

# UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADÉMICA PUERTO RICO

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



## PROYECTO DE GRADO

Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Comercializadora de  
Moto-Repuestos en la Localidad de Puerto Rico

Postulante: Robert Juan Rodríguez Gualazua

Tutor: M. Sc. Manfred Giovanni Vargas Morales

Puerto Rico-Pando  
2023

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de grado a Mis Padres, por el apoyo incondicional, a mis hijos y a amigos por ser parte de este proceso de culminación, y a nuestra Unidad Académica Puerto Rico, por darme la oportunidad de formarme profesionalmente.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por la vida y la salud que me dio para continuar y culminar mis estudios superiores.

A mis Padres: Juan Rodriguez y Mary Gualazua, por su constante apoyo y perseverancia.

A mis hijos: Rouberth Antonio y Larissa Royeli, por ser mis principales pilares fundamentales para culminar esta etapa de mi vida.

A mi madrina: Maritza Gualazua Velarde por sus consejos y apoyo incondicional.

A los docentes de la Unidad Académica Puerto Rico, que gracias a sus conocimientos lograron inculcar lo necesario para terminar la carrera.

## INDICE

1. ANTECEDENTES .....	1
1.1. Grupo de beneficiarios .....	2
1.1.1. Beneficiarios directos .....	2
1.1.2. Beneficiarios indirectos .....	2
1.2. Referencia geográfica.....	2
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	3
2.1. Descripción del problema.....	3
2.2. Formulación del problema.....	4
2.3. Justificación del problema.....	4
2.3.1. Justificación económica.....	4
2.3.2. Justificación práctica .....	4
2.3.3. Justificación social.....	4
2.4. Objetivos .....	5
2.4.1. Objetivo General.....	5
2.4.2. Objetivos específicos .....	5
2.5. Marco Referencial .....	5
2.6. Marco teórico.....	6
2.6.1. Estudio de factibilidad .....	6
2.7. Punto de equilibrio .....	6
2.8. Objetivos de la factibilidad.....	7
2.8.1. Factibilidad técnica.....	7
2.8.2. Factibilidad operativa .....	8
2.8.3. Factibilidad económica.....	8
2.8.4. Valor Actual Neto.....	9

2.8.5. Tasa Interna de Retorno.....	9
2.8.6. Relación Beneficio Costo .....	9
2.8.7. Inversión fija.....	10
2.8.8. Inversión diferida.....	10
2.8.9. Capital de trabajo.....	11
2.8.10. Costos fijos .....	11
2.8.11. Costos Variables .....	11
2.8.12. Balance General.....	11
2.8.13. Estado de resultados .....	12
2.8.14. Plan de pagos .....	12
2.8.15. Flujo de caja.....	12
2.8.16. Punto de equilibrio.....	13
2.8.17. Estudio de mercado.....	13
2.8.18. Empresas.....	13
2.9. Misión.....	14
2.10. Análisis del entorno .....	14
2.10.1. Factor político.....	14
2.10.2. Factor social.....	14
2.10.3. Factor económico.....	15
2.10.4. Factor cultural.....	15
3. METODOLOGÍA .....	16
3.1. Investigación descriptiva.....	16
3.2. Enfoque Mixto.....	16
3.3. Método deductivo.....	16
3.4. Técnicas de investigación.....	17

3.4.1. Encuesta.....	17
3.5. Población y muestra .....	17
3.5.1. Población .....	17
3.5.2. Muestra .....	17
4. ESTUDIO DE MERCADO.....	18
4.1. Antecedentes del mercado.....	18
4.2. Demanda del consumidor .....	18
4.3. Análisis de la encuesta realizada.....	19
4.3.1. Demanda proyectada .....	32
4.4. Competencia y oferta en el mercado .....	32
4.5. Demanda insatisfecha.....	33
4.6. Proveedores .....	33
5. ESTRATEGIA DE MERCADEO.....	34
5.1. Matriz F.O.D.A. ....	34
5.1.1. Análisis de la matriz F.O.D.A. ....	34
5.1.2. Oportunidades.....	35
5.1.3. Debilidades .....	35
5.2. Filosofía empresarial .....	36
5.2.1. Misión.....	36
5.2.2. Visión.....	36
5.2.3. Valores.....	36
5.3. Estrategia genérica.....	37
5.4. Estrategia competitiva .....	37
5.4.1. Estrategia líder de mercado .....	37
5.5. Estrategia de marketing.....	37

5.5.1. Precio .....	37
5.5.2. Producto .....	38
5.5.3. Plaza.....	39
5.5.4. Promoción.....	39
5.6. Marca logotipo y slogan .....	41
5.6.1. Marca .....	42
5.6.2. Logotipo.....	42
5.6.3. Slogan .....	42
5.7. Presupuesto de marketing.....	42
6. ANÁLISIS INDUSTRIAL DEL MERCADO .....	43
7. ANÁLISIS OPERATIVO .....	44
7.1. Recursos humanos administrativos .....	44
7.2. Recursos humanos operativos .....	44
7.3. Necesidad de equipos y maquinarias.....	45
7.4. Administración, operación y mantenimiento .....	46
8. ANÁLISIS FINANCIERO.....	47
8.1. Inversión Fija.....	47
8.2. Inversión Diferida.....	47
8.3. Capital de trabajo.....	48
8.4. Resumen de la inversión.....	54
8.5. Estructura de financiamiento.....	54
8.6. Amortización de crédito bancario .....	55
9. ESTUDIO TÉCNICO.....	56
9.1. Localización del proyecto.....	56
9.1.1. Macro localización.....	56

9.1.2. Micro localización .....	56
9.1.3. Distribución de la empresa .....	57
9.2. Tamaño del proyecto .....	58
10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....	59
10.1. Organización administrativa .....	59
10.2. Constitución de la empresa .....	59
10.2.1. Empresa unipersonal.....	59
10.3. SEPREC .....	59
10.3.1. Tramite virtual .....	59
10.3.2. Requisitos .....	60
10.3.3. Reserva de nombre .....	60
10.3.4. Documento emitido .....	60
10.3.5. Plazo de tramite .....	61
10.3.6. Costo .....	61
10.4. Registro en impuestos nacionales .....	61
10.5. Licencia de funcionamiento .....	62
10.6. Caja Nacional de Salud .....	63
10.6.1. Requisitos de Empresas .....	63
10.6.2. Requisitos trabajadores.....	63
10.7. Administradora de fondo de Pensiones.....	64
10.7.1. Requisitos .....	64
10.8. Ministerio de Trabajo.....	64
10.8.1. Registro Obligatorio de Empleadores.....	64
10.8.2. Registro al Ministerio de Trabajo .....	65
10.9. SENAPI.....	65

10.9.1. Registro.....	65
10.10. Manual de funciones.....	65
11. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	67
11.1. Ingresos proyectados.....	67
11.2. Estado de pérdidas o ganancias de la gestión .....	67
11.3. Estado de flujo de fondos.....	68
12. IMPACTO SOCIAL.....	69
13. FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA.....	70
13.1. Tasa de descuento .....	70
13.2. Indicadores de evaluación financiera.....	70
13.2.1. Valor actual neto VAN .....	70
13.2.2. Tasa interna de retorno TIR.....	71
13.2.3. Relación beneficio costo RBC.....	71
14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	72
15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
15.1. conclusiones.....	73
15.2. Recomendaciones.....	73
16. REFERENCIAS .....	74

## Índice de tablas

Tabla	1	Rango de edades del segmento de mercado.....	19
Tabla	2	Género de los encuestados.....	20
Tabla	3	Frecuencia de compra de repuestos para motocicleta por parte de los clientes....	21
Tabla	4	¿Qué tipo de repuesto por lo general Ud. Compra?.....	22
Tabla	5	Preferencia de lugares donde realizan sus compras de repuestos.....	23
Tabla	6	¿Qué es lo que busca el cliente al momento de comprar los repuestos?.....	24
Tabla	7	Gusta Ud. de personalizar su motocicleta?.....	25
Tabla	8	¿Conoce los nombres de los repuestos para su vehículo?.....	26
Tabla	9	¿Ha comprado repuestos de procedencia china para su motocicleta?.....	27
Tabla	10	Opinión de los encuestados en cuanto a los repuestos de procedencia china.....	28
Tabla	11	Intención de compra de los repuestos que comercializa la empresa.....	29
Tabla	12	Frecuencia de compra de los repuestos para motocicleta en la empresa.....	30
Tabla	13	Posibilidad de pago de los clientes sobre los productos.....	31
Tabla	14	Demanda proyectada por piezas de repuestos.....	32
Tabla	15	Competencia y oferta proyectada.....	32
Tabla	16	Demanda insatisfecha proyectada de la empresa.....	33
Tabla	17	Proveedores de la empresa.....	33
Tabla	18	Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa ..	34
Tabla	19	Margen de precio y utilidad.....	37
Tabla	20	Presupuesto de Marketing de la empresa.....	42
Tabla	21	Recursos humanos administrativos de la empresa.....	44
Tabla	22	Recursos humanos operativos de la empresa.....	44
Tabla	23	Equipos y maquinarias de uso para la empresa.....	45
Tabla	24	Administración operación y mantenimiento para la empresa.....	46
Tabla	25	Inversión fija.....	47
Tabla	26	Inversión Diferida.....	47
Tabla	27	inversión en productos para la comercialización de la empresa.....	48
Tabla	28	Resumen de la inversión.....	54
Tabla	29	Estructura de financiamiento.....	54
Tabla	30	Amortización.....	55

Tabla	31	Tamaño del proyecto para la producción según capacidad operativa.....	58
Tabla	32	Manual de funciones.....	65
Tabla	33	Ingresos proyectados, (expresado en bolivianos) .....	67
Tabla	34	Estado de pérdidas o ganancias de la gestión (expresado en bolivianos).....	67
Tabla	35	Estado de flujo de fondos, (expresado en bolivianos) .....	68
Tabla	36	Valor actual neto, VAN .....	70
Tabla	37	Tasa interna de retorno, TIR.....	71
Tabla	38	Relación beneficio costo del proyecto (expresado en bolivianos).....	71
Tabla	39	Cronograma del proyecto de grado.....	72

## Índice de Figuras

Figura 1 Referencia geográfica para instalación del proyecto .....	2
Figura 2 Análisis porcentual de la participación según el rango de edades .....	19
Figura 3 Análisis porcentual del género de los participantes de la encuesta.....	20
Figura 4 Análisis porcentual de la frecuencia de compra de los clientes .....	21
Figura 5 Análisis porcentual de la preferencia de repuestos de los encuestados .....	22
Figura 6 Preferencias de lugares de compra de los clientes .....	23
Figura 7 Preferencias al momento de realizar la compra de prendas de vestir .....	24
Figura 8 Análisis porcentual sobre si personalizar sus motocicletas.....	25
Figura 9 ¿Conoce Ud. los repuestos para su motocicleta? .....	26
Figura 10 ¿Han tenido la experiencia de haber comprado Repuestos de origen chino? .....	27
Figura 11 Opinión de los encuestados en relación a los repuestos de origen chino.....	28
Figura 12 Intención de compra, dato obtenido de la muestra.....	29
Figura 13 Frecuencia y cantidad de repuestos a comprar de forma mensual .....	30
Figura 14 Posibilidad de pago según el producto.....	31
Figura 15 Repuestos para motocicletas, .....	38
Figura 16 Repuestos para motocicletas en general,.....	38
Figura 17 Cuenta de WhatsApp Bussiness de la Empresa “IMPULSA” .....	39
Figura 18 Cuenta de Facebook de la Empresa IMPULSA.....	40
Figura 19 Cuenta de Instagram de la Empresa “IMPULSA” .....	40
Figura 20 Cuenta de Telegram de la Empresa “IMPULSA”.....	41
Figura 21 Marca, Logotipo y Slogan de la empresa comercial.....	41
Figura 22 Áreas y distribución de la empresa .....	57

## **Resumen**

El proyecto para la creación de una empresa comercializadora de repuestos y accesorios en general para motocicletas en la localidad de Puerto Rico Capital de la Provincia Manuripi del departamento Pando, está enfocado en un segmento de personas que tienen motocicletas ya sea propia o cedida por algún familiar o amigo y que sin embargo, buscan productos de calidad cuando se trata de repuestos o accesorios para personalizar sus vehículos, sin embargo el proyecto está enfocado y especializado exclusivamente en la comercialización de repuestos y accesorios en general . Es en ese sentido que para lograr concretar la idea de comercializar repuestos y accesorios en el rubro de la comercialización de repuestos en general, se define un objetivo general del proyecto, Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una Empresa Comercializadora De Moto-Repuestos En La Localidad de Puerto Rico, así mismo se estructuró todo el marco teórico de la investigación a fin de aportar sustento teórico científico para futuras investigaciones relacionadas al tema, se aplicó diferentes métodos de investigación para la recopilación y análisis de la información del segmento de mercado, se aplicó la investigación descriptiva, con un enfoque cuantitativo y el método deductivo de investigación para lo que se utilizó la encuesta, la observación para determinar el comportamiento del segmento que comparan y están dispuestos a comprar los repuestos para sus motocicletas. Así mismo, con el análisis de los indicadores financieros se terminó la factibilidad del proyecto un; VAN positivo de; Bs 211.728,48, TIR de 67,05% y un RBC de 1,64 bolivianos, el proyecto de inversión es factible y por tanto se debe aceptar el mismo.

## **Abstract**

The project for the creation of a company that markets spare parts and accessories in general for motorcycles in the town of Puerto Rico Capital of the Manuripi Province of the Pando department, is focused on a segment of people who have motorcycles either their own or donated by a family member or friend and who nevertheless look for quality products when it comes to spare parts or accessories to personalize their vehicles, however the project is focused and specialized exclusively in the marketing of spare parts and accessories in general. It is in this sense that in order to achieve the idea of marketing spare parts and accessories in the field of marketing of spare parts in general, a general objective of the project is defined: Prepare a feasibility study for the creation of a Motorcycle Marketing Company. Spare Parts In the Town of Puerto Rico, the entire theoretical support of the research was structured in order to provide scientific theoretical support for future research related to the topic, different research methodology tools were applied for the collection and analysis of information. of the market segment, descriptive research was applied, with a quantitative approach and the deductive research method for which the survey and observation were used to determine the behavior of the segment that buys and is willing to buy spare parts for their motorcycles. Likewise, with the analysis of the financial indicators, the feasibility of the project was completed; positive NPV of; Bs 211,728.48, IRR of 67.05% and a RBC of 1.64 bolivianos, the investment project is feasible and therefore it should be accepted.

## **Título del proyecto**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de  
Moto-repuestos en la localidad de Puerto Rico

## **1. ANTECEDENTES**

La finalidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de repuestos para motocicletas en la Localidad de Puerto Rico tiene como objetivo principal demostrar la viabilidad técnica y financiera que contará el proyecto.

En este proyecto se realizará un completo estudio de los elementos que permitirán desarrollar una empresa comercializadora de repuestos para motos. Se parte de un diagnóstico situacional para determinar la pertinencia del proyecto y sustentar técnicamente los elementos necesarios para la ejecución de este.

La base de la economía en la localidad de Puerto Rico se ve reflejada en la extracción de recursos renovables como ser la castaña que es la principal actividad económica especialmente entre los meses de diciembre, enero, febrero y marzo; la recolección de majo y asaí; La agricultura, la pesca, la ganadería y el comercio que son actividades de menor alcance.

La demanda latente en el mercado local en tema de repuestos, partes y piezas para vehículos de dos ruedas es escasa, es así que la posibilidad de ofertar estos productos contribuirá una gran oportunidad de negocio, a su vez motiva al desarrollo y economía de la Localidad de Puerto Rico, con ello se pretende aprovechar la problemática del sector mediante la creación de una empresa comercializadora de Moto-repuestos que vaya direccionado a vehículos livianos de dos ruedas , más aún cuando este está sobrepasando la oferta del sector comercial y obliga a los clientes a solicitarlos fuera de la localidad

En la Localidad de Puerto Rico al contar con escasos centros de comercialización de Moto-repuestos hace que la adquisición de estos productos represente un desafío para aquellas personas que deseen dar mantenimiento a sus motocicletas, obligando que muchos propietarios tengan que salir a ciudades como cobija, el Sena, Riberalta o hacer pedidos a otros departamentos a fin de conseguirlos, generando con ellos pérdida de tiempo y un mayor gasto para su economía.

## 1.1. Grupo de beneficiarios

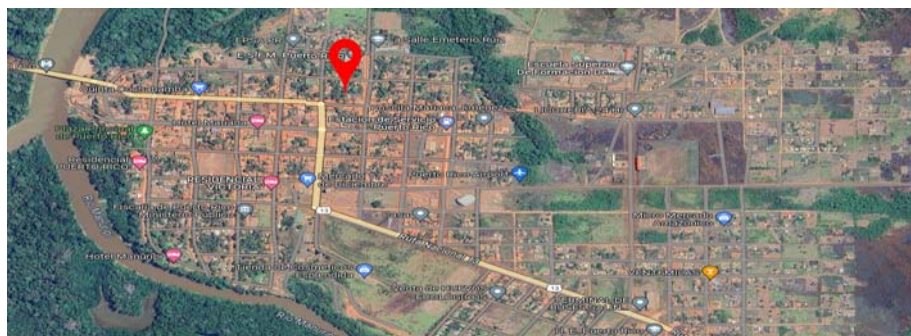
### 1.1.1. Beneficiarios directos

Son considerados como beneficiarios directos del proyecto: los propietarios de motocicletas comprendidos entre los 18 años a 59 años, que necesiten el cambio de alguna pieza de sus motocicletas, inversionistas y/o accionistas que tuvieran alguna participación con aportes patronales para la ejecución del proyecto y que a su vez esperan obtener beneficios de la rentabilidad del proyecto.

### 1.1.2. Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos del proyecto serán: los proveedores mayoristas de repuestos para la empresa, así mismo se considera como beneficiarios a los colaboradores o empleados de la empresa y desde luego todo el segmento de mercado dedicado al rubro mecánico, a quien se desea comercializar los repuestos y accesorios para motocicletas en general.

## 1.2. Referencia geográfica



*Figura 1* Referencia geográfica para instalación del proyecto

Fuente:<https://www.google.com/maps>

Para la georreferencia para la instalación del proyecto se opta por la localidad de Puerto Rico perteneciente a la provincia Manuripi, municipio del mismo nombre, en el departamento de Pando el mismo que se encuentra al extremo norte de Bolivia y limita al norte con el Municipio de Santa Rosa del Abuna, al sur con el Municipio de Filadelfia al oeste con el Municipio de Bella Flor y al este con el Municipio del Sena, tiene una población aproximada de 7633 habitantes según datos del programa MALARIA dependiente del centro de salud Puerto Rico (CSPR, 2023).

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

### **2.1. Descripción del problema**

Puerto Rico, es una población caracterizada por la utilización de medios de transporte de dos, tres y cuatro ruedas, cuya mayor concentración es la de motocicletas, debido a su fácil acceso y costos del mercado bastante accesible, son las más utilizadas por su fácil desplazamiento hacia otras localidades y comunidades del municipio.

Actualmente, en Puerto Rico, existen casas de moto repuestos que ofertan sus productos para las motocicletas que permite acceder a estas cuando se tiene algún desperfecto en las motocicletas, sin embargo, no cuentan con un stock de repuesto amplio y accesible que permita la solución de los problemas mecánicos, debiendo, los propietarios, acudir a la ciudad de Cobiya o la Localidad de El Sena para poder adquirir lo necesario aumentando el costo que implica la compra y afectando seriamente la economía de las personas.

La creación de una empresa comercializadora de Moto-repuestos en la Localidad de Puerto Rico permitirá a los propietarios de motocicletas, solucionar la problemática planteada, es así que el presente proyecto tiene como objetivo principal una investigación sobre la factibilidad de una empresa comercializadora de Moto-repuestos.

Asimismo, se hace parte de la problemática el gran índice de importación de repuestos en general para motocicletas al municipio de Puerto Rico, sin embargo, las que se propone en la idea del proyecto el cual es repuestos de paquetes de primera, con calidad garantizada, a fin de cumplir con las expectativas de los clientes, de toda la localidad de Puerto Rico, también se considera como parte de la problemática los precios elevados a los que se comercializan los repuestos en general en Puerto Rico en el departamento Pando.

Las causas identificadas que dan origen a la problemática en desarrollo se mencionan a continuación: Que las personas o familias de Puerto Rico, buscan productos de calidad ya que en su mayoría se dedica a la extracción de castaña lo cual las motocicletas cumplen un papel fundamental para el traslado del producto a fin de que puedan comercializarlo, por tanto, buscan repuestos que sean duraderos para sus motocicletas.

## **2.2. Formulación del problema**

¿Es factible la creación de una empresa comercializadora de Moto-repuestos de calidad de procedencia China, en la Localidad de Puerto Rico?

## **2.3. Justificación del problema**

### **2.3.1. Justificación económica**

El presente estudio tiene como finalidad demostrar la viabilidad técnica, económica y financiera a través de los indicadores para que el valor actual neto y la tasa interna de retorno sean datos positivos y que exista una relación de beneficio/costo para la implementación de una empresa comercializadora de Moto-repuestos en la Localidad de Puerto Rico el mismo que se encuentra ubicado en la Localidad de Puerto Rico con el propósito de satisfacer la demanda de repuestos y garantizar la reparación de las motocicletas, debido a que esta localidad carece de personal calificado para prestar este servicio.

### **2.3.2. Justificación práctica**

Para alcanzar los objetivos establecidos en el presente estudio es necesario utilizar todo el conocimiento adquirido en el aspecto teórico, mercadotecnia, finanzas y metodológicas por lo que se planea utilizar herramientas y técnicas para determinar el estudio de mercado mediante encuestas con lo que se podrá analizar cuáles son las necesidades que presenta esta localidad al no contar con un lugar específico que brinde este servicio con las garantías necesarias y con esta información se cumplirá las expectativas que presentan los motociclistas.

### **2.3.3. Justificación social**

La gran mayoría de usuarios de la Localidad de Puerto Rico cuenta con medios de transporte para lo cual las motocicletas son las más utilizadas por la comodidad que se necesita para dirigirse a sus actividades laborales que generalmente suelen ser en el campo por lo que para estas personas adquirir una motocicleta, es una gran inversión ya que se ahorran tiempo y gastos por transporte diarios, también son usadas para la distracción y paseo del sector urbano. La reducción de los costos de reparación de motocicletas permitirá a las personas ahorrar dinero, lo que podría mejorar su calidad de vida. La disponibilidad de repuestos de calidad mejorará el buen estado de las motocicletas, lo que podría reducir el número de accidentes.

La creación de fuentes de empleo directas e indirectas contribuirá a mejorar la economía de la región, lo que podría generar desarrollo social. Con el proyecto se pretende tener en buen estado físico de las motocicletas y por tanto mayor durabilidad de esta, así mismo influirá en el impacto ambiental ya que la empresa utilizará repuestos de alta calidad que durarán más tiempo, lo que reducirá la cantidad de residuos contaminantes.

## **2.4. Objetivos**

### **2.4.1. Objetivo General**

Evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de la creación de una empresa comercializadora de moto-repuestos en Puerto Rico.

### **2.4.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado a través de una encuesta que enfoque los gustos, preferencias y requerimiento de repuestos para motocicletas en la localidad de Puerto Rico.
- Establecer un análisis técnico para determinar la viabilidad del proyecto donde se evaluará la disponibilidad de proveedores, la calidad de los repuestos y la logística de distribución.
- Identificar mediante un estudio administrativo y legal la estructura básica para la creación de una empresa comercializadora de moto-repuestos.
- Demostrar mediante un análisis económico y financiero la viabilidad del proyecto mediante la evaluación de los indicadores financieros y el valor actual neto, la tasa interna de retorno y la relación beneficio/costo.

## **2.5. Marco Referencial**

En la ciudad de Cali, Colombia en la facultada de ciencias empresariales los estudiantes Angélica María Gonzales Castillo, Dalian Jazmín Maya Jaramillo y José Luis García Zapata (2016) realizaron un trabajo de grado que lo denominaron; Estudio De Viabilidad Para La Creación De Una Tienda Comercializadora de repuestos para motocicleta Por Medio Online En La Ciudad De Santiago De Cali, para lo cual aplicaron el tipo de estudio descriptivo, y el método deductivo a su vez aplicaron técnicas e instrumentos para la recopilación de información como ser; la encuesta, con lo que lograron determinar que existía una demanda para el proyecto y que además este tendría la capacidad de generar utilidades en lo largo de la

vida útil del proyecto según sus indicadores financieros de análisis el proyecto tuvo una TIR de 27.34% y una relación beneficio Costo de 1,11

## **2.6. Marco teórico**

### **2.6.1. Estudio de factibilidad**

El estudio de factibilidad es un parámetro de evaluación imprescindible para la determinación viable del proyecto, Un estudio de factibilidad es parte de un proyecto de inversión privada, en relación a lo mencionado el siguiente autor define el proyecto factible como:

Un conjunto de actividades vinculadas entre sí, cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a las necesidades que pueda tener una institución o un grupo social en un momento determinado. Es decir, la finalidad del proyecto factible radica en el diseño de una propuesta de acción dirigida a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio. (Moya, 2002,)

La factibilidad analiza la posibilidad de poder implementar un nuevo programa, si existen las condiciones de infraestructura, personal académico, financiamiento, etc., condiciones que permiten poner en funcionamiento el nuevo proyecto, La factibilidad demuestra que el proyecto es viable, que se cuenta con los mecanismos y factores indispensables para que se pueda concretar el proyecto. " (Angeles Guevara , Silva Carmona , & Aquino López, 2017)

Según (Lunas & Chávez, 2001), la factibilidad es el análisis de una empresa que se utiliza para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo
- Si el negocio propuesto contribuye a la conservación del medio ambiente.

## **2.7. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio será indispensable para la relación de ventas costos de repuestos para motocicletas por lo que: Según (Benquique, 2017). El análisis del punto de equilibrio consiste en el análisis del punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos. El análisis del punto de equilibrio es una herramienta popular que se usa con

frecuencia para analizar la relación entre el volumen de ventas y la rentabilidad. Existen varias formas para su cálculo o medición

## **2.8. Objetivos de la factibilidad**

El objetivo o finalidad de la factibilidad es que "El proyecto es un instrumento financiero que sirve para tomar la decisión de invertir en determinada actividad, en función del rendimiento y nivel de riesgo. Consecuentemente, el estudio de factibilidad constituye el principal requisito para aprobar su financiamiento." (Izquierdo Maldonado, 2011, p. 42)

En el cuadro comparativo de su artículo el autor (Moya, 2002, p. 8) indico que la finalidad de un proyecto factible es: "Proponer la solución a un problema de tipo práctico o la satisfacción de necesidades de una Institución.

### **2.8.1. Factibilidad técnica**

Para concurrir con el termino factibilidad técnica existe dos autores que explícitamente indican como se consigue la determinación de la factibilidad técnica, sobre ello indica que: " El estudio técnico define la factibilidad técnica de varias opciones tecnológicas que pueden existir para el proyecto, pero, además, determina lo que será la inversión, los costos, los ingresos, los egresos que sustentan la rentabilidad." (Vivallo P., 2012, p. 92)

Los siguientes autores (Fuentes Frías , Cardeñosa, Machado Orges , & Cantero Cora, 2013, p. 5) afirman que para que se lleve a cabo la factibilidad técnica es necesario

El conjunto de datos y soluciones técnicas que posibilitan comparar y evaluar la inversión propuesta con las normativas vigentes (Bases de Diseño) o con otras de características similares. Este estudio se monitorea a través de los elementos siguientes: Balance de superficie construida y terreno. Se expresará los indicadores principales como: % de ocupación del área, áreas/capacidad de la instalación y otros. Consumos básicos (electricidad, agua y combustible): Comparar estos índices con los obtenidos en las instalaciones similares. Índices técnico - económicos.

“Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto”. (Reyes, 2007)

“La factibilidad técnica determina si se dispone de los conocimientos, habilidades, equipos o herramientas necesarias para llevar a cabo los procedimientos, funciones o métodos involucrados en un proyecto” (Maureira, 2020).

“Indica si se dispone de los conocimientos y habilidades en el manejo de métodos, procedimientos y funciones requeridas para el desarrollo e implementación del proyecto” (Díaz & Atahualpa, 2014).

### **2.8.2. Factibilidad operativa**

Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad, depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto, durante estas actividades se identifican aquellas que son importantes para lograr los objetivos y se determina todo lo necesario para llevar a cabo cada objetivo. (Díaz & Atahualpa, 2014).

“La factibilidad operativa consiste en el análisis de los recursos productivos, incluidos los humanos, necesarios para la realización de un proyecto económico” (Maureira, 2020).

“La viabilidad operativa se refiere a la adecuación de un proyecto a la planificación de la capacidad, los recursos, las metas estratégicas y los objetivos empresariales” (Camacho & coronel, 2018).

### **2.8.3. Factibilidad económica**

“El estudio de la factibilidad económica, ayuda a realizar el análisis costo-beneficio del sistema, el mismo que permitirá determinar si es factible desarrollar económicamente el proyecto” (Camacho & coronel, 2018).

“La Factibilidad económica se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad” (Reyes, 2007).

“En el estudio de la factibilidad económica, determinamos el presupuesto de costos de los recursos técnicos, humanos y materiales tanto para el desarrollo como para la implantación del Sistema” (Luna, 1999).

#### **2.8.4. Valor Actual Neto**

Según (Mokate, 2004), es la equivalencia presente de los ingresos netos futuros y presentes de un proyecto, la conversión de sumas futuras a sumas presentes permite sumar los costos y los beneficios de diferentes años como si hubieran ocurrido todos en el mismo periodo.

Según (Rocabert, 2007), el VAN “mide la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos, calcula la cantidad total en que ha aumentado el capital como consecuencia del proyecto”

“Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión” (Luna, 1999).

#### **2.8.5. Tasa Interna de Retorno**

La TIR según (Mokate, 2004), “indica la tasa de interés de oportunidad por la cual el proyecto es aceptable o sostenible, es decir es aquella tasa de interés que hace que el valor actualizado de los ingresos sea igual al valor actualizado de los costos”

Según (Milanesi, 2016, p. 21) “La tasa interna de Retorno es uno de los métodos de evaluación de proyectos de inversión más utilizados en empresas. Sirve para determinar la viabilidad a la hora de encarar alternativas de inversión”.

“La TIR es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto”. (Altuve, 2016, p. 7)

#### **2.8.6. Relación Beneficio Costo**

“Relación de costo beneficio: representa la relación global entre los costos y beneficios durante un período determinado. En esencia, se trata del beneficio propuesto total en efectivo dividido por los costos totales propuestos en efectivo” (Milanesi, 2016, p. 47).

Según (Altuve, 2016, p. 17) “Un análisis de coste beneficio es el proceso de comparar los costes y los beneficios u oportunidades estimados asociados con la decisión de un proyecto”.

Según (Baca, 1998), Señala que la RBC, “es aquella relación en la cual tanto el flujo de beneficios como el de los costos se actualizan a una tasa de interés que se considera próxima al costo de oportunidad del capital”.

### **2.8.7. Inversión fija**

Según (Baca, 1998), “la inversión fija es inmovilizadas durante la operación de la empresa y corresponden a los bienes tangibles, que son adquiridos generalmente al inicio del proyecto y por única vez”.

La inversión fija corresponde a la cantidad de dinero necesaria para construir totalmente una planta de proceso, con sus servicios auxiliares y ubicarla en situación de poder producir. Es básicamente la suma del valor de todos los activos de la planta. Los activos fijos pueden ser tangibles o intangibles (Mokate, 2004).

“La inversión bruta fija se refiere a las compras de activos fijos, como maquinaria, que realiza una empresa durante un período, considerando tanto la inversión en nuevos equipos como la reposición de ellos” (Rocabert, 2007).

### **2.8.8. Inversión diferida**

“La inversión diferida se caracteriza por su inmaterialidad y son derechos adquiridos y servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no están sujetos a desgaste físico” (Rocabert, 2007).

Según (Luna, 1999), Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

“Estas inversiones se realizan en bienes y servicios intangibles que son indispensables del proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción por ser intangibles a diferencia de las inversiones fijas” (Maureira, 2020).

### **2.8.9. Capital de trabajo**

“El capital de trabajo es el dinero disponible para cumplir con sus obligaciones actuales a corto plazo” (Palomeque, 2008, p. 21).

“El capital de trabajo o activo circulante está compuesto por tres elementos: efectivo, cuentas por cobrar e inventarios, a continuación, se analizarán el manejo de cada uno de ellos” (Angulo, 2016, p. 8).

“El capital de trabajo es una magnitud contable referida a aquellos recursos económicos con los que cuenta una empresa dentro de su patrimonio para afrontar compromisos de pago en el corto plazo y relacionados con su actividad económica” (Rizzo, 2007, p. 103)

### **2.8.10. Costos fijos**

“Los costos fijos son los gastos que una empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación. Es decir, aquellos costos mensuales, bimestrales o anuales que debe cumplir sin importar su número de ventas alcanzadas” (Molina, 2007).

“Los costos fijos o costes fijos son aquellos costes que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios” (Flores, 2008).

### **2.8.11. Costos Variables**

“Son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, en tanto que el costo unitario permanece constante” (Molina, 2007).

“En la categoría de gastos variables se incluyen todos los gastos que pueden cambiar, aquellos que no sabes que tendrás que hacer y que pueden cambiar en cada período” (Flores, 2008).

### **2.8.12. Balance General**

El balance general, junto con los estados de ganancias y pérdidas, cambios en el patrimonio neto y flujos de efectivo, conforman los estados financieros básicos, cuyo propósito general es

suministrar información acerca de la situación y desempeño financiero, así como de los flujos de efectivo. (Molina, 2007)

“Es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado” (Rizzo, 2007, p. 104).

### **2.8.13. Estado de resultados**

“El Estado de resultados es un estado financiero dinámico porque proporciona información que corresponde a un periodo” (Rizzo, 2007, p. 104).

“Es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado” (Molina, 2007).

### **2.8.14. Plan de pagos**

“Un plan de pago es un plan para afrontar sus deudas. A través del plan de pago, se compromete a abonar cierta cantidad cada mes hasta cancelar una deuda pendiente” (Díaz & Ramírez, 2020 p. 8).

“Plan de Facilidades de Pago (FAP) es una forma de extinción de la deuda tributaria a través del pago en cuotas mensuales. Puede ser solicitada por los contribuyentes inclusive en etapa de ejecución tributaria” (Hernández, 2022, p. 197).

### **2.8.15. Flujo de caja**

“En contabilidad, se entiende por flujo de caja o flujo de finanzas el conjunto de los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo en un periodo dado” (Hernández, 2022, p. 199).

El flujo de caja es un informe financiero que refleja los ingresos y egresos de dinero de una empresa durante un período determinado, es decir, representa su capacidad para generar el efectivo necesario para cubrir sus obligaciones monetarias, como pagar las facturas de proveedores, salarios, servicios básicos. (Anaya & Niño, 2009).

### **2.8.16. Punto de equilibrio**

“Punto de equilibrio o umbral de rentabilidad es el número mínimo de unidades que una empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por venta” (Mazón, Villao, Núñez & Serrano, 2017, p. 14-24).

Según (Anaya & Niño, 2009) “El punto de equilibrio, punto muerto, o umbral de rentabilidad, es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales”

### **2.8.17. Estudio de mercado**

Según el autor Malhotra, indica que el estudio de mercado se realiza para determinar cuál es la oferta y la demanda de un determinado producto o servicio ya que esta información es importante al momento de iniciar los procesos productivos de un bien determinado.

En el estudio de mercado se realizan análisis de la oferta y de la demanda del producto, de los precios, del sistema de comercialización y de las materias primas y demás insumos que se requerirán en el periodo de operación del proyecto, con el fin de establecer las posibilidades reales que tendrá el bien o el servicio para competir en un mercado determinado. (Malhotra, 2008)

“Un estudio de mercado es una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto” (Rico, 2005).

### **2.8.18. Empresas**

Según (Romero, 2016) “Define la empresa como el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela”.

Para (Bonta & Farber, 2002) Definen la empresa como una "entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros se logre alcanzar objetivos”.

## **2.9. Misión**

Ofrecer a la clientela un servicio de venta de repuestos para motocicletas de calidad y a un buen precio para ser una empresa líder reconocida en el mercado local por la comercialización contribuyendo a mejorar la calidad de vida y al desarrollo local y nacional.

## **2.10. Análisis del entorno**

En el análisis del entorno se empleó el análisis PESTEL a través de los factores político, social, económico y cultural, ya que se pretende conocer cada uno de estos elementos que son de vital importancia para la toma de decisiones en cuanto al proyecto y la propuesta de valor que ésta oferta para la comercialización de repuestos de motocicleta y accesorios en general.

### **2.10.1. Factor político**

El actual gobierno a la cabeza del presidente del Estado Plurinacional de Bolivia Luis Arce Catacora, buscan consolidar una transformación en el país con la creación de leyes, estatutos y planes de financiamientos para los pequeños y medianos empresarios del país, con la verdadera finalidad de otorgar estabilidad política para el sector privado. Y como empresa privada este tipo de leyes, estatutos y todos los beneficios, así como las responsabilidades que esto conlleva.

Puerto Rico, capital de la provincia Manuripi y Municipio, está conformado políticamente por las autoridades electas en las elecciones sub nacionales correspondiente, definidos por el Gobierno Autónomo Municipal de Puerto Rico y el honorable consejo municipal.

### **2.10.2. Factor social**

Dentro de los que es el factor social como indicador de análisis del macro entorno, se puede decir que con las múltiples demandas de mercado que estarían dispuestas a comprar los repuestos y accesorios en general para motocicleta, la creación de la empresa será oportuna y viable en la Localidad de Puerto Rico del departamento Pando.

El estilo de vida de la población puertorriqueña se basa en la agricultura, pescadería, Recolección de frutos amazónicos y la zafra de castaña, siendo las motocicletas el medio de

transporte más utilizado para la realización de las actividades cotidianas, especialmente en el periodo castaño, siendo estos vehículos de dos ruedas el transporte más utilizado en el traslado de la cosecha hacia los centros de acopio, no obstante, esta actividad está ligada al periodo de lluvias y es ahí donde la demanda de repuestos crece de manera exorbitante por la exposición al estado natural de los bosques tropicales de nuestra localidad, es por eso que se considera necesaria la creación de una empresa con un amplio stock de repuestos de motocicletas.

### **2.10.3. Factor económico**

Las principales actividades económicas de la población de Puerto Rico se basan en la agricultura, caza, pesca, el comercio y principalmente la recolección de castaña en los meses de diciembre, enero, febrero y marzo, donde se ve reflejado la mayor demanda de motocicletas y repuestos por ser el medio más utilizado para esta actividad, las fuentes de empleo están relacionados a pequeñas empresas, instituciones públicas y actividades informales que demuestran la necesidad importante de encaminar al desarrollo por intermedio de creación de empresas en la región.

### **2.10.4. Factor cultural**

El mercado local de Puerto Rico en el departamento Pando se considera por ser concepto abierto, esto a raíz de que se vive en frontera con el vecino país de Brasil y Perú, por lo que la mayoría de las personas que moran en la localidad terminan copiando o imitando algo de cada cultura, y lo que lo convierte en algo positivo para el proyecto es que, al ser un mercado de concepto abierto se puede decir que la aceptación que tendría el proyecto sería buena.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Investigación descriptiva**

Se empleó este tipo de investigación a fin de tratar de describir el comportamiento de los clientes potenciales en relación a la propuesta del proyecto, para la comercialización de repuestos y accesorios para motocicleta, ya que, por la característica de esta, el investigador estará en contacto directo con el segmento de mercado a partir de la elaboración de un estudio de mercado que ayudará a describir cual es la percepción o la realidad de las personas lo que ayudará a determinar los precios para la comercialización de los repuestos en general.

Para la recolección de la información directamente del segmento de mercado, el encuestador tuvo que acudir a las fuentes de recolección primaria.

#### **3.2. Enfoque Mixto**

La presente investigación es de enfoque mixto, es decir, se utilizaran datos cuantitativos y cualitativos ya que se utilizarán datos mixtos con el fin de poder interpretar el tema de estudio, estos datos serán extraídos del estudio de mercado para su posterior análisis e interpretación de los datos que se hayan obtenido en otras palabras se utilizará toda la información del mercado de forma lógica para tomar la decisión más acertada para el desarrollo del proyecto de investigación, para la comercialización de repuestos y accesorios en general para motocicleta.

#### **3.3. Método deductivo**

Este método se empleó en el desarrollo de la investigación ya que su aplicación y lógica permiten el razonamiento formal, de resultados y conclusiones verdaderas y únicas, que son provenientes del segmento de mercado previamente seleccionado lo que será de gran ayuda para la toma de decisiones en cuanto a la comercialización de repuestos y accesorios en general para motocicletas en la localidad de Puerto Rico en el departamento de Pando.



## **4. ESTUDIO DE MERCADO**

### **4.1. Antecedentes del mercado**

La introducción de nuevos productos en el local de Puerto Rico en el departamento Pando, siempre ha llamado la atención de las personas y público en general, ya que, en la localidad de Puerto Rico, uno de los principales indicadores que mueve la economía local es la gran variedad de comercios que existen.

Es por ello que se tiene en conocimiento de que existen muchas tiendas comerciales que se dedican justamente a la comercialización de ropa, alimentos, productos de belleza y repuestos para carros y motocicletas, por ello se conoce la importancia de saber a qué tipo de segmento de mercado esta direccionada la encuesta a fin de recolectar la información necesaria, si bien todas las tiendas comerciales por lo general requieren de personal para ayudar en la atención, la empresa RODRIGUEZ, será una empresa generadora de fuentes de empleo y fomentadora de la economía local, con la generación de fuentes de trabajo y aportando al crecimiento y desarrollo de Puerto Rico.

Ya que existen empresas que se dedican a la comercialización de repuestos para motocicleta y carros, en todos los modelos, estilos y para todas las marcas y modelos de motocicletas, la empresa estará enfocada exclusivamente en la comercialización de repuestos para motocicletas en general, en la que se pretende ser una empresa reconocida en el mercado por la calidad de los repuestos y por la variedad en los productos. El mercado al que se pretende comercializar las variedades de repuestos y accesorios en general de personalización para motocicleta se encuentra ubicado en la localidad de Puerto Rico, en el departamento Pando, la cual se encuentra geográficamente ubicada; al extremo norte, entre el margen del Rio Manuripi y Tahuamanu, y la confluencia del Rio Orthon.

### **4.2. Demanda del consumidor**

La demanda de los repuestos para motocicleta en la localidad de Puerto Rico se encuentra detallada por la cantidad de productos o piezas de repuestos para moto que las personas del segmento previamente seleccionado están dispuestas a comprar a un determinado precio, para

ello se elabora la encuesta que se aplicó al segmento a fin de conocer los gustos y preferencias de las personas de Puerto Rico, que tiene sus motocicletas o que compran repuestos en Gral.

A continuación, se explica cada una de las preguntas realizadas en la encuesta y el respectivo análisis de cada tabla y figura lo que sirve para determinar la demanda real y la oferta en el mercado de la localidad de Puerto Rico en el departamento Pando.

### 4.3. Análisis de la encuesta realizada

Después de haber realizado las encuestas, se analiza y explica cada resultado en base a las respuestas donde Fi es la frecuencia absoluta, %: porcentaje y Po es la Población objetivo.

Tabla 1

Rango de edades del segmento de mercado

Detalle	Fi	%	Po
18 a 25 años	53	15	1111
26 a 35 años	121	33	2524
36 a 45 años	140	38	2928
45 a 59 años	51	14	1070
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Se puede apreciar en la tabla 1 que existe un 100% de participación en la que los mayores porcentajes de participación están representados por el 38% y 33% de los encuestados.

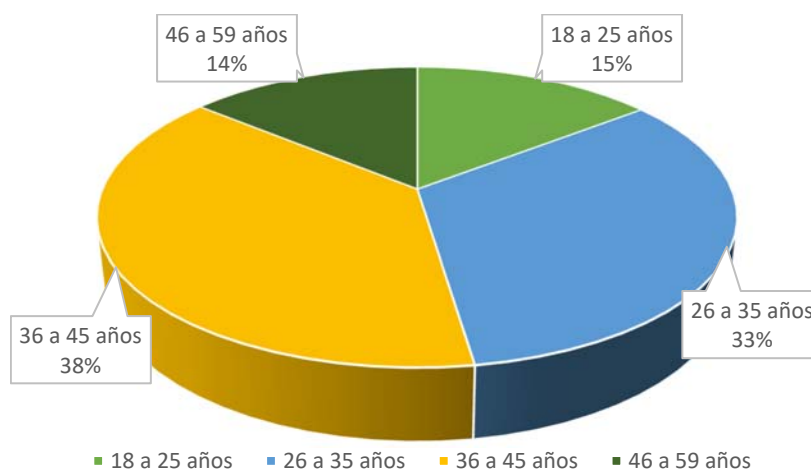


Figura 2 Análisis porcentual de la participación según el rango de edades

Fuente: elaboración propia

En la figura número dos se tiene el siguiente análisis; las personas de 18 a 25 años han participado de la encuesta siendo representadas por un 15%, las personas de 26 a 35 años han participado de la encuesta siendo representadas por un 33%, las personas de 36 a 45 años han participado de la encuesta siendo representadas por un 38% y finalmente, las personas de 46 a 59 años han participado de la encuesta siendo representadas por un 14%

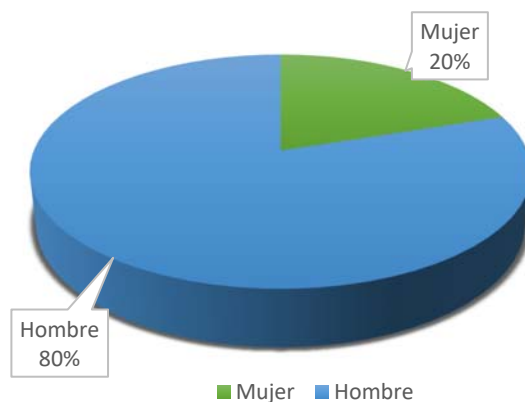
*Tabla 2*

Género de los encuestados

<b>Detalle</b>	<b>Fi</b>	<b>%</b>	<b>Po</b>
Mujer	73	20	1522
Hombre	293	80	6111
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

En el análisis de la tabla número dos, se aprecia que existe una mayor participación de hombres que han participado de la encuesta siendo este, un total de 293 de 366 y un total de 73 mujeres.



*Figura 3* Análisis porcentual del género de los participantes de la encuesta

Fuente: elaboración propia

En el análisis porcentual del género de los encuestados se tiene la información a continuación, el 80% de los encuestados son personas de sexo masculino, mientras que, el 20% de los encuestados son personas de sexo femenino, lo que en su conjunto sería el 100% de los participantes en la encuesta.

Tabla 3

Frecuencia de compra de repuestos para motocicleta por parte de los clientes

Detalle	Fi	%	Po
Todos los meses	82	22	1716
2 veces cada 3 meses	95	26	1979
2 veces cada 6 meses	50	14	1050
4 veces cada 8 meses	111	30	2322
Una vez al año	27	7	565
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

En el análisis de la frecuencia de compra se puede apreciar que 82 personas indican que, compran sus repuestos todos los meses, 95 personas compran repuestos dos veces cada 3 meses, 50 personas compran sus repuestos dos veces cada seis meses, asimismo, 111 personas afirman que compran cuatro veces cada 8 meses y finalmente 27 personas indican que comprar repuestos una vez al año.

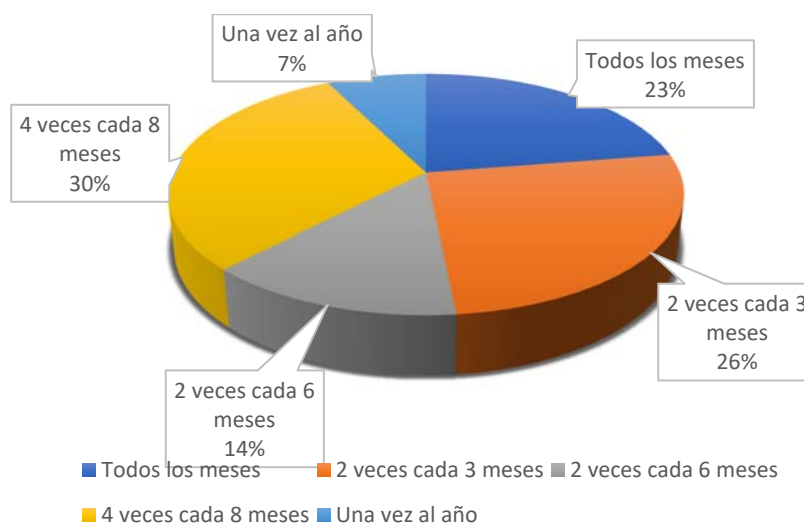


Figura 4 Análisis porcentual de la frecuencia de compra de los clientes

Fuente: elaboración propia

El 23% de los encuestados indica que compra sus repuestos para motocicleta todos los meses, el 26% indica que compra sus repuestos dos veces cada tres meses, el 14% indica que compra dos veces cada seis meses sus repuestos, el 30% indica que compra cuatro veces cada ocho meses y finalmente el 7% indica que solo compra sus repuestos una vez al año.

Tabla 4

¿Qué tipo de repuesto por lo general Ud. Compra?

Detalle	Fi	%	Po
Carburadores para motocicleta	61	17	1272
Llantas tipo pantaneras	102	28	2120
Plásticos y carcasas en Gral.	54	15	1131
Asientos y accesorios en Gral.	124	34	2585
Accesorios de personalización	25	7	525
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Se menciona lo siguiente; 61 personas indica que tienen preferencias por los Carburadores para motocicleta, 102 personas indican que tienen preferencia por las Llantas pantaneras, 54 personas indican que les gusta los plásticos y carcasas en Gral. 124 personas afirman que tienen preferencia por los Asientos y accesorios en Gral. y finalmente 25 personas indican que les gusta los Accesorios de personalización.

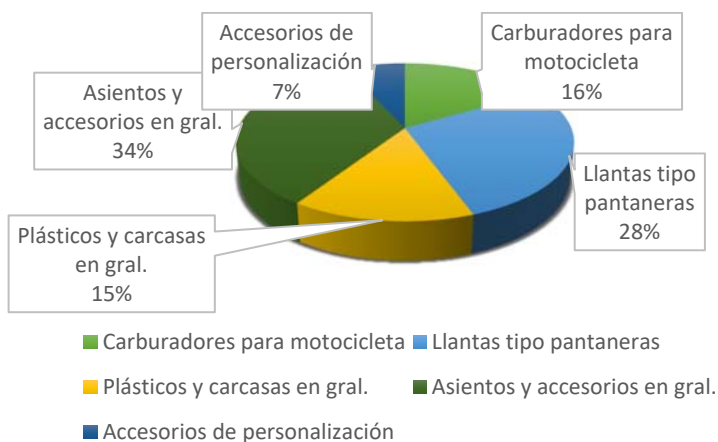


Figura 5 Análisis porcentual de la preferencia de repuestos de los encuestados

Fuente: elaboración propia

El 16% de los encuestados por lo general compran Carburadores, el 28% de los encuestados tiene preferencia por llantas tipo pantaneras, el 15% de los encuestados tiene preferencia por los plásticos y carcasas en general, el 34% de los encuestados tiene preferencia por los asientos y accesorio en general y finalmente, el 7% de los encuestados tiene preferencia accesoria de personalización, lo que permite ver que hay una participación del 100% de los encuestados.

Tabla 5

Preferencia de lugares donde realizan sus compras de repuestos

Detalle	Fi	%	Po
Moto Repuesto Chocotrón	111	30	2322
Comercial Ilda	80	22	1676
Moto Repuesto Daniel	42	11	868
Moto Repuesto Rejas	133	36	2766
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

En este análisis se pretende conocer donde prefieren las personas realizar la compra de sus repuestos, en lo que se tiene el siguiente dato, 111 personas compran los repuestos en la tienda CHOCOTRON, 80 personas compran en el Comercial Ilda, 42 personas prefieren comprar en Moto repuestos Daniel, 133 personas prefieren comprar en tiendas comerciales de repuestos Rejas.

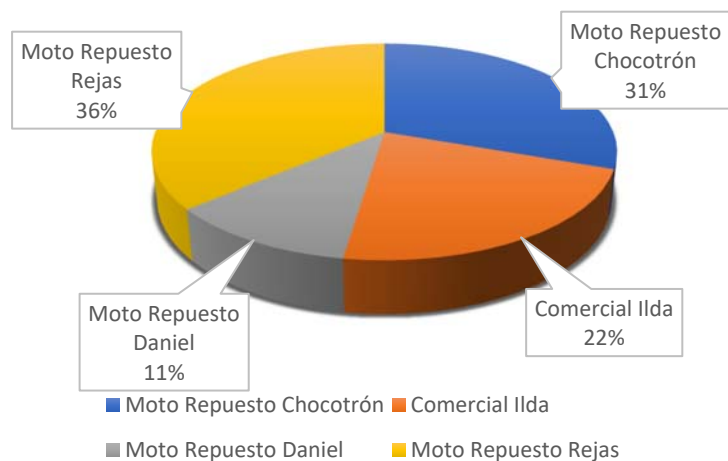


Figura 6 Preferencias de lugares de compra de los clientes

Fuente: elaboración propia

En el análisis porcentual de la preferencia de los lugares donde los clientes compran sus repuestos se tiene la siguiente información, el 31% prefiere realizar sus compras en moto repuesto Chocotrón, el 22% prefiere comprar en moto repuesto Ilda, el 11% en moto repuesto Daniel y finalmente el 36% prefiere realizar sus compras en comercial Rejas.

Tabla 6

¿Qué es lo que busca el cliente al momento de comprar los repuestos?

Detalle	Fi	%	Po
Calidad	73	20	1514
Diseño	60	16	1252
Precio	123	34	2565
Modelo	61	17	1272
Marcas	49	13	1030
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Se logra obtener la información a continuación, 73 personas afirman que lo que buscan es que los repuestos sean de calidad, 60 personas indican que lo que ellos buscan es que el diseño sea atractivo, 123 personas a su vez indican que lo que buscan es que el precio de los repuestos sea económico, mientras que, 61 personas indican que lo que ellos buscan es que haya el modelo que desean comprar y por ultimo 49 personas indican que lo que buscan es que los repuestos sea de marca, independientemente de las otras características que esta pueda tener.

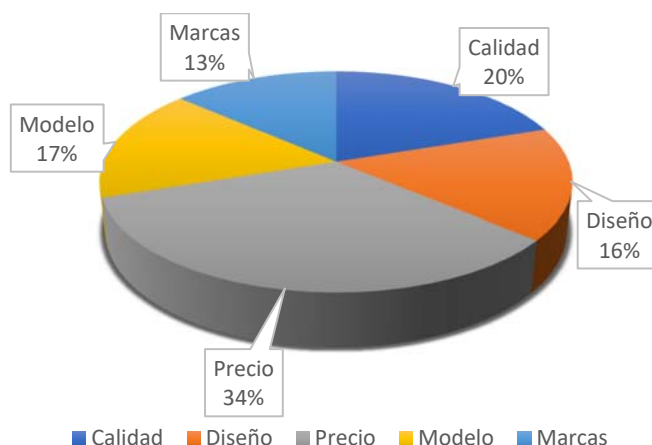


Figura 7 Preferencias al momento de realizar la compra de prendas de vestir

Fuente: elaboración propia

En el análisis porcentual se tiene la siguiente información, el 20% de los encuestados, indica que busca calidad en los repuestos, el 16% afirma que busca que el diseño sea diferente y atractivo de los repuestos, el 34% busca que el precio sea razonable para ellos, el 17% lo que busca es que haya modelos variados y por último el 13% lo que busca es que los repuestos sean de marca.

Tabla 7

Gusta Ud. de personalizar su motocicleta?

Detalle	Fi	%	Po
SI	266	73	5553
NO	100	27	2080
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Se busca conocer de la muestra, si estas personas gustan personalizar sus motocicletas, de lo que 266 personas afirman que sí les gusta, mientras que 100 personas afirmaron que no les gusta personalizar sus motocicletas.

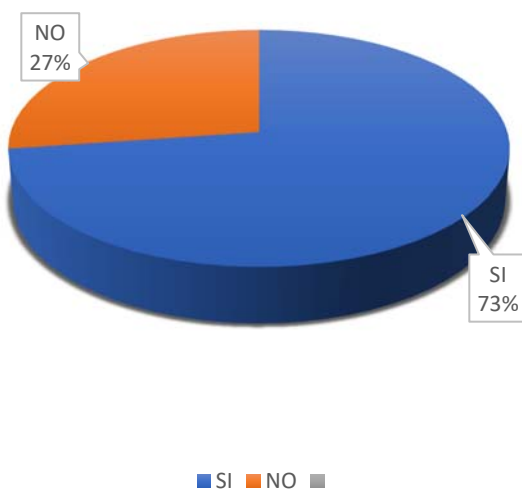


Figura 8 Análisis porcentual sobre si personalizar sus motocicletas

Fuente: elaboración propia

En el análisis porcentual se obtuvo la información a continuación, 73% de los encuestados afirman que si les personalizar sus motocicletas, mientras que el 27% indica que no les gusta personalizar sus motocicletas.

Tabla 8

¿Conoce los nombres de los repuestos para su vehículo?

Detalle	Fi	%	Po
SI	237	65	4947
NO	129	35	2686
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Antes de conocer la intención y frecuencia de compra de los clientes potenciales, es importante determinar si los mismos conocen o saben los repuestos, en lo que se obtuvo la información a continuación, 237 personas afirman que sí conocen los repuestos, mientras que 129 personas no conocen nada al respecto.

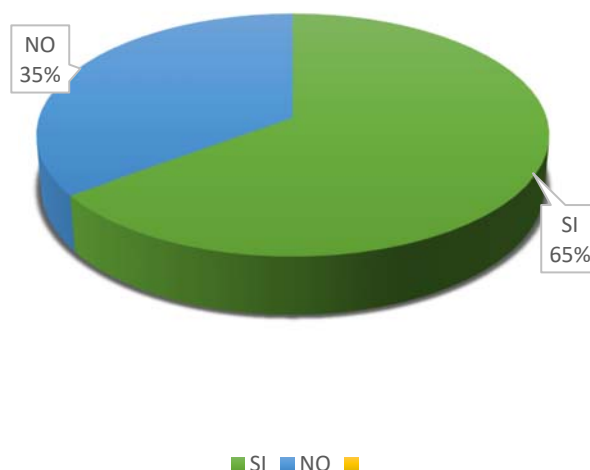


Figura 9 ¿Conoce Ud. los repuestos para su motocicleta?

Fuente: elaboración propia

Se puede apreciar el nivel de conocimiento que las personas encuestadas tienen en cuanto a los nombres de los repuestos para sus propios vehículos, el 65% de los encuestados respondió que sí, conoce los repuestos, mientras que 35% afirma que no tiene ninguna información al respecto, con estas dos variables se puede ver la participación del 100% de la muestra a quienes se aplicó la encuesta digital.

Tabla 9

¿Ha comprado repuestos de procedencia china para su motocicleta?

Detalle	Fi	%	Po
SI	226	62	4705
NO	140	38	2928
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Se plantea esta interrogante para conocer cuál ha sido la experiencia que ha tenido con repuestos de procedencia china, en lo que se obtiene la información a continuación, 140 personas indican que, no han comprado repuestos de procedencia china, mientras que 226 personas si han comprado ningún tipo de repuestos de procedencia china.

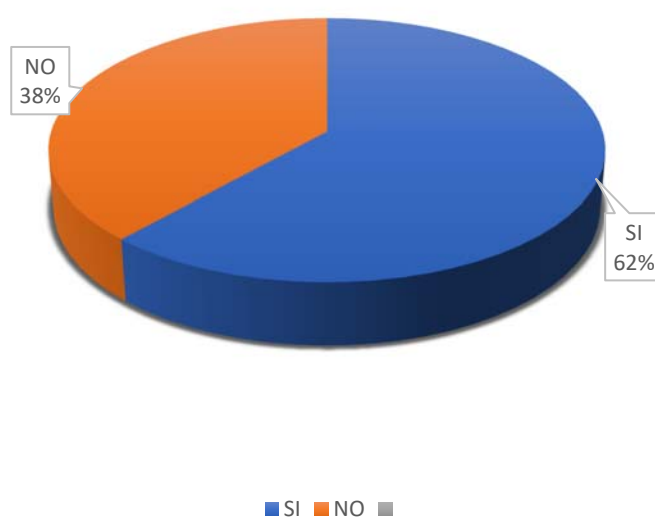


Figura 10 ¿Han tenido la experiencia de haber comprado Repuestos de origen chino?

Fuente: elaboración propia

En el presente análisis se logra obtener la siguiente información, el 38% de los clientes indica que no han comprado repuestos de procedencia china, el 62% de los encuestados afirma que si ha comprado repuestos de procedencia china.

Tabla 10

Opinión de los encuestados en cuanto a los repuestos de procedencia china

Detalle	Fi	%	Po
Me gusta	160	44	3332
Me encanta	107	29	2221
No me gusta	40	11	828
Definitivamente nunca la usaría	60	16	1252
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

La encuesta realizada a la muestra con la finalidad de conocer la opinión personal de cada persona en cuanto a los repuestos de origen o industria china, 160 encuestados afirman que les gustan los repuestos, 107 personas indican que los repuestos, definitivamente les encanta, mientras que 40 personas indica que no les gusta los repuestos chinos y finalmente 60 personas afirmaron que definitivamente nunca usarían los repuestos de industria o procedencia china.

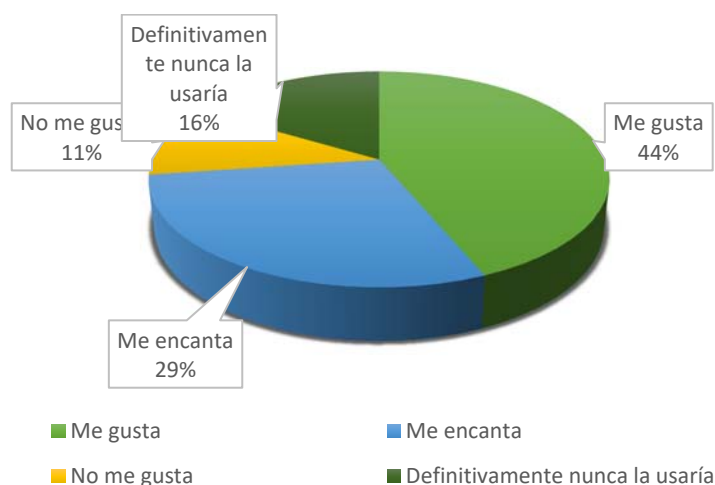


Figura 11 Opinión de los encuestados en relación a los repuestos de origen chino

Fuente: elaboración propia

El 44% de los encuestados indica que los repuestos para motocicletas de origen chino les gusta, mientras que el 29% afirma que los repuestos de origen chino les encanta, a su vez un 11% indica que no les gusta los repuestos de origen chino y el 16% afirma que definitivamente nunca compraría tipo de repuesto de origen chino, con este análisis se logra identificar la participación del 100% de la muestra en la encuesta realizada.

Tabla 11

Intención de compra de los repuestos que comercializa la empresa

Detalle	Fi	%	Po
SI	265	72	5533
NO	101	28	2100
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Se plantea esta interrogante en la encuesta realizada a fin de conocer la intención de compra de los clientes potenciales de la empresa, con lo que se tiene el siguiente dato; 265 personas afirman que si estarían dispuestas a comprar los repuestos, mientras que 101 personas indican que definitivamente no comprarían los repuestos.

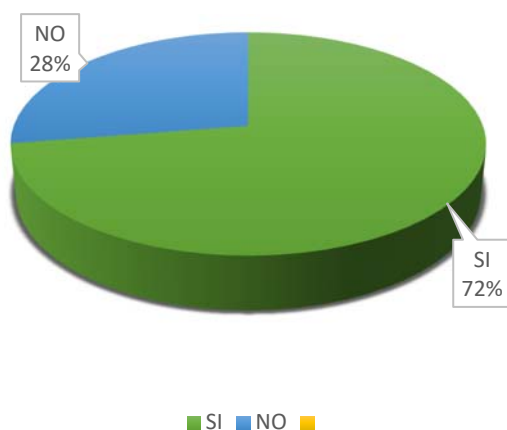


Figura 12 Intención de compra, dato obtenido de la muestra

Fuente: elaboración propia

En el análisis porcentual se determina que; 72% de las personas encuestadas indican que si comprarían el repuesto que la empresa les ofertara, mientras que el 28% afirmó que no compraría este tipo de repuesto con lo que se puede concluir que hubo una participación del 100 de la muestra.

Tabla 12

Frecuencia de compra de los repuestos para motocicleta en la empresa

Detalle	Fi	%	Po
1 pieza de repuesto cada mes	73	20	1514
1 pieza de repuesto cada dos mes	105	29	2181
1 piezas de repuesto cada tres meses	60	16	1252
1 piezas de repuesto cada seis meses	102	28	2120
1 pieza repuesto al año	27	7	565
<b>TOTAL</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la frecuencia de compra y la cantidad de los productos se tiene la siguiente información, 73 personas indican que comprarían 1 pieza de pieza de repuesto para motocicleta cada 15 días, 105 personas comprarían tres piezas de pieza de repuesto para motocicleta al mes, mientras que 60 personas indican que, comprarían 3 piezas de pieza de repuesto para motocicleta cada dos meses, 102 personas comprarían 4 piezas de pieza de repuesto para motocicleta cada seis meses y finalmente 27 personas comprarían al menos un pieza una vez al año.

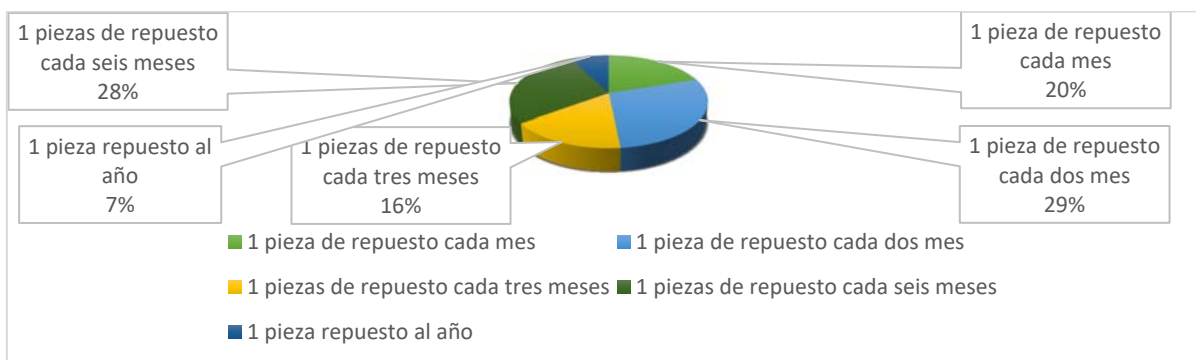


Figura 13 Frecuencia y cantidad de repuestos a comprar de forma mensual

Fuente: elaboración propia

El 20% de los encuestados afirma que compraría una pieza de repuesto para motocicleta cada quince días, el 29% indica que compraría tres piezas de pieza de repuesto para motocicleta al mes, mientras que el 16% indica que compraría 3 piezas de pieza de repuesto para motocicleta cada dos meses, el 28% indica que compraría 4 piezas de pieza de repuesto para motocicleta cada seis meses y por último el 7% afirma que compraría una pieza de repuesto para motocicleta al año.

Tabla 13

Posibilidad de pago de los clientes sobre los productos

Detalle	Fi	%	Po
40 a 60 Bs	82	22	1716
70 a 90 Bs	80	22	1676
100 a 120 Bs	99	27	2060
130 a 150 Bs	60	16	1252
Más de 160 Bs	45	12	929
<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>100</b>	<b>7633</b>

Fuente: elaboración propia

Se plantea esta interrogante a fin de conocer cuál es la posibilidad que tienen los clientes potenciales de pagar un precio razonable por los repuestos para motocicleta que la empresa ofrece. Se tiene entonces, 82 personas indican que pueden pagar de 40 a 60 bolivianos por prenda, 80 personas afirman que pueden pagar de 70 a 90 bolivianos por repuesto para la motocicleta, 99 personas afirman que pueden pagar de 100 a 120 bolivianos por los repuestos, mientras que 60 personas mencionan que pueden pagar de 130 a 150 bolivianos por los repuestos de motocicleta, y finalmente tan solo 45 personas indican que pueden pagar más de 160 bolivianos por los repuestos según la calidad y el tipo de producto requerido.

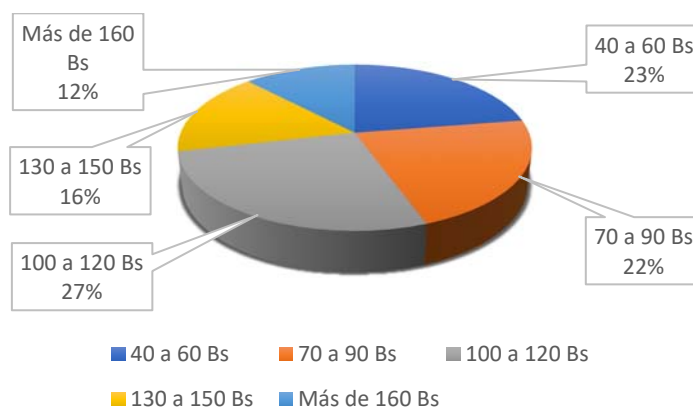


Figura 14 Posibilidad de pago según el producto

Fuente: elaboración propia

El 23% de los encuestados, indica que está dentro de sus posibilidades pagar entre 40 a 60 Bs. Asimismo el 22% afirma que puede pagar entre 70 a 90 bolivianos, el 27% puede pagar entre 100 a 120 bolivianos, el 16% afirma que puede pagar entre 130 a 150 bolivianos y solamente un 12% de los encuestados indica que puede pagar más de 160 bolivianos.

### 4.3.1. Demanda proyectada

Tabla 14

*Demanda proyectada por piezas de repuestos*

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Tasa de crecimiento anual (INE)</b>
<b>Año 1</b>	41073	6,50%
<b>Año 2</b>	43743	6,50%
<b>Año 3</b>	46586	6,50%
<b>Año 4</b>	49614	6,50%
<b>Año 5</b>	52839	6,50%

Fuente: elaboración propia

La demanda proyectada de la empresa comercializadora de repuestos para motocicleta es de, 41.073 piezas de repuestos para el primer año, asimismo esta se va incrementando en un 6.5% que es la tasa de crecimiento poblacional, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Datos tabulados en base a la frecuencia de compra establecidos en la encuesta y plasmados en la tabla N° 12.

### 4.4. Competencia y oferta en el mercado

En el municipio de Puerto Rico, existe un numero pequeño de puestos de ventas que se dedican a la comercialización de repuestos para motocicleta, vale decir por lo general comercializan un producto determinado o en su defecto son talleres de mecánica que tienen una mini tienda de repuestos o cambio de aceites, sin embargo, se logra identificar a los que se considera son los más importantes por su participación en el mercado local.

Tabla 15

*Competencia y oferta proyectada*

<b>Tienda</b>	<b>O M</b>	<b>O P</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Moto Repuesto Chocotrón	25	300	300	320	340	362	386
Moto Repuesto Ilda	20	240	240	256	272	290	309
Moto Repuesto Daniel	15	180	180	192	204	217	232
Comercial Rejas	30	360	360	383	408	435	463
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>1080</b>	<b>1080</b>	<b>1150</b>	<b>1225</b>	<b>1305</b>	<b>1389</b>

Fuente: elaboración propia

Las principales empresas de la localidad de Puerto Rico, que son consideradas como competencia de la empresa, ya que son las que constantemente actualizan sus inventarios en función a la demanda actual de los repuestos más buscados y que suelen variar por las diferentes épocas del año, entonces son consideradas como competencia; todos los datos establecidos en la tabla 15 son plasmados de acuerdo a los resultados de las encuestas como se demuestra en el anexo 5.

#### 4.5. Demanda insatisfecha

Tabla 16

*Demanda insatisfecha proyectada de la empresa*

<b>Años</b>	<b>Demanda proyectada</b>	<b>Oferta proyectada</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
1	41073	1080	-39993
2	43743	1150	-42592
3	46586	1225	-45361
4	49614	1305	-48309
5	52839	1389	-51449

Fuente: elaboración propia

Resulta de la diferencia entre la demanda proyecta y la oferta proyectada en el mercado, por lo tanto, se tiene como datos que la demanda insatisfecha proyectada del año uno de la vida útil del proyecto es de 39.993 que será la base para realizar la debida proyección.

#### 4.6. Proveedores

Se contará con las siguientes distribuidoras de Bolivia, para lo que se prevee que todas las empresas proveedoras cumplan estrictamente con las ordenes de pedidos que sean requeridas por la empresa “RODRIGUEZ” en la localidad de Puerto Rico en el departamento Pando.

Tabla 17

*Proveedores de la empresa*

<b>Empresas</b>	<b>Dirección</b>	<b>País</b>
Lubri motor	Santa cruz	Bolivia
Comercial Carlitos	Riberalta	Bolivia
Beisite	Santa cruz	Bolivia

Fuente: elaboración propia

## 5. ESTRATEGIA DE MERCADEO

### 5.1. Matriz F.O.D.A.

Tabla 18

Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Equipos</li><li>• Conocimiento en el rubro de moto repuestos</li><li>• Repuestos y accesorios en general de calidad</li><li>• Ubicación estratégica de la empresa.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demanda existente para el producto dentro del mercado local.</li><li>• Creciente demanda de repuestos y accesorios, proyecta una demanda alta para los próximos años de vida del proyecto.</li><li>• Innovación en los procesos de comercialización y entrega de los productos.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresa nueva en el mercado de Puerto Rico en el departamento Pando</li><li>• Carencia de estrategias de comercialización</li><li>• Acceso limitado a las tecnologías de información y comunicación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Factor climatológico en temporada de lluvias complica el acceso a nuestra localidad por el mal estado de las carreteras.</li><li>• Inseguridad política para las empresas del sector privado.</li><li>• Caída del precio de la castaña como materia prima de la zona.</li></ul>

Fuente: elaboración propia

#### 5.1.1. Análisis de la matriz F.O.D.A.

##### 5.1.1.1. Fortalezas

- equipos propios, la empresa comercializadora de repuestos en general, cuenta con los recursos necesarios para adquirir los equipos que son de propiedad de la empresa y que a su vez que son necesarios e indispensables para la operación de la empresa.

- Conocimiento en el rubro de la comercialización de repuestos en general para motocicleta, si bien el mercado existe muchos modelos y marcas de motocicletas, etc. Se cuenta con la experiencia suficiente de 4 años para la comercialización de los repuestos en general en el municipio de Puerto Rico.
- Repuestos de calidad y finos acabados, desde luego que la imagen de la empresa será la calidad de los diferentes productos que se comercializan, entonces se garantiza a los clientes potenciales de la empresa, repuestos de calidad que sean originales en cuanto a modelos y diseños.
- Ubicación estratégica de la empresa en el mercado local, se tiene previsto como lugar estratégico de la empresa la zona central y muy concurrida que tiene gran afluencia de personas que existe en este sector debido a que es la parte más comercial.

### **5.1.2. Oportunidades**

- Demanda existente para los productos que se comercializan en la empresa dentro del mercado local, después de haber realizado el estudio de mercado y determinar que existe demanda para los productos que se proponen agregando valor, y que además existe una oferta y demanda muy significativa.
- Creciente demanda, proyecta una creciente demanda para los próximos años de vida útil del proyecto, a razón de que las personas cada vez más pueden acceder a la compra de una motocicleta.
- Innovación en los procesos de comercialización de los repuestos y accesorios en general, desde luego que todas las personas que sean parte de la empresa deben estar bajo los lineamientos de que el motor de vida de la empresa es la comercialización del producto, por tanto, se debe buscar formas y estrategias de lograr los objetivos en venta y su comercialización.

### **5.1.3. Debilidades**

- Empresa nueva en el mercado de Puerto Rico, si bien existen pocos puestos de venta de repuesto en el rubro, se debe tomar en consideración como una debilidad de la empresa.

- Carencia de estrategias de comercialización, se pretende diseñar las estrategias más adecuadas a la empresa y al rubro que esta se dedicará.
- Acceso limitado a las tecnologías de información y comunicación, por ser una localidad en etapa de desarrollo, que aún no cuenta con la facilidad de adquirir tecnologías.

## **5.2. Filosofía empresarial**

### **5.2.1. Misión**

Ofrecer a la población productos de calidad y mejor precio con las garantías necesarias para el funcionamiento mecánico y electrónico de las motocicletas, contribuyendo a mejorar la calidad de vida y al desarrollo de la población local, departamental y nacional.

### **5.2.2. Visión**

Ser una empresa líder, comercializadora de repuestos en general para motocicleta, reconocida en la localidad de Puerto Rico, en el departamento Pando, con la aplicación de un sistema innovador en la comercialización de los repuestos en general.

### **5.2.3. Valores**

**Respeto**, es uno de los más importantes dentro del ambiente laboral, hacia el colega de trabajo, hacia el cliente, hacia los proveedores, donde el cliente sienta que recibe buen trato volverá siempre.

**Innovación**, En todo emprendimiento, negocio o empresa legalmente constituido este es un valor que no se puede ni se debe descuidar, el hecho de innovar en aspectos pequeños, los clientes valoran puede ser que se innove en un proceso de compra, o entrega de un producto y se genera valor al cliente.

**Honestidad**, Los clientes y público en general valoran mucho lo cuando una persona o cuando una empresa es honesta con ellos, al momento de realizar una compra y esto genera una mayor probabilidad de que dicho cliente, recomiende la empresa.

**Responsabilidad**, Responsabilidad en la entrega de los productos que los clientes compran, asimismo en la calidad del servicio y cumplimiento de los plazos establecidos para entregas de pedidos.

### 5.3. Estrategia genérica

La empresa logrará insertar una estrategia que ayuda a posicionarla en el mercado y lograr el objetivo en la comercialización de los repuestos para motocicleta en general en la localidad de Puerto Rico, y que como se conoce en el mercado al que se ingresa, existen pocos comercios informales, por ello es que se ha optado por la estrategia de diferenciación, ya que esta estrategia demanda que se proponga algo diferente o nuevo partiendo desde las instalaciones en la que la empresa va a operar, hasta los productos y la calidad de los que mismo que es en lo que los clientes más se fijan y valoran los cliente.

### 5.4. Estrategia competitiva

#### 5.4.1. Estrategia líder de mercado

La empresa “RODRIGUEZ”, desde el inicio de sus actividades tiene como objetivo liderar con en el mercado de la localidad de Puerto Rico, por tal motivo se elige esta estrategia como parte de un plan de acción que tiene que ser medido y controlado de forma periódica para lograr con el objetivo el cual es convertirse en el líder de mercado, en el rubro de la comercialización de repuestos para motocicleta.

### 5.5. Estrategia de marketing

#### 5.5.1. Precio

El precio de los diferentes productos que se comercializan en la empresa es fijado en función al tamaño de la capacidad operativa o tamaño del proyecto y los costos de inversión de los repuestos totales para determinar inicialmente un costo de comercialización y a este sumarle un margen de utilidad deseada para finalmente determinar el precio de venta del producto, de acuerdo a la formula:  $\text{Precio de venta} = \text{Precio unitario} / (1 - \text{Margen de Utilidad})$ .

Tabla 19

Margen de precio y utilidad

Nº	Descripción	Inversión total	Venta total
1	Repuestos en general	Bs 476.897	Bs 938.035

Fuente: elaboración propia

### 5.5.2. Producto

Las piezas y repuestos en general para motocicleta son variados, esto se debe a la gran cantidad de marcas y modelos de motocicleta que existen, sin embargo se tiene conocimiento de que hay algunos repuestos que son universales y se pueden adaptar a otras motocicletas, entre los productos más destacados que las personas buscan para sus motocicletas y los que la empresa comercializa, se mencionan los siguientes, aros para motos de hombre y de mujer en tipo magnéticos, bujías, carburadores, plásticos o carcasas en general, faroles, frenos, balatas, cilindros, anillas, pistones filtros para gasolina, filtros de aire, chapas, candados amortiguadores asientos, forros para asientos en general, calcomanías, a fin de que los clientes puedan personalizar sus motocicletas.

Los productos que se comercializan en la empresa “RODRIGUEZ”, son variados ya que son muchos repuestos en general, así como también accesorios para motocicletas de todas las marcas, considerando que existen diferentes tipos de marca de motocicletas



*Figura 15* Repuestos para motocicletas,

Fuente: Googleimages.com.bo



*Figura 16* Repuestos para motocicletas en general,

Fuente: Googleimages.com.bo

### 5.5.3. Plaza

La empresa “RODRIGUEZ”, ha previsto lugar estratégico para la instalación de la misma ya que este aspecto es de vital importancia para determinar el éxito en la comercialización de repuestos para motocicletas en general, se cree que por la gran afluencia de personas en esta zona y porque se tiene conocimiento de que el comercio es más fluido en esta zona se ha elegido la avenida principal Alberto Sáenz Klinski a la altura del colegio La Salle frente a ferretería Doña Elena, entre la empresa los clientes finales no existirá un intermediario, o sea que la relación será directa entre el cliente y la empresa.

### 5.5.4. Promoción

La empresa “RODRIGUEZ”, como indica en su visión, no dejará de lado la importancia de la innovación a fin de realizar diversas promociones como ser:

- Las promociones de precio, este tipo de promoción consiste en realizar algunas reducciones en los precios entre el 1% y 2% sobre el total de las ventas que realicen los clientes de la empresa a fin de atraer más clientes nuevos y fidelizar a los que la empresa tiene. Las promociones de cantidad, este tipo de promoción, se realiza cuando un cliente nuevo o antiguo, de la empresa realiza una compra de mínimo cinco ítems o repuestos para motocicleta dentro de los ambientes de la empresa, por lo que se le realiza un descuento especial del 5%. Las promociones por tipos de pago, esta promoción será válida únicamente para personas que realicen el pago de sus compras pagando en efectivo directamente en cajas.
- **WhatsApp Business**



*Figura 17* Cuenta de WhatsApp Bussiness de la Empresa “RODRIGUEZ”

Fuente: <https://firmadocumentos.es/whatsapp-business-ventajas/>

Esta herramienta será utilizada para filtrar a los clientes que, si están interesados en realizar sus compras de forma virtual además que es una de las mensajerías más populares para realizar ventas, sin embargo, la empresa publicará sus catálogos para más facilidad para el cliente.

- **Página de Facebook**



*Figura 18* Cuenta de Facebook de la Empresa “RODRIGUEZ”

Fuente: <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>

De igual manera la empresa cuenta con una página de Facebook para interactuar con sus clientes y promocionar los productos como para anunciar los eventos y promociones que la empresa tenga según corresponda, desde esta página también el cliente podrá comprar online.

- **Página de Instagram**

“RODRIGUEZ”, tiene como objetivo principal llegar a todos sus clientes a través de las diferentes plataformas digitales y mensajerías, con grupos y comunidades a fin de mantener informado a sus clientes y lograr un alcance efectivo, es por ello por lo que realizará la inversión en un presupuesto de marketing que le ayude a lograr con los objetivos de la empresa, creando una página de Instagram.

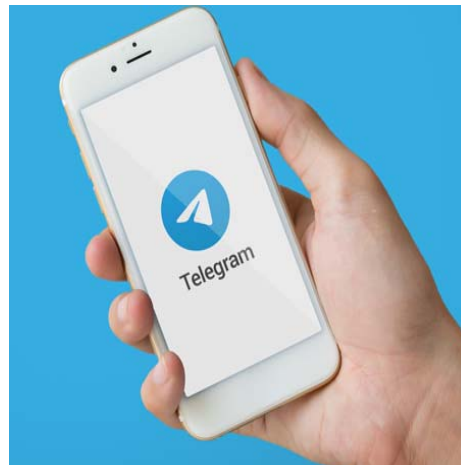


*Figura 19* Cuenta de Instagram de la Empresa “RODRIGUEZ”

Fuente: <https://www.elmundo.es/tecnologia/2022/10/31/635fd78821efa0d72d8b45c7.html>

- **Telegram**

De igual manera para ampliar sus comunidades la empresa tiene una cuenta de Telegram, en la que se publicará los catálogos y se añadirá la opción para que los clientes puedan realizar sus compras de forma online, para más comodidad y una mejor experiencia, lo que busca la empresa es tener una amplia base de datos para lograr mayores volúmenes de ventas, para ello también utilizará su cuenta de Telegram.



*Figura 20* Cuenta de Telegram de la Empresa “RODRIGUEZ”

Fuente: <https://depor.com/depor-play/tecnologia>

## 5.6. Marca logotipo y slogan



*Figura 21* Marca, Logotipo y Slogan de la empresa comercial

Fuente: Elaboración propia

### 5.6.1. Marca

La marca de la empresa es; “RODRIGUEZ”, este es el nombre por el cual la empresa será identificada en el mercado local, ya que va ser una empresa manejada netamente por integrantes de esta, se le ha seleccionado por este nombre, debido a que también es un nombre que en la localidad si se obtiene cierto realce con respecto al conocimiento a cerca de las motocicletas y sus repuestos que puede ayudar a la empresa con este rubro.

### 5.6.2. Logotipo

El logotipo de la empresa “RODRIGUEZ” se compone por un panel de color naranja que identifica la innovación, accesibilidad, amistad, que es uno de los colores básicos que identifica a este este rubro, asimismo para contrastar el fondo del panel se utiliza un color negro que da realce a la exclusividad, calidad elegancia y estatus, que también identifica a este rubro el cual es la comercialización de repuestos para motocicleta en el centro se aprecia la parte horizontal de una motocicleta y también accesorios de la misma, que indica el rubro al que se dedica la empresa.

### 5.6.3. Slogan

El slogan es una frase corta e impactante para los clientes de la empresa, donde hace mención a la marca de la empresa “¡garantía en repuesto...!” la empresa cree que este slogan es el que ayudara al posicionamiento en el mercado.

## 5.7. Presupuesto de marketing

Tabla 20

*Presupuesto de Marketing de la empresa*

Concepto	Costos anuales de comercialización									
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Volante	Bs	1.750,00	Bs	1.863,75	Bs	1.984,89	Bs	2.113,91	Bs	2.251,32
vallas publicitarias	Bs	1.200,00	Bs	1.278,00	Bs	1.361,07	Bs	1.449,54	Bs	1.543,76
<b>Total</b>	<b>Bs</b>	<b>2.950,00</b>	<b>Bs</b>	<b>3.141,75</b>	<b>Bs</b>	<b>3.345,96</b>	<b>Bs</b>	<b>3.563,45</b>	<b>Bs</b>	<b>3.795,08</b>

Fuente: Elaboración propia

Se tiene como dato importante para el presupuesto de marketing, el mismo que asciende a un total de 2.950 bolivianos que son necesarios para el área comercial de la empresa y de esta

forma lograr el posicionamiento a través de las diferentes plataformas y redes sociales para lograr las ventas deseadas de los repuestos en general para motocicleta, en la localidad de Puerto Rico.

## **6. ANÁLISIS INDUSTRIAL DEL MERCADO**

Dentro de lo que es el análisis industrial del mercado ante la propuesta del proyecto para comercialización de repuestos en general para motocicleta en la localidad de Puerto Rico, ha tenido momentos importantes a lo largo de la historia, que han contribuido al desarrollo y consolidación de lo que en la actualidad es la economía local del municipio de Puerto Rico en el departamento Pando. un factor importante que ha sido fundamental en este proceso de desarrollo y consolidación ha sido la migración de extranjeros del vecino país de Brasil, así como también los comerciantes que han llegado desde el interior del país y se han establecido en el municipio de Puerto Rico y que hoy a la fecha continúan trabajando por el desarrollo.

Así mismo se puede identificar claramente que el sector industrial del mercado Pandino es escaso, las razones pueden ser muchas, sin embargo lo que resalta y el sector que hace que la economía se mueva en el departamento y más propiamente en el municipio de Puerto Rico es justamente el sector comercial y los gremialistas que lo componen, es por ello que es importante mencionar que al rubro al que se quiere dedicar la empresa se encuentra entre los mayores generadores de utilidades del sector y del país, y se los considera como los que más efectivo mueven de forma anual, no se deja de lado la competencia que existe sino que se lo toma como una referencia para tener en claro que tipo de estrategias son las que se deben implementar para alcanzar los objetivos deseados.

Es importante mencionar que las motocicletas son el medio de transporte más utilizado por la población tomando en cuenta que la oferta de repuestos de vehículos especialmente de 2 ruedas son escasas, debiendo ser adquiridas en otra ciudad, afectando e incrementado los gastos de adquisición, por ser vehículos más utilizados en el uso laboral, los repuestos son adquiridos con mayor frecuencia.

## 7. ANÁLISIS OPERATIVO

Se detalla dos elementos que son importantes para la comercialización de repuestos para motocicleta en general en la localidad de Puerto Rico, como ser los recursos humanos y la inversión en equipos y maquinarias.

### 7.1. Recursos humanos administrativos

Tabla 21

Recursos humanos administrativos de la empresa

Descripción del cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Total, anual	Beneficios		Obligaciones			Total
				Aguinaldo	CNS	Aporte Solidario	AFPs	F V S	
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>									
Gerente Propietario	1	Bs4.500,00	Bs54.000,00	Bs4.500,00	Bs5.400,00	Bs1.620,00	Bs923,40	Bs1.080,00	Bs67.523,40
Asistente Administrativo	1	Bs2.500,00	Bs30.000,00	Bs2.500,00	Bs3.000,00	Bs900,00	Bs513,00	Bs600,00	Bs37.513,00
<b>Sub total</b>	<b>2</b>	<b>Bs7.000,00</b>	<b>Bs84.000,00</b>	<b>Bs7.000,00</b>	<b>Bs8.400,00</b>	<b>Bs2.520,00</b>	<b>Bs1.436,40</b>	<b>Bs1.680,00</b>	<b>Bs105.036,40</b>

Fuente: Elaboración propia

Se tiene como dato, que, en lo que concierne a los recursos humanos administrativos la empresa va a requerir un total de 2 administrativos.

La cual el monto requerido para los recursos humanos administrativos es de bolivianos 105.036,40 para el año uno de la vida útil del proyecto para comercialización de repuestos en general para motocicleta en la localidad de Puerto Rico

### 7.2. Recursos humanos operativos

Tabla 22

Recursos humanos operativos de la empresa

Descripción del cargo	Cantidad	Sueldo Mensual	Total, anual	Beneficios		Obligaciones			Total
				Aguinaldo	CNS	Aporte Solidario	AFPs	F V S	
<b>AREA DE PRODUCCION</b>									
Vendedor 1	1	Bs2.700,00	Bs32.400,00	Bs2.700,00	Bs3.240,00	Bs972,00	Bs554,04	Bs648,00	Bs40.514,04
Cajero	1	Bs2.700,00	Bs32.400,00	Bs2.700,00	Bs3.240,00	Bs972,00	Bs554,04	Bs648,00	Bs40.514,04
<b>Sub total</b>	<b>2</b>	<b>Bs5.400,00</b>	<b>Bs64.800,00</b>	<b>Bs5.400,00</b>	<b>Bs6.480,00</b>	<b>Bs1.944,00</b>	<b>Bs1.108,08</b>	<b>Bs1.296,00</b>	<b>Bs81.028,08</b>

Fuente: Elaboración propia

Los recursos humanos administrativos que la empresa va a requiere, es un total de 2 para el área operativa, La cual el monto requerido para los recursos humanos operativos es de bolivianos 81.028,08 para el año uno de la vida útil del proyecto para comercialización de repuestos y accesorios en la localidad de Puerto Rico.

### 7.3. Necesidad de equipos y maquinarias

Tabla 23

*Equipos y maquinarias de uso para la empresa*

Descripción		Cantidad	Precio Unitario	costo en Bs
<b>CONSTRUCCION CIVIL</b>	<b>Adecuacion</b>	<b>1</b>	<b>Bs 45.000,00</b>	<b>Bs 45.000,00</b>
	Calculadora tipo Cash	1	Bs 7.000,00	Bs 7.000,00
	Caja fuerte	1	Bs 700,00	Bs 700,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	Cámaras de seguridad	4	Bs 1.800,00	Bs 7.200,00
	Mostradores colgantes	8	Bs 90,00	Bs 720,00
	Ventiladoras	2	Bs 200,00	Bs 400,00
	Escritorio	1	Bs 500,00	Bs 500,00
<b>Muebles y enseres</b>	Estantes	4	Bs 400,00	Bs 1.600,00
	Vitrinas	2	Bs 1.200,00	Bs 2.400,00
	Juego de mesa y silla	2	Bs 900,00	Bs 1.800,00
<b>Vehículo</b>	Motocicleta	1	Bs 21.500,00	Bs 21.500,00
<b>Equipo de cómputo</b>	Computadora	1	Bs 5.200,00	Bs 5.200,00
	Impresoras	1	Bs 1.600,00	Bs 1.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>Bs 95.620,00</b>

Fuente: Elaboración propia

La comercialización de repuesto para motocicleta en la localidad de Puerto Rico, Pando, se tiene un dato en cuanto a equipos, máquinas requeridas para la operación de la empresa.

La cual el monto requerido para los equipos y maquinarias es de bolivianos 95.620,00 para el año uno, para comercialización de repuestos para motocicleta en general en la localidad de Puerto Rico, en el departamento Pando

#### 7.4. Administración, operación y mantenimiento

Estos recursos son destinados exclusivamente para el pago de todos los servicios básicos, entre otros, que son indispensables para la empresa, para que esta pueda operar a cabalidad dentro del rubro al que se dedica.

Tabla 24

*Administración operación y mantenimiento para la empresa*

Concepto	Costos anuales de Administración									
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Energía eléctrica	Bs	6.600,00	Bs	7.029,00	Bs	7.485,89	Bs	7.972,47	Bs	8.490,68
Alquiler	Bs	420,00	Bs	447,30	Bs	476,37	Bs	507,34	Bs	540,32
internet	Bs	1.800,00	Bs	1.917,00	Bs	2.041,61	Bs	2.174,31	Bs	2.315,64
material de oficina	Bs	2.400,00	Bs	2.556,00	Bs	2.722,14	Bs	2.899,08	Bs	3.087,52
Sueldos administrativos	Bs	105.036,40	Bs	111.863,77	Bs	119.134,91	Bs	126.878,68	Bs	135.125,79
<b>Total</b>	Bs	116.256,40	Bs	123.813,07	Bs	131.860,92	Bs	140.431,87	Bs	149.559,95

Fuente: Elaboración propia

Se detalla en la tabla número 24 de operación y mantenimiento, los gastos en los que se va a incurrir, dentro de la empresa comercializadora de repuestos para motocicleta en general en la localidad de Puerto Rico en el departamento Pando.

## 8. ANÁLISIS FINANCIERO

### 8.1. Inversión Fija

La inversión fija son todos aquellos bienes tangibles de uso, que la empresa adquiere para operar dentro del mercado de Puerto Rico, Pando.

Tabla 25

*Inversión fija*

	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	costo en Bs
<b>CONSTRUCCION</b>	Adecuación	1	Bs 45.000,00	Bs 45.000,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	Calculadora tipo Cash	1	Bs 7.000,00	Bs 7.000,00
	Caja fuerte	1	Bs 700,00	Bs 700,00
	Cámaras de seguridad	4	Bs 1.800,00	Bs 7.200,00
	Mostradores colgantes	8	Bs 90,00	Bs 720,00
	Ventiladoras	2	Bs 200,00	Bs 400,00
<b>Muebles y enseres</b>	Escritorio	1	Bs 500,00	Bs 500,00
	Estantes	4	Bs 400,00	Bs 1.600,00
	Vitrinas	2	Bs 1.200,00	Bs 2.400,00
	Juego de mesa y silla	2	Bs 900,00	Bs 1.800,00
<b>Vehículo</b>	Motocicleta	1	Bs 21.500,00	Bs 21.500,00
<b>Equipo de cómputo</b>	Computadora	1	Bs 5.200,00	Bs 5.200,00
	Impresoras	1	Bs 1.600,00	Bs 1.600,00
<b>TOTAL</b>				<b>Bs 95.620,00</b>

Fuente: Elaboración propia

### 8.2. Inversión Diferida

Tabla 26

*Inversión Diferida*

Descripción	costo en Bs
Constitución de la empresa	Bs 2.500,00
Montaje	Bs 1.200,00
Instalación	Bs 2.500,00
Capacitación	Bs 1.000,00
licencia de funcionamiento	Bs 650,00
	<b>Bs 7.850,00</b>

Fuente: Elaboración propia

### 8.3. Capital de trabajo

Tabla 27

*inversión en productos para la comercialización de la empresa*

Descripción	Cant. mensual	Precio Unit (Bs)	Cantidad Anual	Precio Total	Precio de venta	Total Ing.
batería seca deportiva 12n9l 135*75*129	3	130	36	4680	186	6686
batería seca cg150 12n6.5l 139*66*103	3	100	36	3600	182	6545
batería seca yb5l-b biz 139*66*103	3	95	36	3420	173	6218
carcasa de farol cgl	2	7	24	168	13	305
farol de vidrio haojin cgl	5	45	60	2700	82	4909
guiñadores cgl haojin	5	15	60	900	27	1636
guiñadores cgl haojin	5	18	60	1080	33	1964
guiñadores ax100	5	20	60	1200	36	2182
stop cgl	5	20	60	1200	36	2182
stop led cgl	5	48	60	2880	87	5236
stop biz china biz125	5	46	60	2760	84	5018
Guarda barro delantero metalico cgl	6	40	72	2880	73	5236
Guarda barro delantero cgl/haojin	6	60	72	4320	109	7855
Guarda barro delantero metálico ax100	6	35	72	2520	64	4582
Lateral cgl	4	50	48	2400	91	4364
lateral original cgl	4	50	48	2400	91	4364
lateralcg125	4	40	48	1920	73	3491
raveta con stop rojo negro azul cgl	2	75	24	1800	136	3273
guardabarro trasero cgl	2	15	24	360	27	655
protector de puño brozz	2	38	24	912	69	1658
protector de puño cgl150	3	38	36	1368	69	2487
mascara biz	2	115	24	2760	209	5018
aletas de tanque gy250 brozz moderna	2	55	24	1320	100	2400
aletas de tanque brozz antigua	3	50	36	1800	91	3273
Faldon biz125	3	83	36	2988	151	5433
retenes de telescopio cgl 31-43-10.5	2	4	24	96	7	175
retenes de telescopio cgl 30-40.5-10.5	2	4	24	96	7	175
telescopio a disco largo cgl	3	270	36	9720	360	12960
telescopio a disco gy250	3	250	36	9000	333	12000
telescopio a balata pasador cgl 12mm cgl	4	250	48	12000	333	16000
telescopio a balata y disco pasador 12mm cgl	3	270	36	9720	360	12960
telescopio balata biz 110	2	170	24	4080	227	5440
manubrio plomo con barra cgl	2	30	24	720	60	1440
manubrio negro con barra cgl	2	30	24	720	60	1440
manubrio alto protaper	2	88	24	2112	176	4224
aumento corto de manubrio 5cm	2	38	24	912	63	1520
manubrio con aumento 10cm largo completo	3	170	36	6120	309	11127
chapa de contacto cgl	2	20	24	480	40	960
chapa de contacto haojin negro cgl 150	3	20	36	720	40	1440
chapa y tapa redonda de tanque cgl	3	55	36	1980	100	3600
chapa de contacto ax100	4	25	48	1200	45	2182
chapa de contacto con chapa de asiento wave 110	3	35	36	1260	64	2291
pisadera trasera suelta cgl	2	12	24	288	30	720

pisadera trasera gn125	2	11	24	264	28	660
pisadera trasera aluminio en125	2	35	24	840	64	1527
goma pisadera delantera cgl	3	6	36	216	15	540
pisadera central redonda lateral y resortes biz125	3	35	36	1260	70	2520
pisadera central plana lateral y resorte biz 135	3	46	36	1656	92	3312
pisadera central más parador lateral y resortecg125	3	38	36	1368	76	2736
parador central cgl	2	32	24	768	64	1536
parador central biz 125	2	28	24	672	56	1344
parador central biz100	3	37	36	1332	74	2664
resorte de freno biz125 (1000/caja)	2	1	24	24	5	120
resorte de parador 17-105mm cg	2	1	24	28,8	6	144
resorte de freno cgl 9-90mm	3	1	36	36	5	180
carburador con bomba cgl150	3	70	36	2520	156	5600
Carburador biz125	3	65	36	2340	144	5200
Carburador cg150	3	63	36	2268	140	5040
Carburador cg250	3	65	36	2340	217	7800
Carburador titan/xr150l	3	100	36	3600	250	9000
Carburador cb1	3	95	36	3420	211	7600
carburador wave	3	105	36	3780	233	8400
reparo de carburador cg200	4	10	48	480	20	960
reparo de carburador biz125	4	10	48	480	20	960
seguro de piñon con perno cg (100 jgo/set)	4	90	48	4320	500	24000
seguro de piñon con perno biz (100 jgo/set)	4	80	48	3840	444	21333
chanchito de embrague universal (100 jgo/set)	2	70	24	1680	389	9333
cable de embrague haojin 110cm cgl150	2	7	24	168	23	560
cable de embrague 124cm gy250	2	7	24	156	22	520
cable de embrague 108cm xr150l/honda	2	7	24	168	23	560
cable de embraguecb1/honda	2	7	24	168	23	560
cable de freno cb1	2	11	24	264	37	880
cable de acelerador 102cm ktx200/gy250/broz	3	7	36	234	22	780
cable de acelerador 100cm cb1	2	11	24	264	37	880
manguera de gasolina 20 metros (40/caja)	2	35	24	840	175	4200
manguera de gasolina negra de 20 metros universal	3	40	36	1440	200	7200
caja filtro de aire completo cgl/wy125	2	55	24	1320	85	2031
cajon de filtro de aire completo chico cg	2	33	24	792	51	1218
filtro de aire gy250/broz250	3	115	36	4140	177	6369
filtro de aire rusii	3	140	36	5040	215	7754
conector de filtro de aire gy250/brozz	4	13	48	624	26	1248
conector de filtro de aire cgl	3	10	36	360	22	800
filtro de aire cb1	2	15	24	360	27	655
filtro de gasolina universal	3	4	36	144	7	262
pedal freno kanda	3	18	36	648	33	1178
pedal freno gn125	2	19	24	456	35	829
pedal de freno biz125	3	16	36	576	29	1047
pedal de freno titan 150	4	15	48	720	27	1309
pedal patada cb1/honda (50/caja)	4	24	48	1152	44	2095
pedal patada de arranque moto 1 pernos recto	3	25	36	900	45	1636
pedal patada de arranque moto 2 pernos	2	28	24	672	51	1222
pedal patada de arranque moto 1 pernos (50/caja)	3	28	36	1008	51	1833
pedal caja de cambio cgl	2	11	24	264	20	480
pedal de cambio de caja gn125	2	9	24	216	16	393

pedal caja de cambio biz	3	10	36	360	18	655
pedal caja de cambio largo biz	3	13	36	468	24	851
pedal de cambio brozz retraible con resorte gy250	2	20	24	480	36	873
pedal caja de cambio motocarro	3	17	36	612	31	1113
soporte de caja retro para motocarro	2	10	24	240	18	436
cubetas a bolilla gn125	3	15	36	540	27	982
cubetas canastillo bolilla cg125	4	10	48	480	25	1200
cubetas rodillo gy250/broz	3	17	36	612	43	1530
varilla de freno cg150	2	4	24	84	14	336
varilla de freno biz125	2	4	24	96	16	384
varilla de freno gy250/broz	3	5	36	180	20	720
Bujías gn125	2	6	24	144	15	360
capuchon de bujia cg	3	4	36	144	7	262
capuchon de bujia negro cg (1500/caja)	4	2	48	72	3	131
capuchon de bujia anti-agua biz	3	4	36	126	6	229
mesa de balancines delgado cg125/150	2	25	24	600	45	1091
balancin de cilindro reforzada gruesa cg250	3	35	36	1260	64	2291
patitas balancin de cilindro cg125/150	2	19	24	456	35	829
patitas de balancin de cilindro biz135/125	2	16	24	384	29	698
cilindro biz 125 reten ovalado 52,4mm p/14mm	2	120	24	2880	300	7200
cilindro a cadenilla xr150l/titan150	3	165	36	5940	413	14850
cilindro cb110 honda p12mm	2	135	24	3240	338	8100
cilindro a barilla color oscuro cg150	2	145	24	3480	363	8700
cilindro a barilla cg250	3	160	36	5760	320	11520
cigüeñal completo ax100 (6/caja)	2	190	24	4560	317	7600
cigüeñal completo xr150l xr150l/honda (6/caja)	2	250	24	6000	417	10000
cigüeñal completo ybr125/Yamaha	2	250	24	6000	417	10000
cigüeñal completo cb1/honda	2	180	24	4320	300	7200
cigüeñal a batilla con balanceo cg250	2	280	24	6720	373	8960
cigüeñal completo p/13mm kingo 125	2	130	24	3120	173	4160
cigüeñal a barilla completo cg150	3	180	36	6480	240	8640
cigüeñal a barilla completo cg200 68mm	2	200	24	4800	267	6400
cigüeñal a barilla completo cg200 72mm	3	200	36	7200	267	9600
cigüeñal a barilla completo cg250	2	240	24	5760	320	7680
Biela ax100	2	28	24	672	93	2240
Biela cg150	2	38	24	912	84	2027
Biela cg200	2	43	24	1032	96	2293
Biela completa cg250	2	50	24	1200	100	2400
transmision con roseta plato cgl 428h- 118l-42t-15t	2	65	24	1560	93	2229
transmision con roseta plato biz /428h-108l- 36t14t	2	60	24	1440	86	2057
roseta 45t/cg150	3	23	36	828	38	1380
roseta 520h-40t xr150l	3	37	36	1332	62	2220
roseta 49t 428h (20) xr150l	3	35	36	1260	58	2100
piñon 14t/428h biz (200/caja)	2	6	24	132	9	220
piñon 14t cg125	2	6	24	144	10	240
piñon 15t cg125	2	6	24	144	10	240
piñon calidad a cg 15t	3	10	36	360	17	600
piñon 16t/428h cg125 (200/caja)	2	6	24	144	10	240
piñon 17t cg125 (200/caja)	3	7	36	234	11	390
cadena 2x3x98l	3	10	36	360	20	720
cadena 2x3x92l	3	10	36	360	20	720

cadena 3*4*1021	3	15	36	540	30	1080
Cadenilla 2-3-441	2	8	24	192	16	384
Cadenilla 2-3-841	2	9	24	216	18	432
cadena xr150l 94l	3	10	36	360	33	1200
Cadena 428hhh-122l	3	32	36	1152	53	1920
Cadena 428h-132l	3	35	36	1260	58	2100
cadena 428hhh-110l (25/caja)	2	29	24	696	48	1160
cadena 428hhh-136l	3	37	36	1332	62	2220
cadena dorada 428h-108l	2	40	24	960	100	2400
cadena dorada 428h-122l	2	45	24	1080	113	2700
seguro de cadena 428ho c/oring	5	5	60	270	8	491
seguro de cadena 520ho c/oring	5	5	60	270	8	491
bomba de freno delantero disco biz125	5	30	60	1800	55	3273
bomba de freno delantero disco xr 150l (50/caja)	5	50	60	3000	91	5455
bomba de freno delantero disco rusi/crf230	5	70	60	4200	127	7636
palanca de embrague y freno completo cgl150	2	28	24	672	51	1222
palanca de freno derecho cgl	5	14	60	840	25	1527
palanca de embrague cgl (100/caja)	2	15	24	360	27	655
palanca de embrague brozz 250	3	17	36	612	31	1113
palanca de freno a balata brozz 250	2	17	24	408	31	742
eje cambio de caja cg200 (50/caja)	3	16	36	576	29	1047
eje cambio de caja cg150 (50/caja)	2	15	24	360	27	655
barras led 6 focos 18w (50/caja)	3	27	36	972	49	1767
barras led 6 foco lupa 18w (50/caja)	2	27	24	648	49	1178
barras led 8 focos expansivas	5	36	60	2160	65	3927
soquete farol cgl/cg	2	44	24	1056	80	1920
soquete de farol deportiva	2	44	24	1056	80	1920
soquete de farol wave	3	10	36	360	18	655
soquete de farol titan150	2	3	24	60	5	109
soquete de farol cgl	5	6	60	360	11	655
disco de freno delantero brozz gy 200 260mm	4	75	48	3600	136	6545
disco de freno delantero gy200-250	4	68	48	3264	124	5935
disco de freno trasero gy 220mm	3	48	36	1728	87	3142
cdi 6 salida enchufe redondo wy125	2	13	24	312	24	567
cdi 4 salida enchufe+1 cable gn125	2	48	24	1152	87	2095
Cdi cg250	2	27	24	648	49	1178
relay chanchito de arranque bajaj205	3	12	36	432	22	785
relay chanchito de arranque deportivo.csgt ybr125	2	25	24	600	45	1091
relay chanchito de arranque hero 125	5	30	60	1800	55	3273
bobina de alta wy125	2	14	24	336	25	611
bobina de alta gn125	3	20	36	720	36	1309
bobina de alta cg125	2	14	24	336	25	611
rectificador 4 cables wy125	2	12	24	288	22	524
rectificador 3 cable enchufe+2 cable enchufegn125	2	35	24	840	64	1527
rectificador 5 cables biz125	3	30	36	1080	55	1964
rectificador titan 150 5 salidas	2	28	24	672	51	1222
rectificador 5 cables cg150	2	17	24	408	31	742
rectificador 5 cables trifasico cg250	3	33	36	1188	60	2160
rectificador 4 cables cg250	4	17	48	816	31	1484
brazo de freno delantero cg150	4	3	48	144	5	262
brazo de freno trasero y eje trasero cgl	3	8	36	288	15	524

eje brazo de freno trasero gn125	3	3	36	108	5	196
brazo de freno trasero cgl	3	4	36	144	7	262
brazo de freno trasero gn125	3	5	36	180	9	327
brazo de porta balata y eje biz	2	6	24	144	11	262
Balatas titan 200	3	15	36	540	27	982
Balatas titan 200 + 0,5	4	15	48	720	27	1309
Balatas cg125	3	12	36	432	22	785
Balatas choper/fb150	3	22	36	792	40	1440
balatas moto carro 220mm	2	30	24	720	55	1309
pastilla de frenowy125 (200/caja)	8	7	96	624	13	1248
pastilla de freno gn125 (200/caja)	6	7	72	504	14	1008
pastilla de frenocgl (200/caja)	6	7	72	504	14	1008
pastilla de freno dazlar (200/caja)	6	7	72	504	14	1008
pastilla de freno pulsar 135 (200/caja)	6	7	72	504	14	1008
eje delantero ax100 10*170 (100/caja)	8	4	96	384	8	768
eje delantero cg125 12*190 (100/caja)	8	5	96	480	10	960
eje delantero xr150l 12*205 (100/caja)	8	8	96	768	16	1536
eje de horquilla ax100 12*230 (100/caja)	8	7	96	672	14	1344
Eje cg125 12*155 (100/caja)	3	5	36	180	10	360
eje trasero wy125 15*280 (100/caja)	2	9	24	216	18	432
eje traseroen125 15*245 (100/caja)	3	8	36	270	15	540
eje trasero cg125 15*230 (100/caja)	3	8	36	288	16	576
piston y anilla ax100 std+	4	20	48	960	36	1745
piston y anilla cg125 std	4	25	48	1200	125	6000
piston y anilla cg200 std+(63.5mm)	4	33	48	1584	165	7920
piston y anilla cg200+0.25	3	31	36	1116	155	5580
piston y anilla cg150 std++ (62mm)	3	31	36	1116	155	5580
piston y anilla cg250 std++ (67mm)	3	36	36	1296	180	6480
piston y anilla cg250 +0.25 (67mm)	3	36	36	1296	180	6480
Anilla cg125+0.25	3	10	36	360	50	1800
Anilla cg200 std+	4	13	48	624	65	3120
Anilla cg250 std+	3	14	36	504	70	2520
anilla taiwan biz135std+54mm*1.0*1.0*2mm	3	13	36	468	65	2340
anilla taiwan biz125std+52.4mm*0.8*0.8*1.5mm	2	13	24	312	65	1560
guia de valvula cg125	3	6	36	216	30	1080
Válvulas cg150	2	25	24	600	45	1091
Válvulas cg200	2	28	24	672	51	1222
Válvulas cg125	7	11	84	924	20	1680
Válvulas cg150	6	11	72	792	20	1440
Válvulas cg200	6	12	72	864	22	1571
Válvulas cg250	6	14	72	1008	25	1833
valvulass xr150l	8	14	96	1344	25	2444
reten de válvulas cg125/150/200/250	10	1	120	120	2	218
reten de válvulas biz125	10	1	120	120	2	218
reten de válvulas cg125	10	1	120	72	1	131
Rodamiento 6202	8	5	96	432	15	1440
rodamiento (600) 6302	7	6	84	462	18	1540
rodamiento6301	6	6	72	396	18	1320
rodamiento6200	8	5	96	432	15	1440
Rodamiento 6201	8	4	96	384	13	1280
Rodamiento 6203	8	5	96	480	17	1600

rodamiento de cigueñal cg250/300/cb231 6328x1	3	20	36	720	40	1440
eje de piñon kyy cb1	2	12	24	288	60	1440
eje de piñon 147mm cg125/150/200	2	17	24	408	85	2040
eje de piñon 157mm cg250	3	18	36	648	90	3240
eje de piñon largo 167mm motocarro	5	17	60	1020	31	1855
retrovisor wave 110	5	13	60	780	24	1418
Retrovisor en125	3	17	36	612	31	1113
retrovisor panorámico universal (32) bst-002	5	50	60	3000	91	5455
retrovisor panorámico universal	5	55	60	3300	100	6000
retrovisor panorámico universal	5	45	60	2700	82	4909
macero delandero cgl	5	95	60	5700	173	10364
macero-delandero cg125	3	75	36	2700	136	4909
macero delantero disco gy200 100/80/21	3	80	36	2880	145	5236
macero trasero sin porta balata (10) cgl	3	110	36	3960	200	7200
macero trasero a sin porta balata cg125	3	90	36	3240	150	5400
aro delantero completo de magnesio 1.40-18 cgl	2	350	24	8400	636	15273
aro trasero completo de magnesio 1.85-18 cgl	2	390	24	9360	709	17018
aro de magnesio trasero a balata 1.85-18 en125	2	410	24	9840	745	17891
aro trasero completo de magnesio 1.60-17 biz	2	340	24	8160	618	14836
Radios 4,00-152*17mm	4	20	48	960	36	1745
Radios 4,00-161mm cgl trasero	4	20	48	960	36	1745
radios cg 4,00-167mm	4	20	48	960	36	1745
instalacion completa cgl	3	50	36	1800	91	3273
instalacion completa biz / kingo	3	70	36	2520	127	4582
instalacion completagy	3	55	36	1980	100	3600
instalacion completa brozz 200	3	58	36	2088	105	3796
instalacion completa cg250	3	60	36	2160	109	3927
disco de embrague cg150/200	5	14	60	840	25	1527
disco de embrague 7 discos cg250	3	19	36	684	35	1244
llanta zigzag semipistera 90/90/17	5	130	60	7800	236	14182
llanta zig zag semipistera 2.75/18	5	160	60	9600	291	17455
llanta semipistera 6 lonas 2,75/21	5	130	60	7800	236	14182
llanta todo terreno 8 lonas 3,50/17	5	160	60	9600	291	17455
llanta pantanera 6 lonas 3.00-18	5	120	60	7200	218	13091
<b>Total</b>	<b>937</b>	<b>11.244</b>	<b>476878,8</b>	<b>938035</b>		

Fuente: Elaboración propia

El valor calculado para adquirir los diferentes productos que la empresa va a comercializar es el siguiente, Bs 476.879,8 mismo que resulta la sumatoria de cada tipo de producto que la empresa va a adquirir de sus proveedores, en el precio de compra se detalla el monto de cada Pieza o juego, posteriormente para determinar el total se multiplica el precio de compra en relación a la cantidad del producto; utilizando la fórmula de precio de venta donde PV es igual al precio unitario de cada producto sobre 1 menos el margen de utilidad, realizando esta operación, la sumatoria de los resultados unitarios se establecen en Bs 938.035

#### 8.4. Resumen de la inversión.

Tabla 28

*Resumen de la inversión.*

<b>Detalle</b>	<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
<b>Inversión Fija</b>	Construcción civil	Bs 45.000,00
	Maquinaria y equipo	Bs 16.020,00
	Vehículo	Bs 21.500,00
	Muebles y enseres	Bs 6.300,00
	Equipo de computo	Bs 6.800,00
<b>Sub total</b>		<b>Bs 95.620,00</b>
<b>Inversión Diferida</b>	Constitución de la empresa	Bs 2.500,00
	Montaje	Bs 1.200,00
	Instalación	Bs 2.500,00
	Capacitación	Bs 1.000,00
	licencia de funcionamiento	Bs 650,00
<b>Sub total</b>		<b>Bs 7.850,00</b>
<b>Capital de Trabajo</b>	Insumos	Bs 476.878,80
	Sueldos	Bs 81.028,08
<b>Sub total</b>		<b>Bs 557.906,88</b>
<b>Contingencias</b>		Bs 13.227,54
<b>Total, Inversión</b>		<b>Bs 674.604,42</b>

Fuente: Elaboración propia

Se establece una inversión total de Bs 674.604,42 distribuidos en Inversión fija con Bs 95.620,00, Inversión Diferida de Bs 7.850, Capital de trabajo de Bs 557.906,88 y se establece una contingencia del 2% al total invertido que es una cantidad de Bs. 13.227,54.

#### 8.5. Estructura de financiamiento

Tabla 29

*Estructura de financiamiento.*

<b>N°</b>	<b>INVERSION</b>	<b>FUENTE DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>TASA DE INTERES</b>	<b>PLAZO</b>	<b>CANTIDAD</b>
1	Bs 674.604,42	Recursos propios	-	-	Bs 134.920,88
2		Banco de Desarrollo productivo	7%	3 años	Bs 539.683,53
<b>TOTAL</b>					<b>Bs 674.604,42</b>

Fuente: Elaboración propia

Se determina dos fuentes de financiamiento, Recursos propios, equivalente a Bs 134.920,88 y se solicitara un crédito bancario por el Banco de Desarrollo Productivo de Bs 539.683,53 a 5 años plazo bajo una tasa de interés del 7% anual.

## 8.6. Amortización de crédito bancario

Tabla 30

### *Amortización*

N°	Detalle	Año 0		1		2		3		4		5	
1	Monto de Crédito	Bs	539.683,53	Bs	539.683,53	Bs	445.837,59	Bs	345.422,43	Bs	237.978,21	Bs	123.012,89
2	Pago de Interes	Bs	-	-Bs	37.777,85	-Bs	31.208,63	-Bs	24.179,57	-Bs	16.658,47	-Bs	8.610,90
3	Abono a Capital	Bs	-	-Bs	93.845,94	-Bs	100.415,16	-Bs	107.444,22	-Bs	114.965,32	-Bs	123.012,89
4	Pago Total	Bs	-	-Bs	131.623,79	-Bs	131.623,79	-Bs	131.623,79	-Bs	131.623,79	-Bs	131.623,79
5	Saldo	Bs	539.683,53	Bs	445.837,59	Bs	345.422,43	Bs	237.978,21	Bs	123.012,89	Bs	-

Fuente: elaboración propia

El monto a ser solicitado a través de crédito bancario mediante el Banco de Desarrollo Productivo será de Bs 539.683,53 monto a cancelar en 5 años plazo, con una tasa de interés de 7% anual, mismo que tendrá un monto fijo de Bs 131.623,79 los 5 años.

## **9. ESTUDIO TÉCNICO**

El técnico del proyecto para la creación de una empresa comercializadora piezas repuesto para motocicletas en la localidad de Puerto Rico Pando, se detalla toda la operativa de la empresa esto permite que la empresa pueda maximizar los recursos con los que cuenta para llevar a cabo sus actividades sin que tenga imprevistos que puedan afectar a la operativa se establece dos aspectos muy importantes micro localización y macro localización.

### **9.1. Localización del proyecto**

El proyecto para la comercialización piezas y repuestos para motocicletas en general en la localidad de Puerto Rico, puede ser analizada desde dos perspectivas importantes para introducir sus productos en el mercado cobijeño, estas dos perspectivas o puntos de análisis son; la macro localización y la micro localización.

#### **9.1.1. Macro localización**

Dentro de lo que corresponde a la macro localización del proyecto cabe mencionar que; este será implementado en Bolivia, en el departamento Pando, en la provincia Manuripi en la localidad de Puerto Rico, Pando, a las 11,07772°S, 67,32331° O, mismo que se encuentra ubicada geográficamente al Norte de Bolivia con la frontera de Perú y Brasil, se caracteriza por ser una zona rural, donde el acceso es difícil, especialmente en las temporadas de lluvia, cuyas principales actividades económicas han sido mencionadas anteriormente.

#### **9.1.2. Micro localización**

Referente a la micro localización del proyecto, este será ubicado en la localidad de Puerto Rico del Dpto. Pando, zona A, en el barrio San Juan, en una de la zona más comercial que es la avenida Alberto Sáenz Klinski , lugar en el que se cuenta con los servicios básicos como ser; energía eléctrica, agua potable, servicio de internet y existe una gran afluencia de personas a este lugar, esta zona está rodeada de actividades comerciales relacionadas al uso de vehículos, que significa un valor muy importante para la creación factible de la empresa comercializadora de repuestos para motocicletas.

### 9.1.3. Distribución de la empresa

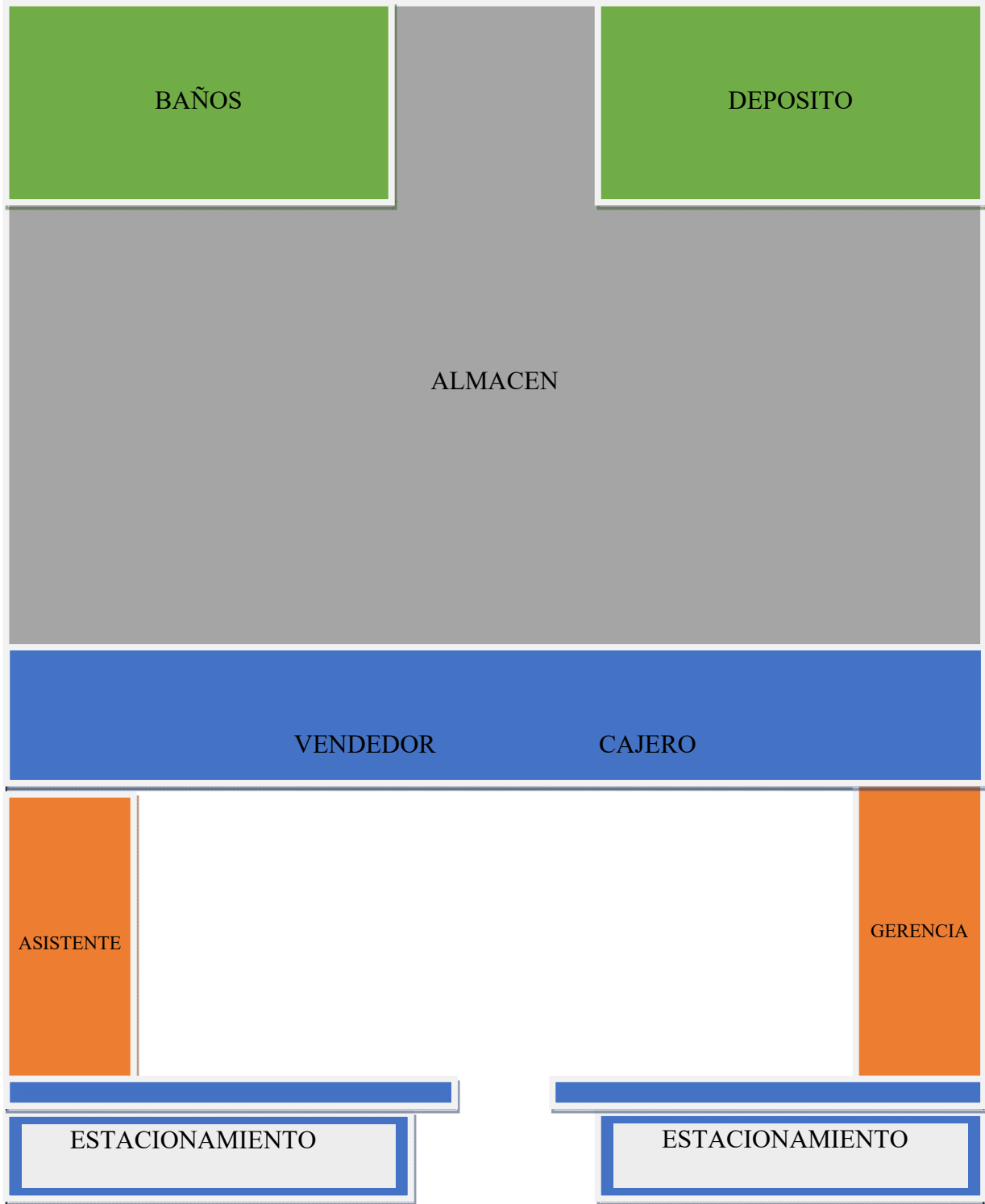


Figura 22 Áreas y distribución de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia la distribución de cada una de las áreas de la empresa comercializadora de piezas y repuestos para motocicleta, en el municipio de Puerto Rico, el cual cuenta con el siguiente detalle:

- Gerencia, secretaría.
- 1 almacén grande tipo armarios sujetos a la pared
- Depósito para almacenar equipos no vendibles
- Baños o sanitarios.
- El área de vendedor y caja para que los clientes puedan realizar el pago de sus compras realizadas en la empresa.
- Estacionamiento.

## 9.2. Tamaño del proyecto

Tabla 31

*Tamaño del proyecto para la producción según capacidad operativa*

<b>Descripción</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Porcentaje de segmentación.</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Moto repuestos</b>	39993	30%	11998	12778	13212	13661	14126
<b>TOTAL</b>			<b>11998</b>	<b>12778</b>	<b>13212</b>	<b>13661</b>	<b>14126</b>

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia el tamaño del proyecto y se toma en consideración un aspecto muy importante para definir la capacidad operativa y este aspecto es que existen empresas en el mercado que ofertan productos similares entonces la empresa no cubriría el 100% de la demanda insatisfecha en el primer año, es por ello que se planifica iniciar con una capacidad operativa del 30% y posteriormente incrementar en un 6,5% por cada año.

## **10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL**

### **10.1. Organización administrativa**

La empresa Comercializadora de repuestos para motocicleta estará debidamente respaldada con toda la documentación legal para, operar en la localidad de Puerto Rico, y la parte administrativa correspondiente según las características de la empresa comercializadora.

- Constitución de la empresa.
- Servicio Plurinacional de Comercio SEPREC
- Sistema de Impuestos Nacionales SIN
- Gobierno Municipal
- Caja Nacional de Salud
- Administradora de fondo de Pensiones
- Ministerio de Trabajo

### **10.2. Constitución de la empresa**

#### **10.2.1. Empresa unipersonal**

Implica el formar una empresa asumiendo a título personal todos los derechos y obligaciones, ejerciendo cualquier actividad económica, siendo la persona natural el conducto mismo de su propio negocio y el responsable de su manejo. La ventaja es que puede tener pérdida a pesar de haber generado ingresos.

Entre las desventajas principales están las siguientes: El riesgo de hacer actividades comerciales a título personal es que se pone en juego el total del patrimonio propio y Además de que la responsabilidad es ilimitada, se generará potencialmente el IUE.

### **10.3. SEPREC**

#### **10.3.1. Tramite virtual**

El procedimiento para la inscripción de empresas unipersonales es el siguiente:

- Ingresar al portal web <https://tramites.seprec.gob.bo> con credenciales de acceso vía ciudadanía digital.
- Seleccionar el tipo de unidad económica.
- Realizar el control de homonimia, llenar el formulario virtual de inscripción, aprobar el formulario vía ciudadanía digital obteniendo el código de trámite como constancia de ingreso y generar el código de pago.
- Posteriormente, cancelar el costo del trámite, ya sea en línea a través de cualquier medio disponible o de manera física en los puntos autorizados del Registro de Comercio.
- Una vez concluido el proceso, el Registro de Comercio verificará el llenado del formulario virtual de inscripción y si corresponde inscribirá la empresa.
- El usuario podrá obtener la matrícula de comercio descargando el certificado desde la sección «Mis certificados» del Sistema del Registro de Comercio Plurinacional-RECOP o imprimir el certificado en las terminales de impresión a nivel nacional del Registro de Comercio.
- En caso de que se adviertan observaciones, se enviarán las mismas a través del sistema a la bandeja de «Observados» en la que claramente se determinan las razones por las que el mismo ha sido observado y cómo puede subsanarse, pudiendo reingresar el trámite subsanado en línea.

### **10.3.2. Requisitos**

- Formulario Virtual de Inscripción con carácter de declaración jurada, con aprobación vía ciudadanía digital.
- Únicamente, en caso de ser empresa unipersonal regulada por Ley, cargar en formato PDF, la autorización emitida por el ente regulador

### **10.3.3. Reserva de nombre**

La reserva de nombre para empresa unipersonal es de 3 días hábiles.

### **10.3.4. Documento emitido**

Matrícula de Comercio (con código de validación QR)

### **10.3.5. Plazo de tramite**

El trámite tiene un plazo de 24 horas, tomando en cuenta que el cómputo del plazo del trámite en línea será en días hábiles a partir del pago.

### **10.3.6. Costo**

El trámite tiene un costo de Bs. 130.- (Ciento treinta 00/100 bolivianos)

## **10.4. Registro en impuestos nacionales**

A continuación, cada uno de los requisitos para el debido registro en el servicio de impuestos nacionales para operar de forma correcta en la localidad de Puerto Rico, con la comercialización de repuestos para motocicleta.

- Factura o aviso de cobro, del consumo de energía eléctrica del domicilio fiscal y del domicilio habitual del representante legal de la empresa, esta no debe ser mayor a 60 días a la fecha de la solicitud de inscripción.
- Croquis del domicilio fiscal y habitual del representante legal de la empresa.
- Balance de apertura de la empresa, firmados por el representante legal de la Empresa y por la de un profesional.
- SEPREC

Para la inscripción y registro de la empresa, esta deberá presentar la siguiente documentación y requisitos.

- Formulario de inscripción con carácter de declaración jurada, debidamente llenado y firmado por el representante legal de la empresa.
- Testimonio de escritura pública de constitución social, en original y fotocopia legalizada legible, el mencionado instrumento debe contener aspectos previstos en el artículo 27 del código de comercio y adecuarse a las normas correspondientes al tipo societario respectivo, establecidos en el mismo cuerpo de la normativa.

- Arancel de bolivianos 455,00 en caso de que la empresa esté constituida como una S.R.L.
- El plazo del trámite es de dos días hábiles computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el registro de comercio. Una vez aprobada la homonimia se presenta los siguientes requisitos:
- Formulario 00/20 solicitud de matrícula de comercio.
- Balance de apertura si el capital es de 27,736.00 o mayor a este.
- Cedula de identidad original y fotocopia debidamente firmada por el titular.
- Testimonio de poder del representante legal de la empresa o fotocopia legalizada legible

#### **10.5. Licencia de funcionamiento**

De los requisitos para el debido registro en el servicio de impuestos nacionales para operar de forma correcta en Puerto Rico, Pando, con la comercialización de piezas nuevas y repuestos en general para motocicleta, misma documentación que deberá ser presentada en oficinas de ingresos municipales del G.A.M.P.R.

- Solicitud dirigida la GAMPR, especificando, nombre de la actividad, dirección y número de celular de referencia.
- Fotocopia del carnet de identidad del representante legal de la empresa.
- Fotocopia de la factura de luz
- Fotocopia del NIT
- Croquis de ubicación de la actividad económica
- Todos los requisitos deberán ser presentados en un plazo de 48 horas después de realizar la solicitud.

Al momento de la entrega de la documentación se debe verificar que esté debidamente ordenada y actualizada a fin de que no se tenga inconvenientes al momento de la entrega de la licencia de funcionamiento.

## **10.6. Caja Nacional de Salud**

Los empleadores y trabajadores de las empresas de Bolivia deben afiliarse a la Caja Nacional de Salud CNS, para acceder a los servicios de salud en caso de enfermedades y accidentes comunes que no necesariamente tienen relación con la actividad laboral ni las condiciones de trabajo.

### **10.6.1. Requisitos de Empresas**

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

### **10.6.2. Requisitos trabajadores**

- Formulario AVC-04 llenado, sellado y firmado por el empleador y el trabajador (excluyendo la casilla N° 4).
- Formulario AVC-05 (carnet de asegurado sin llenar).
- Certificado de Nacimiento del trabajador (actual computarizado) emitido por SERECI.
- Cédula de Identidad (adjuntar fotocopia si son varias afiliaciones, afiliaciones masivas).

- Papeleta de Pago vigente, (en caso de reciente ingreso al trabajo debe presentar Memorándum de Designación, Contrato de trabajo y/o Planilla de Salarios sellado por Cotizaciones.
- Examen Pre ocupacional o la boleta de depósito de 100 bolivianos.

## **10.7. Administradora de fondo de Pensiones**

### **10.7.1. Requisitos**

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

- Oficina virtual de la Gestora ingresando a la Página web: [www.gestora.bo](http://www.gestora.bo)
- Plataformas de Atención al Cliente de las oficinas regionales a nivel nacional.

Adjuntando en forma física o digital la siguiente documentación:

- Documento de Identidad del representante legal de la empresa.
- Poder del representante legal de la empresa.
- Documentos que respalden el tipo de identificación del Empleador.
- Croquis de la ubicación de la empresa.

## **10.8. Ministerio de Trabajo**

### **10.8.1. Registro Obligatorio de Empleadores**

- Contar con conexión a Internet.
- Tener una cuenta de correo electrónico.
- Contar con NIT, para ingresar a la plataforma debe emplear los datos de NIT, usuario y contraseña otorgados por el Servicio de Impuestos Nacionales.
- Para el caso de las empresas bolivianas deben contar con Matrícula de Comercio (inscripción en Fundempresa).

## 10.8.2. Registro al Ministerio de Trabajo

- Formulario Registro Obligatorio de Empleadores (ROE). Llenado y firmado por el representante legal de la institución (un original y dos copias).
- Depósito de 145 Bs a la cuenta Banco Unión N.º 1-6036425 de Hrs. 8:30 a 15:00 en oficinas del Banco Unión.

## 10.9. SENAPI

### 10.9.1. Registro

- Descarga, llena e imprime el formulario PI-100 disponible en: [sipi.senapi.gob.bo](http://sipi.senapi.gob.bo)
- Realiza los pagos de tasas (2 pagos) al Senapi y a la Gaceta Oficial de Bolivia.
- Presenta los requisitos (fotocopia de cédula, pagos, formulario y otros) en un folder amarillo en oficinas del Senapi.
- Previamente, realiza una Búsqueda para verificar que no haya marcas iguales a la tuya.

## 10.10. Manual de funciones

Tabla 32

*Manual de funciones*

<b>Gerente general</b>	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Licenciatura con TPN en Administración de empresas o ramas a fines</li><li>• Certificado de lengua originaria del Estado Plurinacional de Bolivia</li><li>• 2 años de experiencia laboral</li><li>• Manejo de paquetes informáticos.</li></ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Representar y dirigir legalmente la empresa</li><li>• Supervisar la empresa</li><li>• Medir cualitativa y cuantitativamente la ejecución de planes y estrategias.</li><li>• Suministrar los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades.</li><li>• Analizar y evaluar el personal, y el trabajo desarrollado en el área administrativa y operativa.</li><li>• Apoyar en la asignación y comunicación de las responsabilidades a los trabajadores en seguridad y salud en el trabajo.</li></ul>

<b>Asistente Administrativo</b>	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico Superior o licenciatura con TPN de Asistente administrativo, Secretariado o ramas a fines</li> <li>• Certificado de lengua originaria del Estado Plurinacional de Bolivia</li> <li>• Manejo de paquetes informáticos.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registra, Actualiza y mantiene las carpetas y base de datos del personal y clientes de la empresa.</li> <li>• Recibe y envía las documentaciones de la empresa.</li> <li>• Mantiene ordenado la agenda gerencial</li> </ul>
<b>Cajero</b>	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico Superior o licenciatura con TPN de Contador</li> <li>• Certificado de lengua originaria del Estado Plurinacional de Bolivia</li> <li>• Manejo de sistemas contables</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar los reportes financieros mensuales y anuales</li> <li>• Actualizar constantemente las obligaciones tributarias</li> <li>• Realizar las demás funciones inherente a su cargo</li> </ul>
<b>Vendedor</b>	
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachiller</li> <li>• Certificado de lengua originaria del Estado Plurinacional de Bolivia</li> <li>• Conocimiento básico de repuestos de motocicletas</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente en los requerimientos de repuestos</li> <li>• Derivar al cajero la información de cobro de los repuestos vendidos</li> <li>• Asesoramiento a la clientela sobre la compra de repuestos</li> </ul>

Fuente: elaboración propia

## 11. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 11.1. Ingresos proyectados

Tabla 33

*Ingresos proyectados, (expresado en bolivianos)*

DETALLE	Proyección de ventas en bolivianos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Repuestos en general	Bs 938.034,95	Bs 999.007,22	Bs 1.063.942,69	Bs 1.133.098,96	Bs 1.206.750,40

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos proyectados en el primer año de funcionamiento son de Bs 938.034,95; por lo que la empresa obtendrá un incremento de 6,5 % en los siguientes años por la comercialización de moto repuestos en la localidad de Puerto Rico, Pando.

### 11.2. Estado de pérdidas o ganancias de la gestión

El estado de pérdidas o ganancias de la gestión es una herramienta financiera que se utiliza en los proyectos en general a fin de conocer cuáles son los gastos que se incurren con frecuencia dentro de la empresa, como herramienta de análisis, sirve para conocer si el proyecto tiene la capacidad de generar utilidades netas después de cumplir con sus obligaciones.

En este estado de pérdidas y/o ganancias se puede apreciar la capacidad que tiene la empresa para generar utilidades después de cumplir con sus responsabilidades y obligaciones con terceros.

Tabla 34

*Estado de pérdidas o ganancias de la gestión (expresado en bolivianos)*

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	Bs 938.034,95	Bs 999.007,22	Bs 1.063.942,69	Bs 1.133.098,96	Bs 1.206.750,40
Costos	-Bs 724.648,63	-Bs 761.900,02	-Bs 801.539,92	-Bs 843.721,26	-Bs 886.906,78
Utilidad Bruta	Bs 213.386,32	Bs 237.107,20	Bs 262.402,77	Bs 289.377,71	Bs 319.843,62
Impuesto IUE	-Bs 53.346,58	-Bs 59.276,80	-Bs 65.600,69	-Bs 72.344,43	-Bs 79.960,90
Depreciaciones	Bs 9.757,50	Bs 9.757,50	Bs 9.757,50	Bs 9.757,50	Bs 8.057,50
Pago a Capital	-Bs 93.845,94	-Bs 100.415,16	-Bs 107.444,22	-Bs 114.965,32	-Bs 123.012,89
Utilidad Neta	Bs 75.951,30	Bs 87.172,74	Bs 99.115,36	Bs 111.825,46	Bs 124.927,33

Fuente: Elaboración propia

El estado de pérdidas o ganancias de la empresa comercializadora de piezas de para moto (Moto-repuesto), en primera instancia se tiene una utilidad bruta positiva en los cinco años de la vida útil del proyecto, posterior a ello se realiza el cálculo del impuesto a las utilidades de la empresa, IUE, (25%) después de haber cumplido con esta responsabilidad, se obtiene una utilidad neta positiva.

### 11.3. Estado de flujo de fondos

Tabla 35

*Estado de flujo de fondos, (expresado en bolivianos)*

Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	Bs 938.034,95	Bs 999.007,22	Bs 1.063.942,69	Bs 1.133.098,96	Bs 1.206.750,40
(-)Costo Variable de Produccion	-Bs 476.878,80	-Bs 507.875,92	-Bs 540.887,86	-Bs 576.045,57	-Bs 613.488,53
(=) Utilidad Bruta	Bs 461.156,15	Bs 491.131,30	Bs 523.054,83	Bs 557.053,40	Bs 593.261,87
(-)Costo de Administracion	-Bs 116.256,40	-Bs 123.813,07	-Bs 131.860,92	-Bs 140.431,87	-Bs 149.559,95
(-)Costo Fijos de Produccion	-Bs 81.028,08	-Bs 86.294,91	-Bs 91.904,07	-Bs 97.877,84	-Bs 104.239,90
(-)Costo de Comercializacion	-Bs 2.950,00	-Bs 2.950,00	-Bs 2.950,00	-Bs 2.950,00	-Bs 2.950,00
(-)Depreciacion	-Bs 9.757,50	-Bs 9.757,50	-Bs 9.757,50	-Bs 9.757,50	-Bs 8.057,50
(-)Costo Financiero	-Bs 37.777,85	-Bs 31.208,63	-Bs 24.179,57	-Bs 16.658,47	-Bs 8.610,90
(=) Utilidad antes de Impuesto	Bs 213.386,32	Bs 237.107,20	Bs 262.402,77	Bs 289.377,71	Bs 319.843,62
(-)Impuesto a las Utilidades 25%	-Bs 53.346,58	-Bs 59.276,80	-Bs 65.600,69	-Bs 72.344,43	-Bs 79.960,90
(=) Utilidad despues de impuesto	Bs 160.039,74	Bs 177.830,40	Bs 196.802,08	Bs 217.033,28	Bs 239.882,71
(+)Depreciacion	Bs 9.757,50	Bs 9.757,50	Bs 9.757,50	Bs 9.757,50	Bs 8.057,50
(-)Pago a Capital	-Bs 93.845,94	-Bs 100.415,16	-Bs 107.444,22	-Bs 114.965,32	-Bs 123.012,89
Flujo neto de Efectivo	Bs 75.951,30	Bs 87.172,74	Bs 99.115,36	Bs 111.825,46	Bs 124.927,33

Fuente: Elaboración propia

Según el criterio de evaluación el estado de flujos netos de la empresa en los cinco años de vida útil, son positivos, por tanto, se debe aceptar el proyecto ya que tiene la capacidad de generar ganancias después de cumplir con sus obligaciones.

## **12. IMPACTO SOCIAL**

El proyecto como tal, será de vital importancia para la localidad de Puerto Rico, en el sentido de que aportará con desarrollo y crecimiento en el rubro de la comercialización de moto-repuesto, haciendo que la economía local se vea más fluida y por tanto generando fuentes de empleo a las personas que son los beneficiarios indirectos del proyecto.

A su vez el proyecto evitará que las personas que tienen motocicletas tengan que acudir a otras localidades a realizar sus compras, lo que tendrá como consecuencia que habrá mayor disponibilidad de efectivo en Puerto Rico, y de igual manera se prevee que la empresa en el corto plazo logre el crecimiento esperado, y pueda expandirse hasta llegar a la ciudad de Cobija de ser posible.

El aporte o cumplimiento de sus responsabilidades y obligaciones de la empresa con el municipio, ayudará al crecimiento y desarrollo sectorial haciendo que el ingreso por ventas de piezas para motocicleta atraiga a nuevos competidores formales hasta la localidad de Puerto Rico, Pando.

Con la venta de repuestos de primera calidad, se aportará con la mitigación ambiental a través de acciones de venta que mejorará el rendimiento de las motocicletas, evitando el cambio repentino y constante de repuestos evitando los desechos excesivos frenando la contaminación ambiental.

### 13. FACTIBILIDAD DE LA EMPRESA

#### 13.1. Tasa de descuento

A continuación, los criterios tomados en consideración para determinar la tasa de actualización del proyecto.

- La rentabilidad mínima exigida, para este caso se tomará como referencia la tasa que ofrecen las entidades financieras en Pando por un DPF, el cual es del 5.8% que ofrece la entidad bancaria Prodem.
- La prima de riesgo de inversión es de 7,8 desde 2017, según datos del banco mundial.
- La inflación, se proyecta que el crecimiento de la inflación de la gestión 2023, sea de 3,57 según informe del presidente del Estado Plurinacional de Bolivia, Luis Arce Catacora.

Por tanto, se determinó que la tasa de descuento o tasa de actualización para el proyecto de inversión es de 15%.

#### 13.2. Indicadores de evaluación financiera

##### 13.2.1. Valor actual neto VAN

Tabla 36

*Valor actual neto, VAN*

INVERSION	1	2	3	4	5
-Bs 134.920,88	Bs 75.951,30	Bs 87.172,74	Bs 99.115,36	Bs 111.825,46	Bs 124.927,33
VAN		Bs 188.256,32			

Fuente: Elaboración propia

Según el criterio de evaluación del valor actual neto, si este es mayor a cero se debe aceptar el proyecto, el presente proyecto se tiene una VAN, de 211.728,48 bolivianos, siendo este resultado, positivo mayor a cero, por tanto, se deberá aceptar el proyecto para la inversión en la comercialización de moto-repuesto en la localidad de Puerto Rico.

### 13.2.2. Tasa interna de retorno TIR

Tabla 37

*Tasa interna de retorno, TIR*

INVERSION	1	2	3	4	5
-Bs 134.920,88	Bs 75.951,30	Bs 87.172,74	Bs 99.115,36	Bs 111.825,46	Bs 124.927,33
TIR	59,89%				

Fuente: Elaboración propia

El proyecto, presenta una tasa interna de retorno (TIR), del 67,05% sobre una tasa de actualización del 15%, lo que indica que el proyecto es factible y, por tanto, se debe aceptar el mismo para su inversión.

### 13.2.3. Relación beneficio costo RBC

Tabla 38

*Relación beneficio costo del proyecto (expresado en bolivianos)*

INVERSION	1	2	3	4	5
-Bs 134.920,88	Bs 75.951,30	Bs 87.172,74	Bs 99.115,36	Bs 111.825,46	Bs 124.927,33
R B/C	1,40				

Fuente: Elaboración propia

La relación beneficio costo del proyecto es de 1,64 bolivianos lo que se puede interpretar que, por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, se obtiene una ganancia de 0,64 centavos de bolivianos.

## 14. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 39

*Cronograma del proyecto de grado*

Objetivos	Actividades	Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
		S1	S2	S3	S4	S	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Del proyecto	A realizar					S	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Realizar un estudio de mercado para determinar gustos, preferencias y requerimiento de moto-repuesto en la localidad de Puerto Rico	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir las herramientas que se utilizaran para el análisis del micro y macroentorno del mercado.</li> <li>Buscar información sobre el mercado.</li> </ul>																
Establecer un análisis técnico para determinar la necesidad de maquinaria e insumos para una empresa de moto-repuesto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar herramientas a utilizar para el estudio de mercado.</li> <li>Determinar cuáles serán las características tanto en presentación como en contenido del producto final.</li> </ul>																
Desarrollar un análisis económico financiero para establecer los ratios e indicadores y establecer las estrategias de comercialización y posicionamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Determinar las estrategias idóneas para la empresa.</li> <li>Delimitar el alcance que tendrán las estrategias de comercialización.</li> <li>Definir cuáles serán las condiciones de pago y plazos para el financiamiento bancario</li> </ul>																

## **15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **15.1. conclusiones**

Se Realizó un estudio de mercado para determinar gustos, preferencias y requerimiento de moto-repuesto en la localidad de Puerto Rico, en lo que se establece en los requerimientos de mercaderías, cuáles son los repuestos o productos más demandados o que con frecuencia se busca en la localidad y que por lo general no se encuentra.

A través del estudio técnico se logró establecer la necesidad de equipos e insumos para una empresa de moto-repuesto ya que para operar en la localidad de Puerto Rico se necesita de equipos, máquinas y lo más importante el recurso humano.

En los requerimientos de recursos humanos se logra identificar cual es la estructura de la empresa, la misma que se encuentra dividida en dos partes, en primer lugar, está la parte administrativa de la empresa y los colaboradores que son la parte operativa y las más importante para alcanzar los objetivos establecidos en el proyecto, para la comercialización de moto-repuestos.

A través del estudio económico y financiero desarrollado se determinó la factibilidad económica y financiera del proyecto por lo que se debe aceptar el mismo, según los indicadores financieros como ser, VAN, TIR y RBC.

### **15.2. Recomendaciones**

Se recomienda en primera instancia la aceptación y aprobación del proyecto bajo las siguientes justificaciones:

- a) Se determinó que el proyecto cuenta con demanda para la comercialización de repuestos y accesorios en general para motocicleta.
- b) A través de los indicadores financieros se logra demostrar la factibilidad económica y financiera del proyecto, por tanto, se debe aceptar el mismo.

## 16. REFERENCIAS

- Altuve, J. G. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. *Actualidad contable FACES*, 7(9), 7-17.
- Anaya, H. O., & Niño, D. A. O. (2009). Flujo de caja y proyecciones financieras con análisis de riesgo (Incluye CD). *Books, I*.
- Angeles Guevara , S. Y., Silva Carmona , L., & Aquino López, O. (2017). LOS ESTUDIOS DE PERTINENCIA Y FACTIBILIDAD: ELEMENTO INDISPENSABLE EN EL DISEÑO DE UN PLAN DE ESTUDIOS. *XIV Congreso Nacional de la investigación Educativa-COMIE*, (pág. 3). San Luis Potosí.
- Angulo Sánchez, L. (2016). La gestión efectiva del capital de trabajo en las empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, p. 8
- Benquique, C. (2017). *Preparacion y Evaluacion Proyectos de Inversion Privada Comercial* (Primera ed., Vol. I). (U. A. Pando, Ed.) Cobija, Nicolas Suarez, Bolivia: Delux Publicidad. Recuperado el 26 de Mayo de 2023
- Camacho Cantos, M. S., & Coronel Martínez, A. L. (2018). *Estudio de factibilidad operativa en la adquisición de un software en Leutzi SA* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas).
- Díaz, C., & Atahualpa, J. C. (2014). Estudio de factibilidad técnica para el diseño de un Laboratorio de Domótica en la Facultad de Educación Técnica para el Desarrollo.
- Díaz, J. M., & Ramírez, C. Z. (2020). Contabilización de un plan de pagos basados en acciones para empleados:(Equity Settled). *Técnica contable y financiera*, (34), 8-23.
- Flores Reyna, J. O. S. É. (2008). Costos fijos absorbentes en los negocios.
- Fuentes Frías , V., Cardeñosa, E., Machado Orges , C., & Cantero Cora, H. (2013). Procedimiento General para la realización de estudios de factibilidad de. *Centro de Información y Gestión - Ciencias Holguin*, 1-13.

- Hernández, C. M. (2022). La propuesta de un plan de pagos, requisito ineludible para la obtención del beneficio de exoneración del pasivo insatisfecho (comentario a la Sentencia del Tribunal Supremo 295/2022 [1ª] de 6 de abril de 2022. *Anuario de derecho concursal*, (57), 197-214.
- Izquierdo Maldonado, C. (Junio de 2011). Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 1(1), 41-52. doi:1390-6291
- Luna, R. (1999). Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos. *Puerto Cabezas, PROARCA/CAPAS, Programa Ambiental Regional para Centroamérica, Central American Protected Areas System*.
- Maureira Aravena, G. A. (2020). *Estudio de factibilidad técnica económica legal y ambiental de una planta de reciclaje de aceite lubricante usado en la Mina Chuquicamata subterránea* (Doctoral dissertation, Universidad Andrés Bello).
- Milanesi, G. S. (2016). La tasa interna de retorno promedio borrosa: desarrollos y aplicaciones. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, P. 21
- Molina, A. (2007). *Contabilidad de costos*. Grafitext
- Moya, R. D. (Diciembre de 2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Revista Universitaria de Investigación*, 3(2), 6-7. doi:1317-5815
- Palomeque, M. P. (2008). Administración del capital de trabajo. *Perspectivas*, (21), 161-172.
- Reyes Perfecto, H. (2007). Reciclaje de envases de tetra pak: su factibilidad técnica y económica.
- Rico, V. (2005). Estudio de mercado. *Obtenido de Estudios de mercado Org: [https://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)*.
- Rizzo, M. M. (2007). El capital de trabajo neto y el valor en las empresas. La importancia de la recomposición del capital de trabajo neto en las empresas que atraviesan o han

atravesado crisis financieras. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (61), 103-121.

Vivallo P., A. (2012). *Formación y Evaluación de proyectos Manual Para Estudiantes*.

## ANEXOS



Anexo 1: Empresa proveedora de repuestos



Anexo 2: Empresa proveedora de Llantas y neumáticos



Anexo 3: Comercial REJAS



Anexo 4: Comercial HILDA



Anexo 5: Encuestas a los Propietarios de motocicletas

**ENCUESTA**

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de Moto-repuestos en la localidad de Puerto Rico

<b>EDAD</b>			
<b>18 a 25 años</b>	<b>26 a 35 años</b>	<b>36 a 45 años</b>	<b>45 a 59 años</b>
<b>Mujer</b>		<b>Hombre</b>	

1. ¿con que frecuencia de compra de repuestos para motocicleta por parte de los clientes?

<b>Todos los meses</b>	<b>2 veces cada tres meses</b>	<b>2 veces cada 6 meses</b>	<b>4 veces cada 8 meses</b>	<b>Una vez al año</b>

2. ¿Qué tipo de repuesto por lo general Ud. Compra?

<b>Carburadores</b>	<b>Llantas pantaneras</b>	<b>Plásticos y carcasas</b>	<b>Asientos y accesorios</b>	<b>Accesorios de personalización</b>

3. ¿Dónde prefiere realizar sus compras de repuestos?

<b>Moto repuestos CHOCOTRON</b>	<b>Comercial HILDA</b>	<b>Moto repuestos DANIEL</b>	<b>Moto repuestos REJAS</b>

4. ¿Qué es lo que busca el cliente al momento de comprar los repuestos?

<b>Calidad</b>	<b>Diseño</b>	<b>Precio</b>	<b>Modelo</b>	<b>Marcas</b>

5. ¿Gusta Ud. de personalizar su motocicleta?

<b>SI</b>	<b>NO</b>

6. ¿Conoce los nombres de los repuestos para su vehículo?

<b>SI</b>	<b>NO</b>

7. ¿Ha comprado repuestos de procedencia china para su motocicleta?

<b>SI</b>	<b>NO</b>

8. ¿Qué opina usted en cuanto a los repuestos de procedencia china?

<b>Me gusta</b>	<b>Me encanta</b>	<b>No me gusta</b>	<b>Definitivamente nunca lo usaría</b>