuya población escolar sea suficiente.

**Artículo 8°.-** Con asiento en Puerto Rico, funcionará a la brevedad posible la Dirección Departamental de Sanidad Pública, la misma que establecerá sus dependencias en todo el territorio departamental.

**Artículo 9°.-** El régimen municipal se organizará de inmediato sujetándose a las disposiciones legales en vigencia. Mientras quede regulado el presupuesto departamental, los funcionarías concejiles ejercerán sus cargos ad-honorem.

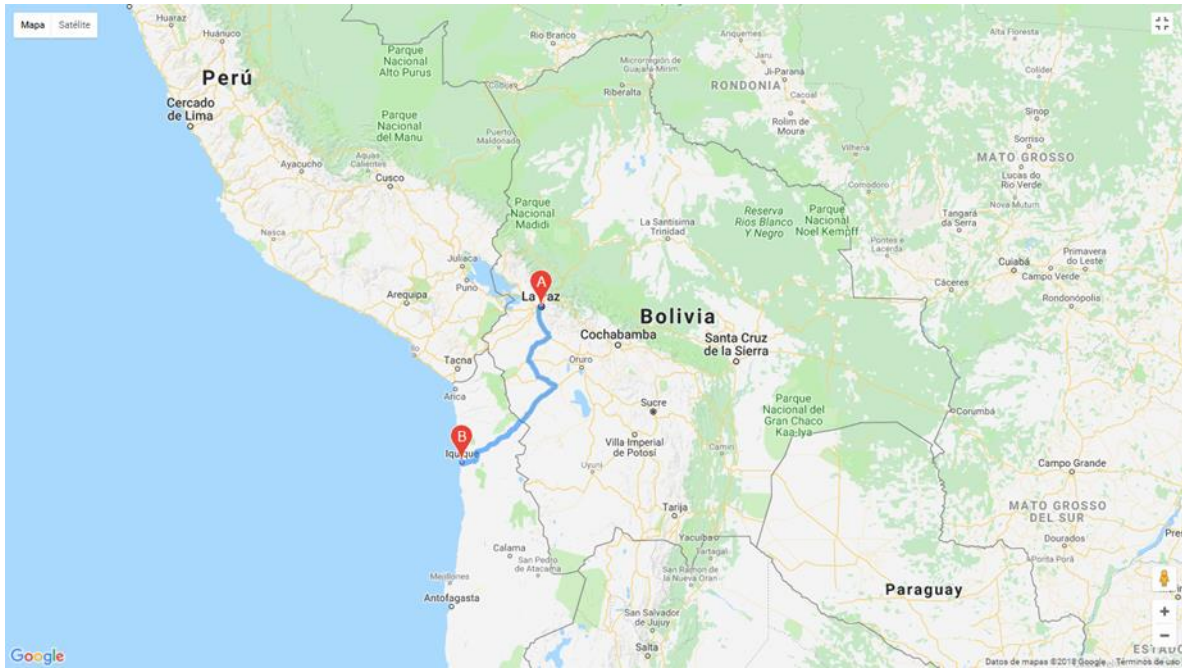
**Artículo 10°.-** El Poder Ejecutivo cambiará de inmediato el régimen delegacional invirtiendo los recursos presupuestarios existentes, de acuerdo al sistema de gobierno establecido en la presente ley. El presupuesto nacional de la próxima gestión económica contemplará las variaciones introducidas en el régimen departamental.

**Artículo 11°.-** Elévese a la categoría de ley del Estado el Decreto Supremo de 22 de diciembre de 1937, que establece la creación de la provincia Heat, en el departamento de La Paz, con las modificaciones introducidas por la delimitación del Departamento Pando, debiendo en adelante denominarse Provincia Iturralde, como un acto de gratitud a la memoria del que fue ilustre hombre público Abel Iturralde.

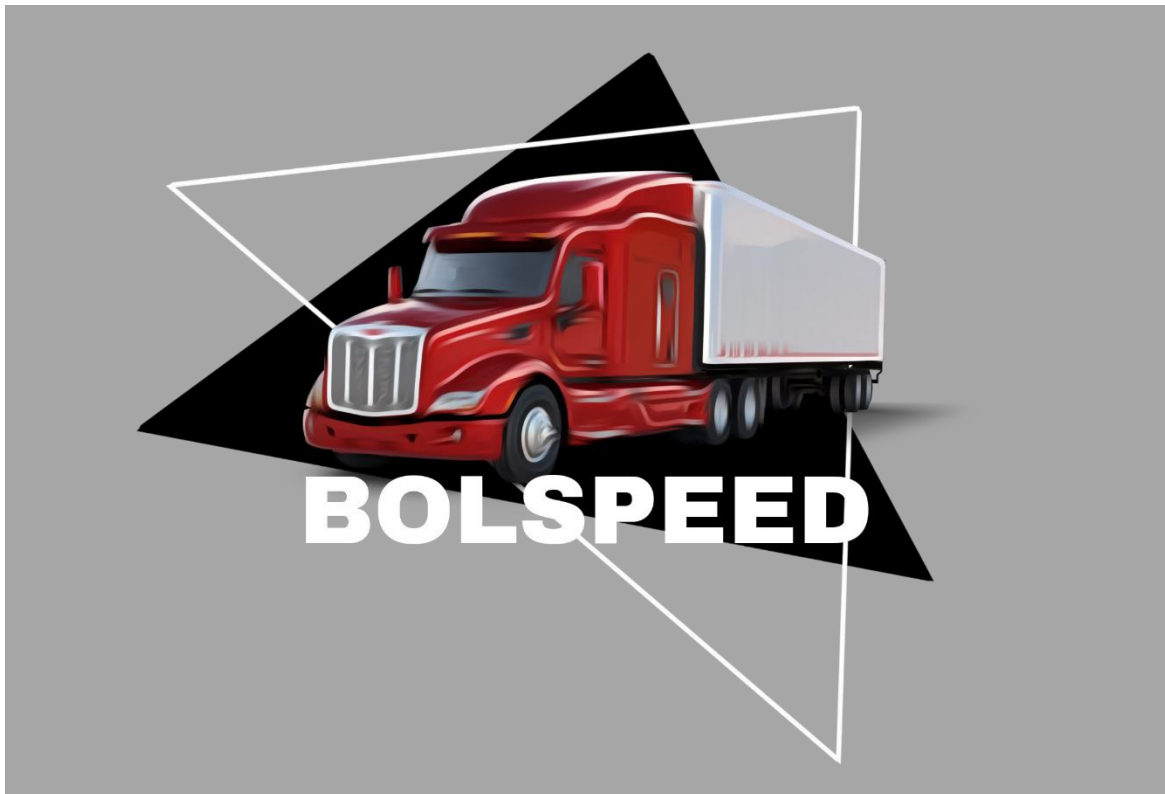
---

Comuníquese al Poder Ejecutivo para los fines constitucionales. Sala de la H. Convención Nacional La Paz, 24 de septiembre de 1940. Por tanto, la promulgo para que se tenga y cumpla como ley de la República. Palacio de Gobierno de la ciudad de La Paz, a los 24 días del mes de septiembre de 1938. G. Busch.- G. Gosálvez.

## Ruta de La Paz a Iquique



## Logo





**Encuesta****UNIVERSIDAD AMAZONICA DE PANDO  
AREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS  
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

Buenos días,

Soy estudiante universitario y en la actualidad me encuentro realizando una investigación entre los usuarios de Zona Franca Cobija respecto al Servicio de Transporte Internacional, con el fin de conocer las opiniones y necesidades sobre el servicio. De antemano le agradecemos su colaboración en la presente encuesta.

**1.-** ¿Utiliza usted el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija para la importación de mercadería?

SI  NO

**2.-** ¿Cuenta usted con un camión propio para el Transporte de la Mercadería de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija?

SI  NO

**3.-** En caso de ser negativa su respuesta de la pregunta 2, podría indicarnos donde contrata los camiones para el Servicio de Transporte Internacional

- En el Sindicato de Transporte Pesado
- Me contacto con algunas personas que conozco que brindan el servicio
- Me apersono a una empresa legalmente establecida de Transporte Internacional

**4.-** Del tipo de servicio que contrata usted se siente seguro respecto a la responsabilidad y cumplimiento en el transporte de su mercadería

SI  NO

**5.-** ¿Cómo considera que es el Servicio de Transporte Terrestre que usted contrata para su importación de mercadería?

- El servicio es Pésimo
- El servicio es Malo
- El servicio es Regular
- El servicio es Bueno

**6.-** Cada cuanto utiliza usted el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija (Por favor señale solo una respuesta)

- Una vez por semana
- Una vez cada dos semanas
- Una vez al mes
- Una vez cada dos meses
- Una vez cada tres meses
- Dos veces al año
- Una vez al año

**7.-** Que tipos de mercaderías usted importa mediante el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija.

- Carga General
- Carga a Granel
- Carga Peligrosa
- Carga Perecedera
- Carga Frágil

**8.-** ¿Le gustaría contar con una empresa legalmente establecida con todas las garantías y oficinas en la ciudad de Cobija que preste el Servicio de Transporte Terrestre de Zona Franca Iquique a Zona Franca Cobija?

SI  NO

**9.-** ¿Dónde le gustaría que se encuentren ubicadas las oficinas de una empresa de Servicio de Transporte Terrestre para los usuarios de Zona Franca Cobija?

- En el centro de la ciudad de Cobija
- En las instalaciones de Zofra Cobija
- En ambos lugares

Proformas Solicitadas

**PRO-FORMA**



Nº 004781

Señor (es): BOLSPED 2453421011

Por lo siguiente

DEBE

Cantidad	DETALLE	P. Unit.	TOTAL
	Laptop Dell 15.6" 4gb memoria, 500gb RAM windows 10 modelo: i3565-A1153BLK color: NEGRO	2400	
	Laptop ASUS 15.6" 4gb memoria, 500gb RAM windows 10 modelo: X541DA color: NEGRO	2650	
	Laptop LENOVO 15.6" 4gb memoria, 4Tb RAM windows 10 modelo: ideapad 320-15AP N420 color: AZUL, ROJO	2550	

DESPACHADOR

**IMPORTACIONES**

Nº 000055

**"GUZMAN"**

VENTA DE CAMIONES Y SEMI REMOLQUES

**PRO-FORMA**

Dr. Policarpo Guzman  
Av. Barzoi Km. 6 1/2 al Norte  
Tel/Fax: 340-0625  
Santa Cruz - Bolivia

Santa Cruz, 21 de Mayo de 2018  
Señor (es): import export Berzka

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	TOTAL
1	fueteo camion Volvo FH 460 año 2013	25,000	65,000
1	fueteo FH Volvo 500 4x2 año 2013	65,000	65,000
1	fueteo FH Volvo 460 4x2 Samovar	78,000	78,000
1	chate Sem año 2018	28,000	28,000

A cuenta: \_\_\_\_\_ Saldo: \_\_\_\_\_ TOTAL Bs. \_\_\_\_\_  
Tiempo de entrega: \_\_\_\_\_ TOTAL Sus. 236,000

no es válido como factura

**IMPORTACIONES "GUZMAN"**

ENTREGUE CONFORME

RECIBIÓ CONFORME