

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

PLAN DE NEGOCIOS

"TRANS VICUÑA VELOZ"

RECOLECCION Y ENVIO DE ENCOMIENDAS Y GIROS DE DINERO

POSTULANTES: MARIA JOAQUINA ARUQUIPA MAMANI
MARIA ELENA MAMANI AMARU

TUTOR: MSc. JORGE RIVEROS SALAZAR

LA PAZ - BOLIVIA

2019

Agradecimiento

A Dios por darnos la vida y el don de la perseverancia para alcanzar nuestras metas.

A nuestros padres por todo el esfuerzo y sacrificio quienes con su amor, comprensión y apoyo incondicional nos motivaron a seguir adelante para ser de nosotras mejores personas.

A nuestros hermanos por estar siempre a nuestro lado brindándonos su apoyo incondicional.

A nuestro tutor MSc. Jorge Riveros Salazar, por habernos brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, quien con mucho profesionalismo y paciencia supo guiarnos para la culminación de este proyecto.

A todos los docentes de la carrera de Administración de Empresas, por brindarnos lo mejor de sus enseñanzas para convertirnos en grandes profesionales.

Dedicatoria

A Dios por ser guía y fortaleza en nuestro camino.

A nuestros padres quienes con sus consejos han sabido guiarnos para culminar nuestra carrera profesional.

A nuestros hermanos quienes día a día fueron alentándonos para llegar a nuestra meta.

A nuestros seres queridos quienes con mucho cariño y comprensión nos acompañaron por este camino.

Con nuestro más sincero amor..... Gracias.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
CAPITULO 1. DEFINICION DEL NEGOCIO	2
1. NATURALEZA DE LA EMPRESA	2
2. CONCEPTO DE NEGOCIO.....	3
3. EL SERVICIO Y SU GENERACIÓN DE VALOR	3
3.2 ¿Que vendemos?.....	3
3.3 ¿A quién vendemos?	3
3.4 ¿Qué necesidades satisfacemos?.....	4
3.5 ¿Por qué nos elegirán a nosotros?	4
4. MISION, VISION, VALORES Y CLAVES DE GESTION	4
4.1 Misión.....	4
4.2 Visión	4
4.5 Valores.....	5
4.6 Claves de gestión.....	6
5. ESTRATEGIA COMPETITIVA.....	6
6. VENTAJA COMPETITIVA	7
7. OBJETIVO GENERAL.....	7
8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
CAPITULO 2. PLANEACIÓN DE MARKETING	9
1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO MERCADOTÉCNICO (INTEGRAL)	9
1.1 SERVICIO MERCADOTÉCNICO	9
1.1.2 DESCRIPCIÓN DE PORTAFOLIO DE SERVICIOS.....	10
1.2 CONSUMIDOR ESPECIFICO	11
1.3 SATISFACCION DE NECESIDADES Y/O DESEOS	12
2. MERCADO	12
2.1 POTENCIAL DE MERCADO	12
2.2 LA COMPETENCIA Y ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	13
2.2.1 Competencia Directa.....	13
2.2.2 Competencia Indirecta	17
2.3 BARRERAS DE ENTRADA O DE SALIDA.....	17

3. SEGMENTACION DEL MERCADO	20
3.1 PARTICIPACION DE LA EMPRESA EN EL MERCADO	22
3.2 POTENCIAL DE VENTAS	24
3.3 PRONÓSTICO DE VENTAS	25
4. EL CONSUMIDOR	27
4.1 USUARIO OBJETIVO	27
4.2 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	27
5. INFLUENCIAS EXTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA	29
6. INFLUENCIAS INTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA	30
7. ENFOQUES DE DECISIÓN DE COMPRA (RAZONAMIENTO(S) USADO(S) PARA LA COMPRA)	30
8. ESTRATEGIA DE MARKETING	31
8.1 OBJETIVOS DE MARKETING	31
8.2 ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO	32
8.2.1 ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE Y MICRO AMBIENTE	32
8.3 ANALISIS DEL AMBIENTE INTERNO	33
8.3.1 ESTRATEGIAS UTILIZADAS SEGÚN LA COMBINACION DEL FODA	34
8.4 ESTRATEGIA DEL SERVICIO	35
8.5 ESTRATEGIA DE PRECIO	37
8.6 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN	39
8.7 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	47
8.8 ESTRATEGIA DE PERSONAS	49
8.9 ESTRATEGIA DE PROCESOS	50
8.10 ESTRATEGIA DE PRUEBA (EVIDENCIA FISICA)	50
CAPITULO 3. PLANEACION OPERATIVA	52
1. DISEÑO Y DESARROLLO DE SERVICIO	52
1.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y FUNCIONAL DEL SERVICIO	52
1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	57
1.3 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	57
1.3.1 ¿Qué es?	57
1.3.2 ¿Qué hace?	58
1.3.3 ¿Qué necesidades satisface?	58
2. PROCESO DE PRODUCCIÓN	58

2.1 TIPO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN	58
2.2 DESCRIPCION DETALLADA DE FASES Y TAREAS POR PUESTOS	59
2.3 DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL.....	64
3. DESCRIPCION DE CARACTERISTICAS TECNICAS, FISICAS, FUNCIONALES Y CAPACIDAD DE PRODUCCION HERRAMIENTAS, EQUIPOS, VEHÍCULOS, OTROS SIMILARES.....	64
4. INSUMOS: DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA (TÉCNICA, CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DE INSUMOS)	66
5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS	68
6. PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	68
6.1 Sistemas de inventarios	73
7. PLANTA	74
7.1 Tamaño.....	74
7.2 Capacidad de producción.....	74
7.3 Localización de planta	75
7.4 Distribución de planta	76
CAPITULO 4. PLANEACIÓN FINANCIERA.....	79
1. PRESUPUESTO DE INVERSION.....	79
1.1 Costo de herramientas.....	80
1.2 Costo de muebles y enseres.....	80
1.3 Costo de equipos de computación.....	80
1.4 Costo de vehículos	81
2. DEPRECIACIONES	81
3. PRESUPUESTO DE OPERACIONES.....	81
3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN	81
3.2 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN	83
3.3 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN.....	84
3.4 COSTOS LEGALES.....	84
4. Costos variables y fijos	84
5. PUNTO DE EQUILIBRIO	85
6. FINANCIAMIENTO	86
7. CASH FLOW (FLUJO DE CAJA).....	86
8. EVALUACIÓN FINANCIERA (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)	87

CAPITULO 5. SUPUESTOS Y ESCENARIOS.....	88
1. Análisis de sensibilidad	88
2. Supuesto sobre ventas: Disminución en Ingresos	88
2.1 Supuesto sobre Insumos: Incremento del Costo de Insumos.....	88
2.2 Supuesto variables externas: Disminución de precios de servicios	89
3. Supuesto sobre volúmenes de producción: Disminución de la producción	89
3.1 Supuesto sobre volúmenes de producción: Disminución de la producción e incremento de costos en insumos	90
CAPITULO 6. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL	91
1. PERSONERIA JURÍDICA	91
2. REGISTRO LEGAL	91
2.1 VERIFICACIÓN DE LA EMPRESA	91
2.2 ESCRITURA DE CONSITUCIÓN	91
2.3 PROTOCOLIZACIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN	91
2.4 PUBLICACIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN	92
2.5 ELABORACIÓN DE BALANCE DE APERTURA	92
2.6 REGISTRO EN FUNDEMPRESA	92
2.7 REGISTRO EN IMPUESTOS NACIONALES	93
2.8 LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.....	95
2.9 AFILIACION A UNA CAJA DE SALUD: CNS	95
2.10 REGISTRO DE EMPLEADOS A LA AFP'S	96
2.11 REGISTRO OBLIGATORIO DE EMPLEADORES (ROE)	98
3. ORGANIZACION EMPRESARIAL.....	98
4. PROCEDIMIENTOS TÉCNICO - ADMINISTRATIVOS.....	99
4.1 Personal.....	99
4.2 Manual de descripción de cargos y funciones	99
CONCLUSIONES	105
RECOMENDACIONES.....	106
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	107
ANEXO 1 - OCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (2019p)	112
ANEXO 2 - COSTO DE INSUMOS.....	112
ANEXO 3 - PROYECCION DE INSUMOS (AÑO 1)	113

ANEXO 4 - PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS	113
ANEXO 5 - COSTO DE GASOLINA POR RUTA PARA LAS MOTO CARGAS	114
ANEXO 6 - COSTO DE MATERIAL DE OFICINA	114
ANEXO 7 - COSTO UNIFORME DEL PERSONAL	115
ANEXO 8 - EDAD	115
ANEXO 9 - SEXO	116
ANEXO 10 - ESTADO CIVÍL	116
ANEXO 11 - OCUPACIÓN	117
ANEXO 12 - INGRESO	117
ANEXO 13 - PREGUNTA 1	118
ANEXO 14 - PREGUNTA 2	118
ANEXO 15 - PREGUNTA 3	119
ANEXO 16 - PREGUNTA 4	120
ANEXO 17 - PREGUNTA 5	120
ANEXO 18 - PREGUNTA 6	121
ANEXO 19 - PREGUNTA 7	122
ANEXO 20 - PREGUNTA 8	122
ANEXO 21 - RELACION INGRESO - PRECIO (ENCOMIENDA).....	123
ANEXO 22 - RELACION INGRESO - PRECIO (GIRO DE DINERO).....	123

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.1 - CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO	9
CUADRO 2.2 - COMPETENCIA DIRECTA, ENCOMIENDAS	14
CUADRO 2.3 - ENTIDADES FINANCIERAS, GIROS DE DINERO	15
CUADRO 2.4 - TIGO MONEY, GIROS DE DINERO.....	16
CUADRO 2.5 - POBLACIÓN POR MUNICIPIO (2012 - 2017(p)).....	22
CUADRO 2.6 - PROYECCIÓN DE POBLACIÓN, CRECIMIENTO POBLACIONAL	22
CUADRO 2.7 - POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA (2019 (p)).....	23
CUADRO 2.8 - INCREMENTO DE LA DEMANDA PROYECTADA (5 AÑOS)	23
CUADRO 2.9 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN UNIDADES, ENCOMIENDA (5 AÑOS)	24
CUADRO 2.10 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN UNIDADES, GIRO DE DINERO (5 AÑOS)	24
CUADRO 2.11 - POTENCIAL DE VENTAS, ENCOMIENDAS	24
CUADRO 2.12 - POTENCIAL DE VENTAS, DINERO	25
CUADRO 2.13 - POTENCIAL DE VENTAS, BOLETOS DE VIAJE	25
CUADRO 2.14 - PROYECCIÓN DE INGRESOS, ENCOMIENDAS (5 AÑOS)	26
CUADRO 2.15 - PROYECCIÓN DE INGRESOS, GIRO DE DINERO (5 AÑOS)	26
CUADRO 2.16 - PROYECCIÓN DE INGRESOS, BOLETOS DE VIAJE.....	27
CUADRO 2.17 - MACROAMBIENTE	32
CUADRO 2.18 - MICROAMBIENTE	33
CUADRO 2.19 - ANALISIS FODA	33
CUADRO 2.20 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO	37
CUADRO 2.21 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PRECIO.....	37
CUADRO 2.22 - PRECIO PARA LA ENCOMIENDA.....	38
CUADRO 2.23 - PRECIO PARA GIRO DE DINERO	38
CUADRO 2.24 - DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	39
CUADRO 2.25 - RUTA No.1 - SUCURSAL BATALLAS	41
CUADRO 2.26 - RUTA No.2 - SUCURSAL ACHACACHI	42
CUADRO 2.27 - RUTA No.3 - SUCURSAL ESCOMA	43
CUADRO 2.28 - RUTA No.4 - SUCURSAL GUAQUI.....	44
CUADRO 2.29 - RUTA No.5 - SUCURSAL.....	45
CUADRO 2.30 - RUTA No.6 - SUCURSAL COPACABANA	46
CUADRO 2.31 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	47

CUADRO 2.32 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PERSONAS.....	49
CUADRO 2.33 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PROCESOS	50
CUADRO 2.34 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PRUEBA(EVIDENCIA FISICA)	51
CUADRO 3.35 - PRECIO DE ENCOMIENDAS	53
CUADRO 3.36 - RANGOS DE TIEMPO DE TRANSPORTE	54
CUADRO 3.37 - PRECIO DE GIRO DE DINERO	56
CUADRO 3.38 - TARIFAS DE BOLETOS DE VIAJE	57
CUADRO 3.39 - RECEPCION PARA ENVÍO DE ENCOMIENDA.....	59
CUADRO 3.40 - RECEPCIÓN PARA LA DISTRIBUCIÓN DE ENCOMIENDA	60
CUADRO 3.41 - ENVIO DE GIRO DE DINERO.....	61
CUADRO 3.42 - VENTA DE BOLETOS DE VIAJE	63
CUADRO 3.43 - HERRAMIENTAS, EQUIPOS, VEHÍCULO	64
CUADRO 3.44 - INSUMOS PARA EMBALAJE.....	66
CUADRO 3.45 - MATERIAL DE OFICINA	67
CUADRO 3.46 - PROGRAMA DE RECEPCIÓN DE ENCOMIENDA, DINERO Y VENTA DE BOLETOS DE VIAJE	68
CUADRO 3.47 - DIAGRAMA DE GANTT - BATALLAS	69
CUADRO 3.48 - DIAGRAMA DE GANTT - CENTRAL.....	70
CUADRO 3.49 - DIAGRAMA DE GANTT - ESCOMA.....	70
CUADRO 3.50 - DIAGRAMA DE GANTT - ACHACACHI	71
CUADRO 3.51 - DIAGRAMA DE GANTT - GUAQUI	71
CUADRO 3.52 - DIAGRAMA DE GANTT - TIAHUANACO	72
CUADRO 3.53 - DIAGRAMA DE GANTT - COPACABANA.....	72
CUADRO 3.54 - CONTROL DE DISTRIBUCIONES DIARIAS (ENCOMIENDAS)	73
CUADRO 3.55 - FORMATO DE INVENTARIO DE INSUMOS.....	73
CUADRO 3.56 - FORMATO DE INVENTARIO DE MATERIAL DE OFICINA	74
CUADRO 3.57 - CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	75
CUADRO 4.58 - INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	79
CUADRO 4.59 - COSTO DE HERRAMIENTAS.....	80
CUADRO 4.60 - COSTO DE MUEBLES Y ENSERES.....	80
CUADRO 4.61 - COSTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	80
CUADRO 4.62 - VEHÍCULOS.....	81
CUADRO 4.63 - DEPRECIACIONES	81

CUADRO 4.64 - INSUMOS POR SERVICIO	82
CUADRO 4.65 - COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	82
CUADRO 4.66 - COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA	83
CUADRO 4.67 - GASTOS GENERALES.....	83
CUADRO 4.68 - COSTOS DE PUBLICIDAD	84
CUADRO 4.69 - COSTOS DE TRÁMITES LEGALES	84
CUADRO 4.70 - COSTOS VARIABLES Y FIJOS	85
CUADRO 4.71 - PUNTO DE EQUILIBRIO, ENCOMIENDAS	85
CUADRO 4.72 - PUNTO DE EQUILIBRIO, GIRO DE DINERO	86
CUADRO 4.73 - CASH FLOW (FLUJO DE CAJA).....	87
CUADRO 4.74 - INDICADORES ECONÓMICOS	87
CUADRO 5.75 - DISMINUCIÓN EN INGRESOS.....	88
CUADRO 5.76 - INCREMENTO DE LOS COSTOS DE INSUMOS	89
CUADRO 5.77 - DISMINUCIÓN DEL PRECIO	89
CUADRO 5.78 - DISMINUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN	89
CUADRO 5.79 - DISMINUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN E INCREMENTO DE LOS COSTOS DE INSUMOS	90
CUADRO 6.80 - GERENTE GENERAL	99
CUADRO 6.81 - JEFE DE CONTABILIDAD	100
CUADRO 6.82 - JEFE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA.....	101
CUADRO 6.83 - RECEPCIONISTA	102
CUADRO 6.84 - MENSAJERO	103

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 2.1 - BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA	19
GRÁFICO 2.2 - LOGOTIPO DE “TRANS VICUÑA VELOZ”	36
GRÁFICO 2.3 - DISTRIBUCION DE LAS ENCOMIENDAS	40
GRÁFICO 2.4 - DISTRIBUCION DE DINERO	40
GRÁFICO 2.5 - RUTAS DE RECORRIDO EN BATALLAS	42
GRÁFICO 2.6 - RUTAS DE RECORRIDO EN ACHACACHI	43
GRÁFICO 2.7 - RUTAS DE RECORRIDO EN ESCOMA.....	44
GRÁFICO 2.8 - RUTAS DE RECORRIDO EN GUAQUI	44
GRÁFICO 2.9 - RUTAS DE RECORRIDO EN TIAHUANACO	45
GRÁFICO 2.10 - RUTAS DE RECORRIDO EN COPACABANA.....	47
GRÁFICO 3.11 - COBERTURA Y CAPITAL ASEGURADO - SOAT	55
GRÁFICO 3.12 - FLUJOGRAMA DE ENVÍO DE ENCOMIENDA.....	60
GRÁFICO 3.13 - FLUJOGRAMA DE ENVÍO DE GIRO DE DINERO	62
GRÁFICO 3.14 - FLUJOGRAMA VENTA DE BOLETOS	63
GRÁFICO 3.15 - UBICACIÓN DE LA EMPRESA	76
GRÁFICO 3.16 - DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA.....	78
GRÁFICO 5.17 - ORGANIGRAMA	98



RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio fue elaborado con el propósito de poner en marcha la empresa MAJEL SRL, "TRANS VICUÑA VELOZ", el cual ofrece el servicio de transportar encomiendas y transferir dinero, desde la región del Altiplano Norte paceño hacia la ciudad de La Paz, donde busca introducir al mercado un servicio de calidad para el usuario de manera segura, confiable y oportuna.

Nuestro portafolio de servicios, consiste en envíos de encomienda (por libra, kilo, arroba y quintal) y transferencia de dinero (según la cantidad). Además contamos con un servicio adicional de venta de boletos de viaje hacia la región del Altiplano Norte paceño resultado de la Alianza Estratégica con los sindicatos.

Con una central en la zona Villa Esperanza, ciudad de El Alto y sucursales en los municipios de Escoma, Achacachi, Copacabana, Batallas, Guaqui y Tiahuanaco.

El usuario objetivo serán agricultores, comerciantes, estudiantes que trabajan, empleados entre las edades de 18 años a 65 años a más de la región del Altiplano Norte paceño (Camacho, Omasuyos, Manco Kapac, Los Andes e Ingavi).

No existe una competencia directa real, pero existen empresas que pueden actuar como competencia directa, dirigidas al mismo mercado como los sindicatos de transporte, entidades financieras y empresas con el servicio de billetera móvil.

Con una inversión inicial de Bs. 108719,79, que partirá del capital propio por parte de tres socios, una capacidad de 20500 envíos al año lograremos la participación inicial del 28% en el mercado objetivo.

Su flujo de caja tendrá un VAN de Bs. 313729,76, a través de Ingresos/Egresos se indica que por cada boliviano que invierta la empresa tendrá una ganancia del 1.24 y tendrá un TIR del 50%, lo cual indica que el proyecto es aceptable y podrá llevarse a cabo. A través de dichos indicadores económicos se realiza el análisis de sensibilidad donde se muestra que la empresa podrá soportar incremento y disminución en diferentes escenarios.



CAPITULO 1.

DEFINICION DEL NEGOCIO

1. NATURALEZA DE LA EMPRESA

Debido a viajes realizados al Norte altiplánico de La Paz, donde observamos a personas que se dedican a diferentes actividades, llevan y traen encomiendas, documentos y/o dinero, lo realizan con terceras personas (algún familiar, amigos) a veces personalmente. Muchas veces no logran concretar este cometido, por lo cual surgió la idea de realizar este plan de negocio de recolección y envío de encomiendas y giros de dinero MAJEL SRL, "TRANS VICUÑA VELOZ" en base a información de mercado e investigación exploratoria.

Tamaño de la empresa: La empresa MAJEL SRL, será una PYME, según el criterio organizacional, que va de acuerdo al número de trabajadores de estas compañías, que oscila entre 11 y 49 personas. "TRANS VICUÑA VELOZ" contará con un personal compuesto por 12 personas (1 Gerente General, 1 Jefe de Contabilidad, 1 Jefe de Operaciones y Logística, 6 Recepcionistas, 3 Mensajeros).

Actividad económica: La empresa MAJEL SRL, pertenece al sector terciario o de servicios, donde se destacan actividades como el turismo, finanzas, salud, educación, comercio, restaurantes, centros comerciales, transporte, telecomunicaciones, entretenimiento. Además, este sector emplea al 67% de la mano de obra del país. "TRANS VICUÑA VELOZ" ofrece a los usuarios el servicio de transportar encomiendas y la transferencia de dinero.

Ámbito de actividad: Se desenvuelve en el ámbito local.

"TRANS VICUÑA VELOZ" contará con una Central en la ciudad de El Alto y sucursales en los municipios de Escoma, Achacachi, Copacabana, Batallas, Guaqui y Tiahuanaco del Altiplano Norte del departamento de La Paz.

Por su propiedad: Empresa privada.

Por su forma jurídica: "Sociedad de Responsabilidad Limitada".



2. CONCEPTO DE NEGOCIO

"TRANS VICUÑA VELOZ", ofrecerá el servicio de recolección y envío de encomiendas y transferencia de giros de dinero desde la ciudad a la región del altiplano Norte del departamento de La Paz y/o desde el Altiplano a la ciudad de La Paz, ofreciendo calidad de servicio al cliente de manera segura, confiable y oportuna.

3. EL SERVICIO Y SU GENERACIÓN DE VALOR

La empresa tendrá la finalidad de atender las necesidades latentes en el área de servicios de traslado de encomiendas y transferencia de dinero para un ser querido o un negocio, desde un punto específico de una provincia del Norte Altiplánico de La Paz a la ciudad y desde la ciudad a la región Altiplánica, con rapidez, confiabilidad y seguridad.

La entrega oportuna de las encomiendas y giros de dinero hace que las personas mantengan una comunicación e información inmediata, ayuda a un mejor desenvolvimiento de sus actividades.

3.2 ¿Que vendemos?

"TRANS VICUÑA VELOZ", una empresa que realizara el servicio de recolección, envío de encomiendas, transferencia de dinero y con el servicio adicional de venta de boletos de viaje, gracias a una alianza estratégica con los sindicatos de la terminal interprovincial, brindando una atención de calidad, segura, confiable y oportuna.

3.3 ¿A quién vendemos?

El servicio está dirigido a personas que estudian y trabajan, empleados, agricultores, comerciantes entre las edades de 18 años hasta 65 años a más que viven en la región del Altiplano Norte del departamento de La Paz, (Camacho, Omasuyos, Manco Kapac, Los Andes e Ingavi), la ciudad de La Paz y el Alto, que por el factor tiempo, trabajo o estudio no pueden realizarlo personalmente.



3.4 ¿Qué necesidades satisfacemos?

"TRANS VICUÑA VELOZ", pretende cubrir la necesidad de las personas que viven en la región del Norte del Altiplano de La Paz, de contar con un servicio especializado en envíos de encomienda y giros de dinero al momento de querer enviar alguna encomienda y/o transferir dinero con horarios accesibles, confiabilidad y puntualidad, de esta manera, evitar invertir un tiempo específico para realizarlo personalmente o con terceras personas, dicho tiempo puede ser utilizado para atender tareas propias de su ámbito.

Satisfacer sus necesidades, gustos y preferencias, que sobrepase expectativas y que, a su vez, esté acompañado de una excelente atención o servicio al cliente, estaremos logrando que el cliente regrese y que muy probablemente hable bien de nosotros y nos recomiende.

3.5 ¿Por qué nos elegirán a nosotros?

De acuerdo a un estudio previo de mercado, los usuarios elegirán a "TRANS VICUÑA VELOZ", por ofrecer calidad en el servicio, en la recolección y envío de encomiendas y/o dinero, dando así como resultado la entrega de las mismas a sus respectivos destinatarios de manera segura, confiable y oportuna.

4. MISION, VISION, VALORES Y CLAVES DE GESTION

4.1 Misión

Solucionar las necesidades de envío y recolección de encomiendas y giros de dinero de nuestros clientes, a través de la excelencia en el servicio, que se verá reflejado en la entrega segura y cumplimiento oportuno e inmediato de cada una de las demandas de nuestros clientes, teniendo un sentido de compromiso con cada uno de ellos.

4.2 Visión

Lograr posicionarnos como un referente de empresa líder en servicios de recolección y envío de encomiendas y giros de dinero, que se distinga por



proporcionar una calidad de servicio excelente a sus clientes, una rentabilidad sostenida a sus accionistas, una ampliación de oportunidades de desarrollo profesional y personal a sus empleados y una contribución positiva a la sociedad.

4.5 Valores

La empresa se identifica con:

- **Honestidad.** El recurso humano que conforma el servicio de envío y recolección de encomiendas y giros de dinero, se compromete a desempeñar sus funciones en forma correcta desde el punto de vista moral, en todas las actividades que se desarrollan.
- **Integridad.** Respetar y valorar a las personas tratando a los demás como queremos que se nos trate. Ser honestos al representarnos a nosotros mismos y a nuestras intenciones con base en la verdad.
- **Responsabilidad.** Con los compromisos adquiridos con los clientes.
- **Cordialidad.** Siempre se debe tratar al cliente con amabilidad y paciencia tratando de cubrir todas sus expectativas.
- **Respeto.** Desarrollar un trato y comunicación sincera, oportuna y de altura con todos los que conforman el servicio y los clientes.
- **Entrega.** Al trabajo. A cumplir con nuestros clientes. Buscando su satisfacción con esfuerzo y dedicación.
- **Compromiso.** Comprometer con los clientes para servirles de la mejor manera, en lo que sea posible dentro de las capacidades de la empresa, dando lo mejor de sí sin escatimar esfuerzos.



- **Trabajo en equipo.** Se debe tomar en cuenta que para alcanzar una meta se debe trabajar en equipo con miras hacia un mismo fin.

4.6 Claves de gestión

- **Planificación estratégica.** Actividades de negocio estructurado y eficiente, con propósitos y objetivos específicos determinados en un marco de tiempo y magnitud de efecto.
- **Conocimiento de los procesos de distribución.** Conocimiento en el área de distribución/logística para la empresa.
- **Conocimiento del comportamiento el consumidor.** Conocimiento de las expectativas y las necesidades del cliente

5. ESTRATEGIA COMPETITIVA

Se implementarán pensando en aumentar las utilidades de la empresa, basándose en mejorar las operaciones y mercadeo, con el fin de buscar la fidelidad del cliente, sin olvidarse en una atención personalizada.

- **Estrategia de bajo costo**

La empresa "TRANS VICUÑA VELOZ" analizará aquellos recursos de marketing utilizados para considerar los precios de sus servicios.

- **Estrategia de diferenciación**

"TRANS VICUÑA VELOZ" al ser una empresa nueva contará con un servicio y supervisión más personalizada, los recepcionistas y mensajeros de las sucursales contarán con un tiempo determinado de capacitación.

Los administradores siempre estarán en constante supervisión para que las encomiendas lleguen a su destino en las mejores condiciones y en el tiempo determinado.



"TRANS VICUÑA VELOZ" demostrará una imagen confiable y eficiente al momento de realizar el servicio, además de una constante comunicación con los clientes, tomando en cuenta todas sus sugerencias para poder así proporcionar un mejor servicio.

➤ **Estrategia de enfoque**

En esta estrategia, "TRANS VICUÑA VELOZ" busca nuevas oportunidades de trabajo en la región altiplánica donde se va a desenvolver la misma.

6. VENTAJA COMPETITIVA

Nuestra ventaja competitiva estará basada en el factor "tiempo de entrega" que se asigne a los envíos, por lo cual nos esforzaremos por lograr la satisfacción de los usuarios estableciendo rutas y estimaciones de tiempo. El factor "seguridad" será tomado muy en cuenta ya que los usuarios de nuestro mercado meta también requieren que sus encomiendas y dinero presenten cierto grado de seguridad.

7. OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan de negocio para una empresa de servicios de recolección, envío de encomiendas y giros de dinero que permita establecer sus operaciones.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Solucionar las necesidades de envío y recolección de encomiendas y dinero de los clientes.
- Buscar la rentabilidad de la inversión, estableciendo un precio accesible.
- Determinar lo esencial del análisis de situación actual de este tipo de negocios, con la finalidad de identificar las oportunidades que presenta el mercado.



- Realizar un estudio de mercado que nos permita analizar la oferta y la demanda del servicio.
- Realizar un estudio económico financiero en el que se especifiquen las proyecciones de ingresos y costos.
- Realizar un plan de operaciones en el que se detallen todas las actividades necesarias para poner en marcha el negocio e identificar las necesidades de financiación.
- Desarrollar un plan de organización en el que se asignen las responsabilidades al equipo directivo de acuerdo a sus capacidades.



CAPITULO 2.

PLANEACIÓN DE MARKETING

1. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO MERCADOTÉCNICO (INTEGRAL)

1.1 SERVICIO MERCADOTÉCNICO

"TRANS VICUÑA VELOZ" ofrece el servicio de recolección y envío de encomiendas y transferencia de giros de dinero, considerado como un nuevo servicio con una buena atención, segura y oportuna con el cual se espera satisfacer la necesidad del usuario que es de transportar encomiendas y transferir dinero desde el Norte del Altiplano paceño a la ciudad de La Paz y desde la misma hasta el Norte del Altiplano paceño, además comprar un boleto de viaje hacia esa región (servicio adicional).

Nos destacaremos por nuestra puntualidad, confianza, compromiso y seguridad en la entrega de las encomiendas y giros de dinero, reflejadas en el proceso del servicio, en los tiempos acordados, en la manipulación de las encomiendas y en la confidencialidad de los giros de dinero, lo que nos permitirá posicionarnos en el mercado. Convirtiéndonos así en una herramienta fundamental en el manejo de su logística.

"TRANS VICUÑA VELOZ" tendrá una Central en la ciudad de El Alto y 6 sucursales en el Norte Altiplánico paceño (municipios de Escoma, Achacachi, Copacabana, Batallas, Guaqui y Tiahuanaco), además de contar con infraestructura equipada para brindar un buen servicio, con personal calificado en el almacenado, resguardo y distribución de las encomiendas.

Nuestro servicio será clasificado en:

CUADRO 1.1 - CLASIFICACIÓN DEL SERVICIO

SERVICIO	CLASIFICACION
Encomiendas	Según su peso y tamaño
Giro de dinero inmediato	Según la cantidad



Venta de boletos	Según el tarifario y destino
-------------------------	------------------------------

FUENTE: Elaboración propia

1.1.2 DESCRIPCIÓN DE PORTAFOLIO DE SERVICIOS

A continuación detallamos nuestro portafolio de servicios:

Encomiendas

Mediante un análisis al consumidor se determinó que existen factores laborales, de estudio o salud, pero el mayor es el factor tiempo a la hora de enviar la encomienda. Lo que causa el no envío de la encomienda al lugar deseado y no cubrir la necesidad requerida en la familia o de alguna amistad cercana.

El envío de encomiendas cuenta con diferentes tarifas, las cuales serán de acuerdo al tamaño y peso, mayor o igual a 2 kilogramos hasta 150 kilogramos.

- **Precios según el tamaño y peso:** Paquetería común, paquetería pesada y paquetería frágil, los cuales serán reflejados en libra Bs.10, kilo Bs.15, arroba Bs.17 y quintal Bs. 25.

Para la distribución de las encomiendas en la región del Altiplano Norte contaremos con mensajeros que transportarán las mismas en moto cargas con horarios y rutas determinadas hasta su destinatario a la vez que realizarán la recolección de encomiendas.

Giro de Dinero

Los factores laborales, de estudio, salud y tiempo, juegan un rol importante al momento de enviar dinero, también la falta de cajeros automáticos es otro inconveniente, imposibilitando el envío de este a un destinatario, entonces para cubrir esta necesidad establecemos el servicio de transferencia de dinero denominado giro de dinero inmediato.



- **Giro de dinero Inmediato:** Consiste en la transferencia de dinero por un remitente el cual determina la cantidad y punto de entrega del giro, donde el destinatario recogerá la guía de envío seguida del giro de dinero en la sucursal correspondiente.
- **Precios según la cantidad:** Según la cantidad a transferir contaremos con tres grupos de dinero a enviar los cuales son: Bs 100 a Bs 7, 500 a Bs 20 y Bs 1000 a Bs 50.

Servicio adicional

Venta de boletos de viaje: Nuestro servicio adicional es la venta de boletos de viaje, resultante de la alianza estratégica con los sindicatos de la terminal interprovincial con destino a los municipios donde están ubicadas nuestras sucursales. Para dicho acuerdo, se realizará un contrato de transporte de encomiendas, por la cual pagaremos una comisión mensual.

- **Precios de boletos:** Bs 10, con destinos a Tiahuanaco, Achacachi, Batallas, Guaqui, Escoma (minibús o flota) y Bs 15, con destino a Copacabana (minibús o flota).

El usuario tendrá la comodidad de comprar un boleto de viaje en nuestra empresa para transportarse a su destino.

1.2 CONSUMIDOR ESPECIFICO

Nuestro consumidor específico son usuarios que requieren nuestro servicio de envío y recolección de encomiendas y giros de dinero, los cuales están ubicados en el Altiplano Norte del departamento de La Paz, específicamente en las provincias detalladas a continuación:

- Provincia Camacho
- Provincia Omasuyos
- Provincia Manco Kapac



- Provincia Los Andes
- Provincia Ingavi

1.3 SATISFACCION DE NECESIDADES Y/O DESEOS

La empresa ofrecerá un servicio de transporte de encomiendas, que cubrirá la necesidad de traer y llevar los mismos evitando viajes constantes o de emergencia y/o de invertir un tiempo específico para realizarlo personalmente.

Se evidencia las falencias actuales del servicio de envío de encomiendas lo que se traduce como oportunidad para nuestra nueva empresa que entra al mercado cubriendo las necesidades del cliente como son: atención personalizada, oportuna, segura y confiable.

La empresa al ofrecer el servicio de giro de dinero, cubre la necesidad de transferir dinero inmediato, evitando viajes forzosos y la falta de un lugar donde recogerlos con seguridad, además, el usuario podrá recoger el dinero en la sucursal correspondiente de manera personal.

Con la venta de boletos de viaje logramos el apoyo mutuo entre nuestra empresa y los sindicatos de transporte a la región norte del altiplano.

2. MERCADO

El mercado está formado por todos los usuarios actuales y potenciales del servicio que ofrece la empresa MAJEL SRL.

2.1 POTENCIAL DE MERCADO

El estudio de mercado realizado dio como resultado que el potencial de mercado representa a las personas que transitan en la región del Altiplano Norte de La Paz, los cuales son estudiantes que trabajan, empleados, comerciantes, agricultores, los mismos que realizan envíos de encomiendas y/o dinero.



2.2 LA COMPETENCIA Y ESTRUCTURA DEL MERCADO

En el departamento de La Paz, ciudad de El Alto se ubica la terminal interprovincial compuesta por sindicatos de transporte, donde el movimiento comienza todos los días a partir de las 4 de la madrugada hasta horas 21:00 p.m., 67 sindicatos y 6 federaciones, con 50 casetas para la venta de boletos de viaje, con salidas al norte altiplánico del departamento.

La competencia está compuesta por la Federación de Transporte Interprovincial (Fetrain), que aglutina a 42 sindicatos, tiene 18 casetas desde donde realiza viajes a poblaciones aledañas al lago Titicaca; Achacachi, Ancoraimos, Laja, Guaqui, Tiahuanaco, Desaguadero, Santa Rosa, Jesús de Machaca, San Andrés, entre otros.

La Federación 1ro de Mayo con sindicatos que ocupan ocho espacios, la Federación Andina tiene seis, la Asociación de Transporte Libre (ATL) tiene una.

En cuanto se refiere a los giros de dinero inmediato, la competencia son las entidades de intermediación financiera, a través de sus cajeros automáticos que están ubicados en algunos pueblos del Norte Altiplánico paceño.

2.2.1 Competencia Directa

La competencia directa está compuesta por 6 sindicatos, los cuales fueron tomados en cuenta por estar dirigidos al mismo mercado, con similares servicios de transporte.

Con relación a nuestra empresa, no existe una competencia directa real consolidada que esté especializada en prestar el mismo servicio y características de "TRANS VICUÑA VELOZ" e ingresamos al mercado como único, nuevo servicio especializado en recolección, envío de encomiendas y giros de dinero. Además, gracias a una alianza estratégica, ofrecemos el servicio adicional que es la venta de boletos de viaje.



CUADRO 2.2 - COMPETENCIA DIRECTA, ENCOMIENDAS

SINDICATO "TRANS ANDINO TITICACA" SINDICATO "TRANS ANDINO ESCOMA" SINDICATO "TRANS ANDINO ACHACACHI" SINDICATO "TRANS ANDINO BATALLAS" SINDICATO "TRANS ANDINO GUAQUI" SINDICATO "TRANS ANDINO TIAHUANACO"	
Ubicación de oficina	Terminal Interprovincial
Descripción del servicio	Pequeñas casetas con almacenaje de encomiendas en la misma caseta.
Personal	Cuenta con una persona para atención al público.
Precio	El costo de transporte es equivalente a un boleto de viaje, Bs. 10 y Bs. 15.
Servicio ofertado	Traslado de personas con sus encomiendas y venta de boletos de viaje.
Destino	Escoma, Achacachi, Guaqui, Copacabana, Batallas y Tiahuanaco.
Observaciones	La caseta es muy pequeña. No está adaptada para el almacenaje de encomiendas. No existe seguridad para el envío de dinero. No cuenta con personal capacitado en el servicio.
Participación	25% en la terminal interprovincial El Alto

FUENTE: Elaboración propia

- En el caso de giros de dinero inmediato, las entidades de intermediación financiera, ofrecen el servicio de transferencia de dinero para clientes que cuenten con cuenta corriente o caja de ahorro.



CUADRO 2.3 - ENTIDADES FINANCIERAS, GIROS DE DINERO

<p>Agencias en Copacabana: Banco Los Andes, BISA, PRODEM</p> <p>Agencias en Achacachi: Banco Unión, Eco Futuro, PRODEM, FIE</p> <p>Agencias en Escoma: Banco Eco Futuro.</p> <p>Agencias en Batallas: Banco Unión, PRODEM, FIE y Banca Móvil del Banco Solidario.</p> <p>Banca Móvil en Guaqui: Banco Unión.</p> <p>Banca Móvil en Tiahuanaco: Banco Solidario.</p>	
Descripción del servicio	<p>Con agencias y/o cajeros automáticos disponibles para el público en general. La Banca Móvil son agencias rodantes donde se puede solicitar el servicio que el usuario necesite.</p> <p>Con el punto Sol Amigo en tiendas y/o lugares de comercio.</p>
Personal	Cuenta con personal para atención al público
Servicio ofertado	<p>Depósitos y retiros de cuenta corriente, cuenta de ahorros.</p> <p>Pago de servicios básicos.</p>
Puntos en el Norte Altiplánico	Escoma, Achacachi, Guaqui, Copacabana, Batallas y Tiahuanaco.
Observaciones	<p>La banca Móvil solo acude una sola vez al mes para prestar servicios.</p> <p>Realizar filas largas para ser atendido en las agencias.</p> <p>Para retirar dinero de los cajeros automáticos, el usuario a veces olvida el PIN.</p> <p>Algunos usuarios desconocen el uso correcto de la tarjeta de débito.</p>
Participación	37% en la región del Norte Altiplánico

FUENTE: Elaboración propia



- La empresa Telecel que ofrece el servicio de billetera móvil llamado Tigo Money.

CUADRO 2.4 - TIGO MONEY, GIROS DE DINERO

Ubicación de puntos	443 puntos de Tigo Money a nivel nacional.
Descripción del servicio	Cuenta de dinero en el celular. Medio de pago, que garantiza transacciones rápidas, seguras y sin requerir internet. Disponible a nivel nacional.
Personal	Cuenta con personal para atención al público
Tarifas	1.Retiro de dinero desde un punto Tigo Money - Transferencia a una cuenta corriente Bs 10-100 costo Bs 4 Bs 101-200 costo Bs 7 Bs 401-600 costo Bs 20 Bs 801-1000 costo Bs 35 2.Billetera móvil Tope de envío: Bs 1500 Bs 200 comisión Bs 7 Bs 500 comisión Bs 25 Bs 1500 comisión Bs 75
Servicio ofertado	Registro de clientes. Envíos de dinero. Carga de dinero en cuentas. Retiro de dinero.
Puntos en el Norte altiplánico	Escoma, Achacachi, Guaqui, Copacabana, Batallas y Tiahuanaco.
Observaciones	El número PIN, es a veces olvidado por el usuario. No existe una buena señal telefónica en algunos lugares de los municipios, por lo tanto no es tan efectiva la transacción. En alianza con entidades financieras, es necesario esperar para ser atendido.
Participación	51% en la región del Norte Altiplánico

FUENTE: Elaboración propia



2.2.2 Competencia Indirecta

Contamos con una competencia indirecta que está compuesta por dos grupos de referencia.

➤ **Familiares:**

Persona del entorno familiar, ofrece el favor de llevar o traer encomiendas y/o dinero, pero tienen el riesgo de perderlos o no los entregan a tiempo a su ser querido. Aunque cuenten con movilidades propias, no tienen suficiente espacio para transportar la encomienda o que no entreguen el dinero completo. Pero si no tienen familiares, lo tienen que realizar personalmente. No tiene costo y/o comisión.

El porcentaje de participación es de 30 % en la región del Altiplano Norte.

➤ **Amistades:**

Personas en las que se puede confiar para llevar, traer encomiendas y/o dinero, pero con frecuencia las encomiendas son extraviadas o no llegan en su totalidad y por algún inconveniente no son entregadas a tiempo a su destinatario. Tiene diferentes costos, a veces es un boleto de viaje para la persona que llevará la encomienda y/o dinero (Bs 10 o Bs 15) o un poco de víveres u hortalizas que quiera regalar el interesado. Una desventaja es que la persona que quiere enviar encomienda o dinero tiene que esperar la disponibilidad de tiempo para viajar de parte del amigo(a).

El porcentaje de participación es de 28% en la región del Altiplano Norte.

2.3 BARRERAS DE ENTRADA O DE SALIDA

Según Michael Porter las barreras de entrada y salida se pueden dar en diferentes puntos, que analizaremos a continuación respecto a la creación de "TRANS VICUÑA VELOZ":



➤ **Barreras de entrada**

Economía de escala: Al aumentar nuestra producción el costo unitario de cada servicio que ofrecemos podría disminuir.

Diferenciación de producto: Si establecemos firmemente nuestros servicios con grandes esfuerzos y los diferenciamos de nuestra competencia, sería muy complicado para los nuevos competidores conseguir alguna participación en el mercado.

Inversiones de capital: Establecer un negocio similar a "TRANS VICUÑA VELOZ" requiere enormes gastos, necesarios para captar la atención de clientes.

Desventaja en Costos independientemente de la Escala: Si buscáramos nuevas formas de reducir costos, con otra empresa similar, implicaría grandes inversiones.

Acceso a los canales de distribución: Podemos crear rutas para la distribución de nuestras encomiendas porque nuestra empresa será única en el servicio, en la región del Altiplano Norte paceño.

Política Gubernamental: Existen leyes que son de gran apoyo para nuestro servicio, como la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, para el Sector Postal.

➤ **Barreras de salida**

Activos especializados: Nuestras moto cargas son especiales por ser fabricadas a pedido y son innovadoras en este servicio, pero podrían no tener ese valor en otro servicio.

Costos fijos de salida: Los costos laborales serían altos, nuestra alianza estratégica sería una pérdida económica.



Interrelaciones estratégicas y entre otros negocios y diferentes áreas: Al realizar estrategias para mantenerse en el mercado que impliquen costos altos.

Barreras emocionales: Al ver la necesidad de la región, creamos "TRANS VICUÑA VELOZ" y decidimos mantenerla en marcha hasta cumplir su visión.

Restricciones Sociales y Gubernamentales: Los empleados que intentarían evitar el cierre. En el aspecto gubernamental, no podrá ser tan sencillo cancelar los contratos fijos de los trabajadores, podría tener una repercusión económica sobre la región.

Luego de este análisis de barreras de entrada y de salida, se construye una matriz de dos columnas por dos filas:

GRÁFICO 2.1 - BARRERAS DE ENTRADA Y SALIDA

BARRERAS		DE SALIDA	
		BAJAS	ALTAS
DE ENTRADA	BAJAS	Rendimientos bajos y estables	Rendimientos bajos y arriesgados
	ALTAS	Rendimientos altos y estables	Rendimientos altos y arriesgados

FUENTE: Barreras de entrada y salida - Michael Porter

a) Nueva Competencia

Las barreras de entrada son altas. Los requisitos de capital son el mayor impedimento para que los nuevos competidores inviertan en la creación de un nuevo servicio similar al nuestro y al mismo tiempo ofrezcan servicios de envíos de encomiendas y giros de dinero.

Las barreras de salida son altas. Por representar inversiones altas por efecto de retiros y liquidaciones.



b) Competencia

Las barreras de salida son altas. Si nuestra rentabilidad disminuye por diferentes factores, causaría pérdidas que nos pueden llevar a liquidar la empresa al sindicato con la cual realizamos la alianza estratégica o empresas de mensajería y paquetería existentes.

c) Servicios sustitutos o nuevos

Considerando la región del Altiplano Norte paceño, la existencia de servicios sustitutos que realizan envíos de encomienda y giros de dinero con precios accesibles, pero con mayor riesgo.

Por lo tanto, "TRANS VICUÑA VELOZ" cuenta con **barreras de entrada altas**, pero también con **barreras de salida altas** lo que ocasiona mayor rentabilidad, pero también con mayor riesgo.

3. SEGMENTACION DEL MERCADO

Es de suma importancia distinguir y separar cada una de las partes del mercado, con la finalidad de que tengamos claro las estrategias y/o decisiones a tomar, para que estas sean las más acertadas y nos lleven al desarrollo óptimo de nuestra empresa.

A través de los instrumentos de investigación, encuestas, entrevistas, observación de la competencia y al consumidor, utilizados para la determinación de la segmentación de mercado se ven las siguientes variables:

➤ Segmentación Geográfica:

El rango de ingreso es calculado mensualmente y de acuerdo a la ocupación, ya que es un ingreso de nivel medio de personas que se dedican al comercio y agricultura que es una característica de la región.



Departamento: La Paz

Ubicación: Norte del Altiplano

El rango de ingreso: Bs 350 a 10000

Ocupación: Estudiante que trabaja, empleado, comerciante, agricultor.

➤ **Segmentación Demográfica**

Edad: 18 años hasta 65 años a más

Sexo: Femenino, Masculino.

➤ **Segmentación Psicográfica**

Preferencias a la hora de transportar su encomienda y/o dinero.

El segmento está compuesto por mujeres y hombres entre estudiantes que trabajan, empleados, comerciantes y agricultores que tienen el hábito y la necesidad de transportar alguna mercadería denominada encomienda y/o dinero, que eligen la manera de transportar la misma, las veces que sea necesaria, esto por el estilo de vida e intereses que poseen.

Ocupación: Estudiante que trabaja, empleado, comerciante, agricultor.

Manera de transportar la encomienda y/o dinero: Personalmente, con un familiar o amistad cercana y a través del servicio de transporte de los sindicatos.

➤ **Segmentación Conductual**

En base al beneficio que le pueda traer y la comodidad que buscan, por el precio, distancia y calidad.

Lugar de donde transporta la encomienda: Región norte altiplánica, ciudad de La Paz y/o El Alto.



Factores que consideran importantes en el servicio: Tiempo de entrega y seguridad.

3.1 PARTICIPACION DE LA EMPRESA EN EL MERCADO

Tomaremos en cuenta datos obtenidos del INE (población por municipio 2012 - 2017(p)) para determinar la participación inicial de la empresa en el mercado.

CUADRO 2.5 - POBLACIÓN POR MUNICIPIO (2012 - 2017(p))

Municipio	2012	2013(p)	2014(p)	2015(p)	2016(p)	2017(p)
Achacachi	45963	46121	46271	46426	46586	46736
Batallas	15192	15344	15502	15662	15823	15986
Copacabana	14121	14281	14446	14601	14751	14909
Guaqui	6724	6799	6875	6950	7022	7096
Tiahuanaco	11477	11632	11797	11957	12112	12277
Escoma	6592	6662	6734	6808	6883	6951

FUENTE: Datos Instituto Nacional de Estadística (INE)

Para proyectar la población hasta el año 2020 (aplicamos el método del incremento porcentual para la población futura), año en el cual la empresa empezará a operar, se tomó en cuenta la población de cada municipio donde se encuentran nuestras sucursales, como vemos en el cuadro siguiente:

CUADRO 2.6 - PROYECCIÓN DE POBLACIÓN, CRECIMIENTO POBLACIONAL

Municipio	2012	2013(p)	2014(p)	2015(p)	2016(p)	2017(p)	2018(p)	2019(p)	2020(p)
Achacachi	45963	46121	46271	46426	46586	46736	46886	47045	47186
Tasa Crecimiento		0,0034	0,0033	0,0033	0,0034	0,0032	0,0032	0,0034	0,0030
Batallas	15192	15344	15502	15662	15823	15986	16151	16317	16482
Tasa Crecimiento		0,0100	0,0103	0,0103	0,0103	0,0103	0,0103	0,0103	0,0101
Copacabana	14121	14281	14446	14601	14751	14909	15069	15224	15374
Tasa Crecimiento		0,0113	0,0116	0,0107	0,0103	0,0107	0,0107	0,0103	0,0099
Guaqui	6724	6799	6875	6950	7022	7096	7170	7240	7313
Tasa Crecimiento		0,0112	0,0112	0,0109	0,0104	0,0105	0,0104	0,0098	0,0101
Tiahuanaco	11477	11632	11797	11957	12112	12277	12432	12597	12757
Tasa Crecimiento		0,0135	0,0142	0,0136	0,0130	0,0136	0,0126	0,0133	0,0127
Escoma	6592	6662	6734	6808	6883	6951	7026	7096	7168
Tasa Crecimiento		0,0106	0,0108	0,0110	0,0110	0,0099	0,0108	0,0100	0,0101
TOTAL POBLACIÓN									106280

FUENTE: Elaboración propia

Con los datos del INE, reflejados en el ANEXO No. 1 - OCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (2019(p)) de los municipios



mencionados, obtenemos la población económicamente activa con un total de 88486 de los cuales el 83% tiene aceptación por nuestro servicio, es decir 73443 habitantes, como nuestro tamaño de mercado.

CUADRO 2.7

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA E INACTIVA (2019(p))

POBLACIÓN	Económicamente activa	Económicamente inactiva
Achacachi	39589	7597
Batallas	13515	2967
Copacabana	13160	2214
Guaqui	6194	1119
Tiahuanaco	10078	2679
Escoma	5949	1219
TOTAL	88486	17794

FUENTE: Elaboración propia

Realizando el cálculo de la participación de la empresa en el mercado, se obtiene el 28% de participación inicial en el mercado.

Tamaño de mercado: 73443 habitantes.

Capacidad de la empresa: 20500 envíos/año.

Participación inicial en el mercado: $(20500 \cdot 100) / 73443 = 28\%$

El crecimiento poblacional es 1,04%, en el cual se basará nuestro incremento porcentual de nuestro servicio, como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 2.8

INCREMENTO DE LA DEMANDA PROYECTADA (5 AÑOS)

AÑO	POBLACIÓN DEMANDA	INCREMENTO 1,04%	TOTAL ENVÍOS AÑO
1	73443	28,00%	20564
2	74207	29,12%	21609
3	74979	30,28%	22707
4	75758	31,49%	23857
5	76546	32,75%	25069

FUENTE: Elaboración propia



La proyección de unidades de encomienda y dinero para cada año son los siguientes:

CUADRO 2.9 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN UNIDADES, ENCOMIENDA (5 AÑOS)

Año		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Encomienda		20564	21609	22707	23857	25069
Libra	26%	5347	5618	5904	6203	6518
Kilo	25%	5141	5402	5677	5964	6267
Arroba	25%	5141	5402	5677	5964	6267
Quintal	24%	4935	5186	5450	5726	6016

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 2.10 - PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN UNIDADES, GIRO DE DINERO (5 AÑOS)

Año		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Giro de Dinero		20564	21609	22707	23857	25069
7	57%	11722	12317	12943	13599	14289
20	28%	5758	6051	6358	6680	7019
50	15%	3085	3241	3406	3579	3760

FUENTE: Elaboración propia

3.2 POTENCIAL DE VENTAS

Considerando el precio de cada servicio y la proyección en unidades desde el año 2020, asumiendo los porcentajes para envíos de encomiendas y dinero, se obtendrá el potencial de ventas para el primer año de operación para "TRANS VICUÑA VELOZ".

CUADRO 2.11 - POTENCIAL DE VENTAS, ENCOMIENDAS

ENCOMIENDA	LIBRA	KILO	ARROBA	QUINTAL
% DE PREFERENCIA	26%	25%	25%	24%
MERCADO POTENCIAL	5347	5141	5141	4935
PRECIO DEL SERVICIO (BS)	10	15	17	25
(M.P.)*(P.S.)	53466	77115	87397	123384
POTENCIAL DE VENTAS	341363,1			

FUENTE: Elaboración propia



CUADRO 2. 12 - POTENCIAL DE VENTAS, DINERO

GIRO DE DINERO	Bs 100	Bs 500	Bs 1000
% DE PREFERENCIA	57%	28%	15%
MERCADO POTENCIAL	11721	5758	3085
PRECIO DEL SERVICIO (BS)	7	20	50
(M.P.)*(P.S.)	82050	115158	154230
POTENCIAL DE VENTAS	351439,44		

FUENTE: Elaboración propia

Por lo detallado, en los CUADROS No. 2.11 y 2.12, tenemos un potencial de ventas de Bs 696504 en envíos de encomienda y giros de dinero.

Además tendremos un potencial de venta de boletos de viaje, el que damos a conocer a continuación:

CUADRO 2.13 - POTENCIAL DE VENTAS, BOLETOS DE VIAJE

BOLETO DE VIAJE	Bs. 10	Bs.15
% DE VENTA	70%	30%
TOTAL VENDIDO UNID.	4.000	2.000
TOTAL VENDIDO BS.	40.000	30.000
% DE INGRESO	20%	
TOTAL INGRESO BS.	8.000	6.000
POTENCIAL DE VENTAS	14.000	

FUENTE: Elaboración propia

3.3 PRONÓSTICO DE VENTAS

Contando con una Central en la ciudad de El Alto y seis sucursales en la región del Altiplano Norte de La Paz, los cuales trabajarán 6 días a la semana de lunes a sábado y 24 días al mes, proyectaremos los ingresos por envíos de encomiendas y dinero de la empresa para los siguientes cinco años.



➤ **Encomiendas**

CUADRO 2.14 - PROYECCIÓN DE INGRESOS, ENCOMIENDAS (5 AÑOS)

(Expresado en Bolivianos)

UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Libra	10	53467	56184	59039	62028	65178
Kilo	15	77115	81034	85152	89464	94007
Arroba	17	87397	91839	96506	101393	106541
Quintal	25	123384	129654	136243	143143	150411
TOTAL BS.		341363,1	358711	376940	396028	416137

FUENTE: Elaboración propia

➤ **Giro de Dinero**

CUADRO 2. 15 - PROYECCIÓN DE INGRESOS, GIRO DE DINERO (5 AÑOS)

(Expresado en Bolivianos)

POR CANTIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bs. 7*100	82051	86220	90602	95190	100023
Bs. 20*500	115159	121011	127161	133600	140384
Bs. 50*1000	154230	162068	170304	178928	188014
TOTAL BS.	351439,4	369299	388067	407718	428421

FUENTE: Elaboración propia

➤ **Boletos de viaje**

Adicionalmente contaremos con ingresos de la venta de boletos de viaje con destino al Norte altiplánico, la cual señala que del 100% de un boleto, el 80 % es para el transporte en el cual viajara el pasajero y el 20% es para nuestra empresa.

Según datos obtenidos de las entrevistas, lo mínimo que venden las casetas es de 1167 boletos de viaje al mes, de los cuales el 70% a un precio de Bs 10 y un 30% de Bs 15, con el 20% de cada boleto que corresponde a los ingresos para la empresa, como vemos en el siguiente cuadro:



CUADRO 2.16 - PROYECCIÓN DE INGRESOS, BOLETOS DE VIAJE

(Expresado en Bolivianos)

PRECIO BOLETO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Bs. 10	8.000	8083,2	8167	8252	8338
Bs. 15	6.000	6062	6125	6189	6254
TOTAL BS.	14000	14146	14293	14441	14592

FUENTE: Elaboración propia

4. EL CONSUMIDOR

4.1 USUARIO OBJETIVO

El usuario objetivo serán agricultores, comerciantes, estudiantes que trabajan, empleados de la región del Altiplano Norte paceño, los cuales envían encomiendas y/o dinero, desde la ciudad de La Paz y/o El Alto hacia el Norte Altiplánico y desde el Norte Altiplánico a la ciudad de La Paz y El Alto, que buscan de alguna manera estar siempre comunicados con sus seres queridos o familiares que por los factores de tiempo, estudio o salud no lo pueden realizar.

4.2 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

¿Quién compra?

Usuarios que viven en la región Norte Altiplánica de La Paz, familiares y amistades que radican en la ciudad de La Paz y/o El Alto.

¿Quiénes usan?

Agricultores, comerciantes, estudiantes que trabajan, empleados y público en general que necesiten este servicio.

¿Por qué compra?

Usuarios que necesiten transportar encomiendas y/o dinero al Norte Altiplánico o a la ciudad de La Paz y El Alto y que por factores de tiempo, salud o estudio no pueden realizarlo.



¿Para qué compra?

Para cubrir la necesidad de llevar, traer encomiendas y/o dinero, además tengan la necesidad de transportarse a un lugar determinado.

¿Cuándo compra?

Por lo general el cliente compra cuando tiene ante sus ojos un negocio atractivo, es decir, un negocio que llame la atención, que cree interés, que los atraiga, y que haga que éstos depositen su confianza y decidan regresar.

Cuando cuentan con un buen servicio al cliente.

Cuando quiere transferir dinero o simplemente desean realizar algún viaje.

Cuando tienen alguna emergencia de trasladar su encomienda.

Cuando le da valor a sus envíos donde necesita un servicio rápido, seguro y efectivo.

¿Dónde compra?

Los usuarios compran y acuden a diversos tipos de mercado según sus necesidades, como ser en las casetas de viaje de la Terminal Aльтиплánica y servicios sustitutos o entidades financieras que realizan transferencias de dinero.

¿Cuánto paga?

Para seleccionar el servicio los usuarios se enfrentan a una toma de decisiones de inversión, servicios que mejor encajan con su necesidad de seguridad y entrega oportuna.

Para el transporte de encomienda paga el equivalente a un boleto de viaje para una persona Bs 10 a 15 de acuerdo al destino y para la transferencia de dinero costos establecidos por las empresas que ofrecen servicios sustitutos por cantidades de dinero a transferir.

¿Cómo se informa?

Nuestro usuario objetivo se informa a través de las casetas de viaje, por amigos o familiares que realizan viajes, por propaganda en medios de comunicación



masivos. Se debe procurar que el cliente que nos visitó y adquirió nuestros servicios decida regresar, de ser posible, nos recomiende con otros usuarios.

¿Qué quiere?

Calidad en el servicio, confianza, en el hecho de que el usuario, de manera natural, elige servicios que realmente conozca sus necesidades y sepa cómo cubrirlas. Además, que su encomienda llegue a tiempo, en buen estado y el dinero sea entregado a quien corresponda y tener un boleto de viaje seguro a su destino.

¿Que no quiere?

Pagar elevados costos, recibir una mala atención, que tomen ventaja de la urgencia de envío y recibir falsas expectativas.

5. INFLUENCIAS EXTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Variables culturales

Relacionada a la costumbre denominada "ayni", solidaridad recíproca, como una forma de agradecimiento a un favor ya realizado de la misma índole (transporte de encomienda y/o dinero).

Variables económicas

El factor económico es muy importante, porque si nuestra empresa no cuenta con recurso financiero sustentable no logrará cubrir los gastos realizados, porque en el mercado existe una variedad de servicios sustitutos, donde el usuario ha aumentado sus exigencias al momento de adquirir un servicio, buscan cumplir sus expectativas y cubrir sus necesidades.

Variables legales

El envío esta normado, con prohibiciones y sanciones reflejadas en la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación para el Sector Postal.



Variables sociales

Reencontrarse con familiares y amistades, estar en contacto con los mismos, a través de los envíos sientan su afecto o apoyo.

6. INFLUENCIAS INTERNAS SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Religión

El usuario busca que se respete sus creencias y costumbres.

Valores Personales

El usuario busca un servicio donde lo atiendan con amabilidad y paciencia, que lo hagan sentir importante y preferencial.

Idiosincrasia

El usuario tiene costumbres únicas de su región las cuales quieren compartir y quiere que las consideremos con respeto, sin discriminación.

7. ENFOQUES DE DECISIÓN DE COMPRA (RAZONAMIENTO(S) USADO(S) PARA LA COMPRA)

Nuestro cliente objetivo al momento de realizar la compra, toma en cuenta diversos enfoques para adquirir el servicio:

➤ Enfoque psicosociológico

Variables psicológicas. Nuestro cliente objetivo de acuerdo a su necesidad, toma en cuenta el portafolio de servicios para el traslado de su encomienda y/o transferencia de dinero, la calidad del servicio, estar en contacto con sus seres queridos. Contar con un servicio seguro y oportuno.

Variables externas. Nuestro cliente objetivo al momento elegir nuestro servicio se basa en experiencia que tuvieron familiares y/o amigos en otro servicio similar al nuestro. Obteniendo la referencia de lugar, beneficios y necesidad que satisface.



➤ **Enfoque motivacional**

Lo que impulsa al cliente objetivo para el uso del servicio teniendo una atención con calidad, trato amable, responsable y seguro de parte del personal que lo atenderá al momento de satisfacer su necesidad, tanto en envío de encomiendas, giros de dinero y venta de boletos.

8. ESTRATEGIA DE MARKETING

Analizaremos las acciones que realizaremos para que nuestro servicio cumpla con los objetivos comerciales y detallaremos las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto.

8.1 OBJETIVOS DE MARKETING

➤ **Lograr la captación de clientes.**

OBJETIVO GENERAL

Utilizar la alianza estratégica con los sindicatos de la terminal Interprovincial de El Alto que viajan a la región Norte del Altiplano paceño para el transporte de las encomiendas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Crear una alianza estratégica principalmente con el personal que conforman los sindicatos que prestan el servicio, en sus diferentes casetas en la terminal Interprovincial de El Alto que viajan a la región Norte del Altiplano paceño.

Lograr que el usuario quede completamente satisfecho con el servicio ofrecido y por medio de este crear propaganda y publicidad.

➤ **Posicionar la marca en nuestro mercado objetivo.**

OBJETIVO GENERAL

Posicionar la marca de "TRANS VICUÑA VELOZ" dentro el mercado objetivo y así ser reconocidos en toda la región del Altiplano y también en la ciudad de La Paz.



OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Incrementar el crecimiento del servicio a través de una buena atención para el reconocimiento de la marca al momento de que el usuario utilice nuestro servicio.
- Implementar información del servicio ofrecido a través de nuestra página web, crear redes sociales como Facebook, twitter y radios sintonizados en los diferentes municipios donde se encuentran nuestras sucursales.

8.2 ANÁLISIS DEL AMBIENTE EXTERNO

Es indispensable el análisis que se realizará en el presente trabajo. El mismo se divide en macro ambiente y micro ambiente:

8.2.1 ANÁLISIS DEL MACRO AMBIENTE Y MICRO AMBIENTE

La empresa está rodeada por fuerzas donde no ejerce ningún control:

CUADRO 2.17 - MACROAMBIENTE

MEDIO CULTURAL - SOCIAL	MEDIO TECNOLÓGICO
Se analizará la ocupación del usuario y el motivo que lo lleva a utilizar nuestro servicio: Ocupación: Estudiante, empleado, comerciante, agricultor. Motivo: Por el factor tiempo, seguridad, estilo de vida e intereses que poseen.	El medio digital se fue incrementado a medida que pasaron los años y dejaron de lado la mensajería y paquetería física, pero aún sigue latente el envío de encomiendas y giros de dinero que no pueden ser reemplazables.
MEDIO POLÍTICO - LEGAL	MEDIO ECONÓMICO
Según la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación para el Sector Postal.	El sector Servicios sociales y personales registró un total de 4,2 millones de trabajadores, lo cual convierte a este sector en el segundo con la mayor cantidad de ocupados en el país con un porcentaje del 19%.
MEDIO AMBIENTE	DEMOGRAFÍA
Nuestro servicio no contamina el medio ambiente, compartimos la ideología de reciclar.	La condición de actividad revela que 93,3% de las personas son activos y 6,7%, inactivos, es decir, realizan quehaceres domésticos; son jubilados o pensionados; tienen capacidades diferentes; o estudian o no trabajan. Respecto a su residencia, 70,1% de las personas viven en el área urbana y 29,9%, en el área rural.

FUENTE: Elaboración propia



CUADRO 2.18 – MICROAMBIENTE

COMPETENCIA	PROVEEDORES
<p>La competencia directa son 6 sindicatos los cuales fueron tomados en cuenta por estar dirigidos al mismo mercado, con similares servicios de transporte. Sindicatos: TRANS ANDINO TITICACA, ESCOMA, ACHACACHI, BATALLAS, GUAQUI y TIAHUANACO. Giros de dinero inmediato: las entidades de intermediación financiera, empresa Telecel que ofrece el servicio de billetera móvil llamado Tigo Money. Competencia Indirecta, está compuesta por familiares y amistades cercanas.</p>	<p>Al ser un servicio tendrá como proveedores para el equipamiento empresas de importación, para el área de recepción y distribución. Para los insumos de embalaje y papelería por empresas reconocidas por su marca y calidad.</p>
INTERMEDIARIOS	MERCADO
<p>Contaremos con una oficina central en la ciudad de El Alto (Villa Esperanza), sindicatos de transporte hacia la región del Altiplano Norte que serán nuestros intermediarios.</p>	<p>El servicio está dirigido a estudiantes, empleados, agricultores, comerciantes entre las edades de 18 años hasta 65 años a más que viven en la región del Altiplano Norte del departamento de La Paz, (Camacho, Omasuyos, Manco Kapac, Los Andes e Ingavi), la ciudad de La Paz y el Alto, que por el factor tiempo, trabajo o estudio no pueden realizarlo personalmente.</p>
PÚBLICO	
<p>El crecimiento de personas que realizan viajes al Altiplano es alto debido a que hubo migración tanto del área urbana a la rural y de la rural a la urbana, existiendo así familiares en diversas regiones.</p>	

FUENTE: Elaboración propia

8.3 ANALISIS DEL AMBIENTE INTERNO

Antes de implementar estrategia competitiva de la empresa MAJEL SRL. Tomaremos en cuenta el análisis FODA:

CUADRO 2.19 - ANALISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1. Ser la primera empresa en brindar un servicio especializado. F2. Alto interés por las personas de la región del altiplano y la ciudad, por la creación del servicio. F3. Ofrecer un portafolio de servicios de acuerdo con la necesidad del usuario.</p>	<p>D1. Tendremos una baja demanda. D2. Falta de experiencia por el personal nuevo. D3. Falta de moto cargas para la distribución.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS



<p>O1. Contar con la aceptación del mercado.</p> <p>O2. El crecimiento del sector comercial, de la agricultura.</p> <p>O3. Alianza estratégica.</p>	<p>A1. Conflictos sociales que deriven a bloqueos de caminos y manifestaciones entre otros.</p> <p>A2. Plagio de la idea por parte de la competencia.</p> <p>A3. Infraestructura vial de la región altiplánica en malas condiciones, por efecto del clima.</p>
---	---

FUENTE: Elaboración propia.

8.3.1 ESTRATEGIAS UTILIZADAS SEGÚN LA COMBINACION DEL FODA

Según el análisis FODA que se hizo, se realizarán las estrategias para "TRANS VICUÑA VELOZ", de acuerdo a las combinaciones:

FO (OFENSIVAS)

Al ser la primera empresa especializada en el servicio, contando con una buena aceptación de parte de la población y teniendo en cuenta la alianza estratégica con los sindicatos para prestar un buen servicio y así llegar al mercado objetivo.

FA (PREVENTIVAS)

Considerar un programa de prevención en caso de problemas de conflictos sociales, diferenciarnos a través del buen trato a los usuarios y constante mejoramiento del servicio con capacitaciones constantes al personal.

DO (CORRECTIVAS)

Al contar con una demanda baja, se realizará publicidad a través de medios masivos como la radio, volantes y redes sociales.

DA (DEFENSIVAS)

Realizaremos constantes capacitaciones al personal para brindar un servicio de calidad, aumentar la cantidad de moto cargas y buscar rutas alternas de distribución, buscando soluciones a través de autoridades respectivas del



municipio para el mejoramiento de las rutas por donde distribuiremos las encomiendas.

TRANS "VICUÑA VELOZ" por ser una empresa de servicio se tomará en cuenta estrategias destinadas a desarrollar siete aspectos los cuales son: estrategias para el Producto/servicio, Plaza, Precio, Publicidad, Personal, Procesos y Prueba. Las siete P del marketing se extienden del modelo tradicional, porque este modelo se adapta mejor al área de servicios.

8.4 ESTRATEGIA DEL SERVICIO

Nuestro servicio se define por la asesoría al momento de elegir nuestro portafolio de servicios, las indicaciones necesarias y recomendaciones para el tipo, peso, cantidad y volumen del bien que se quiere transportar, además la correcta manera de manipularlo.

Entre las características del servicio tenemos:

"TRANS VICUÑA VELOZ" principalmente se caracteriza por ser la primera empresa especializada en el mercado.

Nuestra empresa contará con la distribución de puerta a puerta en la región del norte altiplánico.

Entre los atributos que generamos tenemos, la seguridad, comunicación, cortesía, comprensión al cliente.

MARCA

Optamos por el servicio "TRANS VICUÑA VELOZ" para tener una gran percepción e imagen en el mercado.

Nuestra marca debe ser:

- Fácil de reconocer
- Fácil de recordar al momento de elegir el servicio.



Por ser un servicio que brinda solución a una necesidad en momentos de urgencia.

Características:

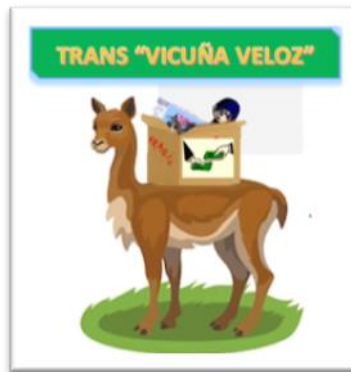
Marca: "TRANS VICUÑA VELOZ"

Tipo de letra: Word Art

Colores del logotipo: Verde, amarillo y beige o vicuña

Formas principales del logotipo: Cuadrado

GRÁFICO 2.2 - LOGOTIPO DE "TRANS VICUÑA VELOZ"



FUENTE: Elaboración propia

El logo de "TRANS VICUÑA VELOZ" se caracteriza por tener la imagen de una vicuña, animal típico, parte de la región del altiplano, además representa calidad por el valor de su lana donde queremos transmitir el mismo en el servicio.

El amarillo es el color escogido por empresas de servicio, el verde por medio ambiente, armonía, naturaleza y beige, el color de la vicuña.

Usando el Eslogan:

"Tu envío siempre seguro.....y

.....a tiempo"



ESTRATEGIAS DEL SERVICIO SEGÚN EL CICLO DE VIDA

Se tiene los siguientes planes de acción según el ciclo de vida de la empresa para el rendimiento óptimo del servicio:

CUADRO 2.20 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO

DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DEL SERVICIO	
Introducción	En el lanzamiento del servicio debemos tener cuidado en la atención que brindamos, donde nos permitirá generar experiencia en el usuario, así cumpliendo con las expectativas que requiere el mismo.
Crecimiento	Realizar capacitaciones al personal que tiene contacto con el usuario para continuar brindando calidad en el servicio y así evitar posibles falencias.
Madurez	Alcanzar el objetivo principal de nuestra empresa, llegando a ampliar nuestro mercado por la necesidad que requiere el usuario, introduciendo el servicio al resto del altiplano Norte y expandirnos hasta el altiplano Sur.
Declive	El personal de la empresa conjuntamente con sus accionistas, debe tomar decisiones acerca del tema de renovación y mejoras para la actualización de las nuevas tendencias en el servicio y así evitar el cierre de la empresa.

FUENTE: Elaboración propia

8.5 ESTRATEGIA DE PRECIO

Es preciso definir un precio para los servicios que ofrece "TRANS VICUÑA VELOZ" para ingresar al mercado acorde al tipo, peso, volumen de la encomienda y cantidad de dinero para lograr ganar clientes.

CUADRO 2.21 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PRECIO

DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DE PRECIO	
Introducción	Los usuarios al estar de acuerdo con la apertura de una empresa especializada, están dispuestos a pagar un monto por este servicio, ya que estarían cubriendo su necesidad de que alguien más pueda transportar su encomienda y transferir su dinero en forma segura y oportuna. Se manejarán diferentes precios teniendo en cuenta el volumen de envíos, las necesidades y condiciones propias del cliente.
Crecimiento	En esta etapa, de acuerdo al movimiento de la demanda los precios bajaran o subirán para ser más competitivos en el mercado.



Madurez	Crear fidelidad en el usuario, manteniendo la calidad del servicio, logrando generar liderazgo de precios. Se optara por bajar los precios en caso de existir competencia.
Declive	El personal de la empresa conjuntamente con sus accionistas debe tomar decisiones acerca del tema de renovación y utilizar estrategias de precios para aplicarlos en la ampliación del servicio.

FUENTE: Elaboración propia

Los precios a manejar son los siguientes:

➤ **Precio para la encomienda:**

CUADRO 2.22 - PRECIO PARA LA ENCOMIENDA

PESO	PRECIO
Libra	Bs.10
Kilo	Bs.15
Arroba	Bs.17
Quintal	Bs.25

FUENTE: Elaboración propia

➤ **Precio para giro de dinero:**

CUADRO 2.23 - PRECIO PARA GIRO DE DINERO

MONTO	PRECIO
Bs. 100	Bs 7
Bs. 500	Bs 20
Bs. 1000	Bs 50

FUENTE: Elaboración propia



Se fijó los precios utilizando el método de costo más margen de utilidad, que consiste en calcular el costo unitario de producción más el margen razonable de utilidad, se vera de manera más detallada en el capítulo: Planeación Financiera.

8.6 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

La logística integral forma parte de las estrategias de distribución ya que en la actualidad es un mecanismo funcional de la cual dependerá el éxito o fracaso del negocio, es por esto que los procesos en su totalidad se realizan exclusivamente por personal capacitado.

CUADRO 2.24 - DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	
Introducción	Crear una base de datos, tanto de usuarios y de conductores. Se realizara una constante comunicación con los conductores que transportarán las encomiendas para controlar la llegada de envíos.
Crecimiento	A medida que nuestro mercado se amplíe, lograremos nuevas alianzas estratégicas, contaremos con más rutas de distribución y la adquisición de nuevas moto cargas.
Madurez	Se procederá a constantes controles en la distribución para entregas a su debido tiempo.
Declive	El personal de la empresa conjuntamente con sus accionistas debe tomar decisiones acerca del tema de renovación y se mantendrá una comunicación con posibles nuevas alianzas estratégicas para mejorar las estrategias de distribución.

FUENTE: Elaboración propia

Se prestará el servicio de recolección, transporte, distribución y entrega, siempre seguro y a tiempo, con una excelente atención al cliente, cubriendo trayectos del área rural, del Altiplano Norte de La Paz.

➤ **Distribución Directa**

En cuanto al **giro de dinero** la distribución se la realizara solamente en la central y las diferentes sucursales, esto por motivos de seguridad y para evitar posibles problemas de robo que en el trayecto pudiesen ocurrir.



➤ Distribución Indirecta

La totalidad de la **encomienda** será transportada desde la central ubicada en inmediaciones de la terminal altiplánica en la ciudad de El Alto, según corresponda en buses y/o minibuses de los sindicatos desde donde se distribuirá a las seis sucursales en los diferentes municipios con las que contamos (municipios de Escoma, Achacachi, Copacabana, Batallas, Guaqui y Tiahuanaco), con destino al Norte del Altiplano de La Paz, procediendo a la distribución, con rutas ya definidas por nuestro jefe de operaciones y logística de acuerdo a los municipios ya establecidos, donde los mensajeros en sus moto cargas podrán distribuir y recolectar encomiendas durante el trayecto a los municipios mencionados, por lo que cada mensajero portara su respectiva herramienta de pesaje y talonario de facturas.

GRÁFICO 2.3 - DISTRIBUCION DE LAS ENCOMIENDAS



CENTRAL-----MINIBUS/FLOTA----SUCURSALES----- MOTO CARGAS

FUENTE: Elaboración propia

GRÁFICO 2.4 - DISTRIBUCION DE DINERO



CENTRAL---- (TRANSFERENCIA DE DINERO) -----SUCURSALES

FUENTE: Elaboración propia



A continuación se detalla la moto carga destinada a las diferentes sucursales de "TRANS VICUÑA VELOZ" para la distribución:

- Sucursales: Batallas, Achacachi y Escoma - una moto carga
- Sucursales: Guaqui y Tiahuanaco - una moto carga
- Sucursal: Copacabana - una moto carga

Luego de haber realizado estudios de rutas y movimientos en los diferentes municipios donde se encuentran nuestras sucursales, rutas cortas, moderadas, largas y un tiempo aproximado para el recorrido de las moto cargas, elegimos la ruta larga para la recolección y distribución, así determinar el costo de gasolina diario para dichos recorridos.

A continuación detallamos los horarios de salida y de retorno de las flotas y minibuses transportando nuestras encomiendas de acuerdo a los horarios de la terminal interprovincial y posibles rutas de recorridos de las moto cargas:

- RUTA No.1 - SUCURSAL BATALLAS

CUADRO 2.25 - RUTA No.1 - SUCURSAL BATALLAS

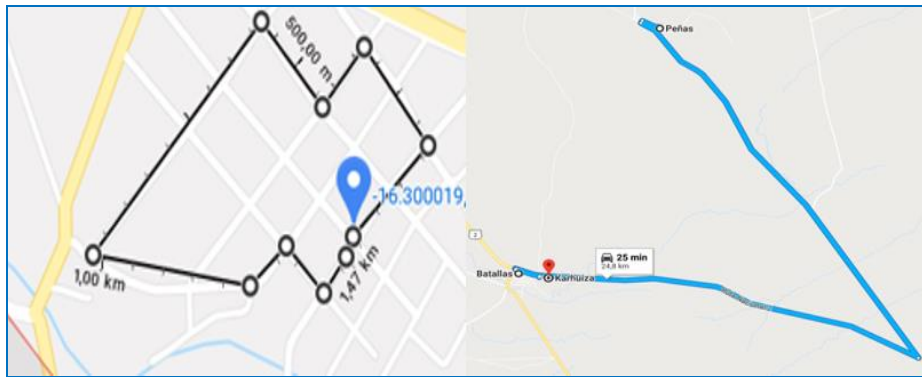
CENTRAL - BATALLAS		BATALLAS - CENTRAL	
HORARIOS DE SALIDA		HORARIOS DE RETORNO	
HORAS DE SALIDA CENTRAL	HORAS DE LLEGADA BATALLAS	HORAS DE RETORNO BATALLAS	HORAS DE LLEGADA CENTRAL
07:00	07:40	07:00	07:40
10:00	10:40	10:00	10:40
14:00	14:40	14:00	14:40

FUENTE: Elaboración propia

Tendremos 3 salidas hacia la sucursal Batallas y 3 retornos a nuestra Central.



GRÁFICO 2.5 - RUTAS DE RECORRIDO EN BATALLAS



FUENTE: Mapas de Google

Según nuestra ruta de recorrido, nuestra moto carga partirá de la sucursal de Batallas ubicada al lado de la plaza principal, donde recorrerá las calles del municipio en 10 minutos, con una distancia de 1,47 km, para luego dirigirse al cantón karhuiza distante a 800 metros, llegar a su plaza principal en 2 minutos. Luego dirigirse al cantón Peñas en 24 minutos a su plaza distante a 24 km y retornando a la sucursal en un tiempo de 26 minutos. El tiempo total de recorrido desde la salida y retorno a la sucursal es de 1 hora, 2 minutos.

La misma moto carga se dirigirá a la sucursal de Achacachi distante a 35 km, en un tiempo de 35 minutos para continuar con la Ruta No. 2.

➤ RUTA No.2 - SUCURSAL ACHACACHI

CUADRO 2.26 - RUTA No.2 - SUCURSAL ACHACACHI

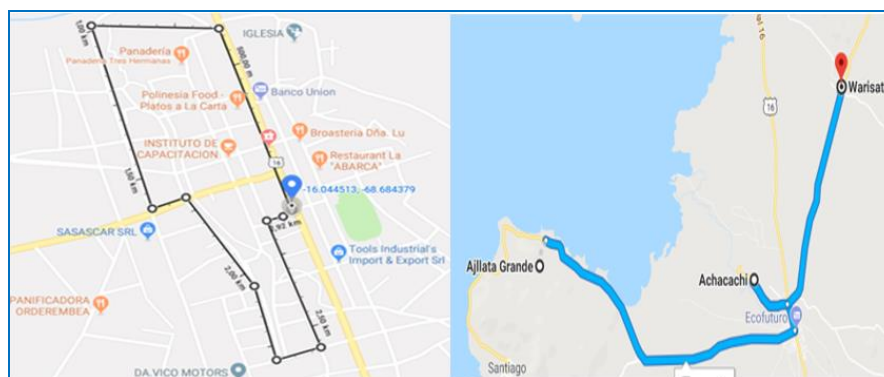
CENTRAL - ACHACACHI		ACHACACHI-CENTRAL	
HORARIOS DE SALIDA		HORARIOS DE RETORNO	
HORAS DE SALIDA CENTRAL	HORAS DE LLEGADA ACHACACHI	HORAS DE RETORNO ACHACACHI	HORAS DE LLEGADA CENTRAL
07:00	09:00	07:00	09:00
10:00	12:00	10:00	12:00
14:00	16:00	14:00	16:00

FUENTE: Elaboración propia

Tendremos 3 salidas hacia la sucursal Achacachi y 3 retornos a nuestra central.



GRÁFICO 2.6 - RUTAS DE RECORRIDO EN ACHACACHI



FUENTE: Mapas de Google

Nuestra moto carga partirá de la sucursal de Achacachi ubicada al frente de la plaza principal, recorrerá las calles de la misma en 10 minutos, para luego dirigirse al cantón Warisata en 10 minutos, a una distancia de 10 km retornando a Achacachi en el mismo tiempo. Luego podrá dirigirse al cantón Ajllata Grande a una distancia de 17 km, en 20 minutos a su respectiva plaza y retornando a la sucursal en un mismo tiempo. El tiempo total de recorrido desde la salida y retorno a la sucursal es de 1 hora, 10 minutos.

La misma moto carga se dirigirá a la sucursal de Escoma en un tiempo de 1 hora, 12 minutos a una distancia de 76 km, para continuar con la Ruta No.3.

➤ RUTA No.3 - SUCURSAL ESCOMA

CUADRO 2.27 - RUTA No.3 - SUCURSAL ESCOMA

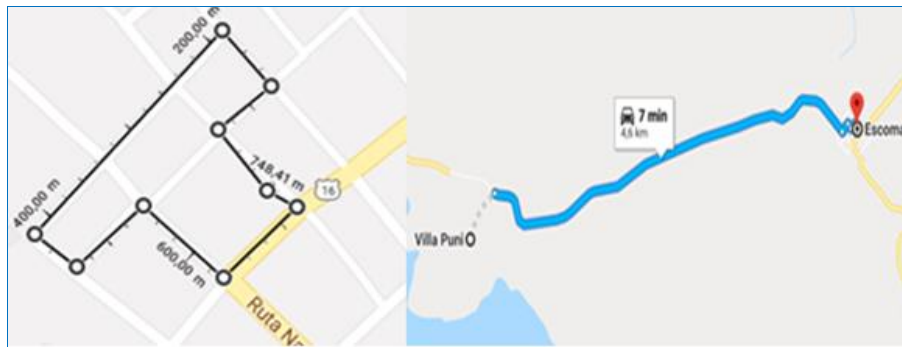
CENTRAL - ESCOMA		ESCOMA -CENTRAL	
HORARIOS DE SALIDA		HORARIOS DE RETORNO	
HORAS DE SALIDA CENTRAL	HORAS DE LLEGADA ESCOMA	HORAS DE RETORNO ESCOMA	HORAS DE LLEGADA CENTRAL
07:00	11:00	07:00	11:00
11:00	16:00	11:00	16:00

FUENTE: Elaboración propia



Tendremos 2 salidas hacia la sucursal Escoma y 2 retornos a nuestra Central.

GRÁFICO 2.7 - RUTAS DE RECORRIDO EN ESCOMA



FUENTE: Mapas de Google

Según nuestra ruta de recorrido, nuestra moto carga partirá de la sucursal de Escoma ubicada al frente de la plaza principal, recorrerá las calles de la misma en 13 minutos. Para después dirigirse al cantón Villa Puni en 7 minutos a su plaza principal a 4,6 km. Luego se dirigirá al municipio de Puerto Acosta, en el lapso de 22 minutos a su respectiva plaza, a 20 km con un mismo tiempo de retorno. El tiempo total de recorrido desde la salida y retorno a la sucursal es de 1 hora, 11 minutos.

➤ RUTA No.4 - SUCURSAL GUAQUI

CUADRO 2.28 - RUTA No.4 - SUCURSAL GUAQUI

CENTRAL - GUAQUI		GUAQUI -CENTRAL	
HORARIOS DE SALIDA		HORARIOS DE RETORNO	
HORAS DE SALIDA CENTRAL	HORAS DE LLEGADA GUAQUI	HORAS DE RETORNO GUAQUI	HORAS DE LLEGADA CENTRAL
07:00	09:00	07:00	09:00
10:00	12:00	10:00	12:00
14:00	16:00	14:00	16:00

FUENTE: Elaboración propia

Tendremos 3 salidas hacia la sucursal Guaqui y 3 retornos a nuestra central.

GRÁFICO 2.8 - RUTAS DE RECORRIDO EN GUAQUI



FUENTE: Mapas de Google

Empezamos esta ruta, donde nuestra moto carga partirá de la sucursal de Guaqui ubicada por cercanías a una Unidad Educativa, recorrerá las calles de la misma en 10 minutos. Luego se dirigirá al municipio de Laja en 45 minutos a su respectiva plaza, a una distancia de 52,9 km, con un retorno de 45 minutos. El tiempo total de recorrido desde la salida y retorno a la sucursal es de 1 hora, 40 minutos.

La misma moto carga se dirigirá a la sucursal de Tiahuanaco en un tiempo de 20 minutos distante a 20 km, para continuar con la Ruta No.5.

➤ RUTA No.5 - SUCURSAL TIAHUANACO

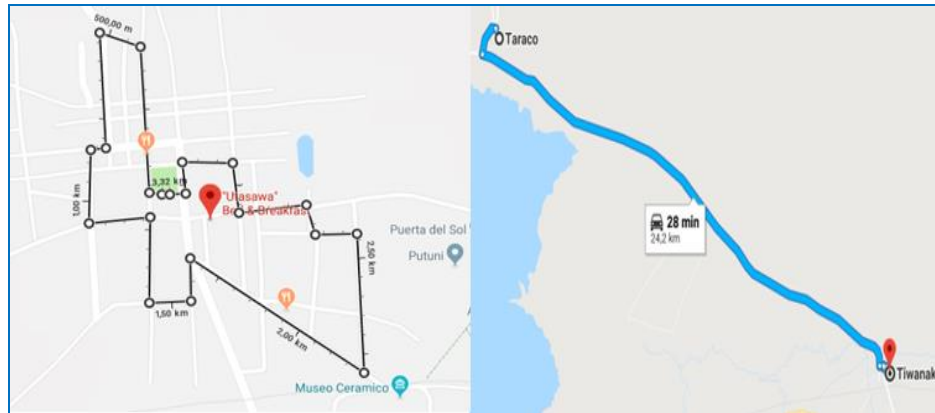
CUADRO 2.29 - RUTA No.5 - SUCURSAL

CENTRAL - TIAHUANACO		TIAHUANACO -CENTRAL	
HORARIOS DE SALIDA		HORARIOS DE RETORNO	
HORAS DE SALIDA CENTRAL	HORAS DE LLEGADA TIAHUANACO	HORAS DE RETORNO TIAHUANACO	HORAS DE LLEGADA CENTRAL
07:00	08:30	07:00	08:30
10:00	11:30	10:00	11:30
14:00	15:30	14:00	15:30

FUENTE: Elaboración propia

Tendremos 3 salidas hacia la sucursal Tiahuanaco y 3 retornos a nuestra central.

GRÁFICO 2.9 - RUTAS DE RECORRIDO EN TIAHUANACO



FUENTE: Mapas de Google

Continuando, nuestra moto carga partirá de la sucursal de Tiahuanaco ubicada al frente de la plaza principal, recorrerá las calles de la misma en 15 minutos. Para luego dirigirse al municipio de Taraco en un tiempo de 28 minutos y una distancia de 24,2 km, a su plaza principal con un mismo tiempo de retorno.

El tiempo total de recorrido desde la salida y retorno a la sucursal es de 1 hora, 11 minutos.

➤ RUTA No.6 - SUCURSAL COPACABANA

CUADRO 2.30 - RUTA No.6 - SUCURSAL COPACABANA

CENTRAL - COPACABANA		COPACABANA -CENTRAL	
HORARIOS DE SALIDA		HORARIOS DE RETORNO	
HORAS DE SALIDA CENTRAL	HORAS DE LLEGADA COPACABANA	HORAS DE RETORNO COPACABANA	HORAS DE LLEGADA CENTRAL
07:00	10:00	07:00	10:00
09:00	12:00	09:00	12:00
13:00	16:00	13:00	16:00

FUENTE: Elaboración propia

Tendremos 3 salidas hacia la sucursal Copacabana y 3 retornos a nuestra central.



GRÁFICO 2.10 - RUTAS DE RECORRIDO EN COPACABANA



FUENTE: Mapas de Google

Para el municipio de Copacabana la moto carga realizará el recorrido de 4,90 km en 20 minutos. Con dos turnos, en la mañana y en la tarde.

El costo de gasolina para las diferentes rutas se detalla en ANEXOS No. 5 - COSTO DE GASOLINA POR RUTA PARA LAS MOTO CARGAS

8.7 ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

La publicidad informará del servicio que se está ofreciendo, relacionara usuario y servicio.

CUADRO 2.31 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	
Introducción	Campaña de lanzamiento: Informar sobre la existencia del nuevo servicio, mediante la publicidad a través de la radio, en las distintas estaciones existentes tanto en la ciudad de La Paz, El Alto y en la región del Altiplano Norte, por vía internet (redes sociales). Además, con la entrega de volantes que detallen las características del servicio.
Crecimiento	Campaña de posicionamiento de marca: Se dará gran importancia a la publicidad para el crecimiento de ventas del servicio, logrando el posicionamiento de la marca en el usuario. Incrementar la publicidad para lograr un mayor crecimiento de la demanda.
Madurez	Campaña de mantenimiento: Se mantendrá la relación usuario y servicio, siendo más competitivos ante los servicios sustitutos. Fidelizar al usuario con el servicio especializado.

**Declive**

Campaña de la lealtad de la marca: El personal de la empresa conjuntamente con sus accionistas deben tomar decisiones acerca del tema de renovación, se realizara una publicidad más reciente que genere una nueva imagen hacia el usuario.

FUENTE: Elaboración propia

Volante publicitario

El volante muestra el nombre de la empresa, logotipo, eslogan "Su envío siempre seguro a tiempo", información con la que puede contactarse el usuario.

Los mensajeros en el transcurso de su recorrido podrán repartir los volantes.

La impresión tendrá un costo de Bs. 20 por 200 volantes.

Radio

Realizar publicidad mediante radio, en las distintas estaciones existentes tanto en la ciudad de La Paz, El Alto y en la región del Altiplano Norte, como radio San Gabriel (El Alto), Copacabana (Copacabana), Sariri (Escoma) y radio Kollasuyo Marca (Tiahuanaco), Libertad (Achacachi), con la difusión de cuñas radiales dos veces al mes, durante los primeros dos meses, porque es más probable que nuestro mercado sintonice y escuche la radio más que ver la televisión. Con un costo total de Bs. 140.

Medios online

Presencia de redes sociales como ser Facebook, Twitter por ser de rápido acceso, gran acogida y llegada al cliente, los cuales comparten el contenido ofrecido por la empresa, la creación de una página web con el logo, eslogan, imágenes de la empresa, información básica como dirección, teléfonos, rutas, destinos, cotización de cualquier servicio, preguntas, sugerencias y comentarios que permitan tener un canal de comunicación que facilite la fidelización del cliente. Y de alguna manera publicitar los servicios que presta nuestra empresa dentro del grupo o círculo social, familiares, conocidos, allegados, etc.



8.8 ESTRATEGIA DE PERSONAS

La gente es un factor fundamental dentro de las 7 P's, además de los servicios e información, el cliente habla y opina sobre las personas que representan a una empresa.

CUADRO 2.32 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PERSONAS

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PERSONAS	
Introducción	Se contratarán personal, las mismas que serán capacitadas. Personas que demuestren un alto grado de capacidad y rendimiento además de un sentido de superación para lograr el crecimiento de la empresa.
Crecimiento	Se trabajará bajo indicadores, medición de tiempo, evaluación de clientes y según el crecimiento de la empresa se establecerá un calendario de evaluación de resultados y promoción de nuevos puestos de trabajo.
Madurez	Se rescatará el rendimiento, capacidad y desempeño del personal para mantenerlos como talento humano esencial, resaltando la calidad en el servicio y el logro de los objetivos de la empresa.
Declive	El personal de la empresa conjuntamente con sus accionistas debe tomar decisiones acerca del tema de renovación, rescatando los rendimientos se realizarán evaluaciones de competencia para futuras renovaciones de personal.

FUENTE: Elaboración propia

La prestación de servicios es otro de los valores muy observados por el usuario. Por lo cual se establece como política que todos los funcionarios de TRANS "VICUÑA VELOZ" tengan un distintivo de la empresa. Para el personal de recepción y mensajeros será necesario el uso de chaleco y gorra con el logo de la empresa, el uso de un credencial distintivo de la empresa, con una fotografía de la persona.

La **capacitación** para el personal estará dividida en tres fases:

- **Inducción:** Estará a cargo del Jefe de Operaciones y Logística o del Gerente General, dentro de la primera semana de ingreso del empleado a la empresa. En esta se informará al nuevo empleado sobre los datos generales de la empresa, con el fin de que conozca la empresa de la cual va a ser parte.



- **Entrenamiento Inicial:** Estará a cargo del jefe inmediato superior del nuevo personal, el cual le dará un entrenamiento relacionado con las labores en las cuales se va a desempeñar.
- **Capacitación:** Se la realizará de acuerdo a las necesidades de capacitación que se presenten para los diferentes puestos de trabajo.

8.9 ESTRATEGIA DE PROCESOS

La forma en la que se ofrece un servicio y la efectividad, es parte de la empresa por lo cual es muy importante llevar a cabo un proceso correcto.

CUADRO 2.33 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PROCESOS

DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DE PROCESOS	
Introducción	Crear procesos en la atención al cliente para ser más efectiva la prestación del servicio. Coordinar la logística en nuestro servicio, tanto en almacenamiento, recolección, distribución y entrega.
Crecimiento	Mantener un control de los procesos para evitar falencias y no repetirlas en los nuevos procesos que tendremos manteniendo la calidad del servicio a medida que aumente el crecimiento del mercado.
Madurez	Se tomará en cuenta el enfoque del cliente hacia nuestro servicio para evaluar los procesos, tanto en la atención al cliente, almacenamiento, recolección, distribución y entrega.
Declive	El personal de la empresa conjuntamente con sus accionistas debe tomar decisiones acerca del tema de renovación, mejorar los procesos y corregir las falencias.

FUENTE: Elaboración propia

En la página web mostraremos la información acerca del proceso de transporte, distribución de la encomienda y transferencia de giro de dinero hasta la entrega a su destino final. Además, la venta de boletos de viaje como servicio adicional.

8.10 ESTRATEGIA DE PRUEBA (EVIDENCIA FISICA)

La evidencia física es lo que el cliente puede percibir físicamente. En todo el proceso el cliente solamente solicita el servicio y realiza el pago.



CUADRO 2.34 - DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE PRUEBA
(EVIDENCIA FISICA)

DESCRIPCION DE LA ESTRATEGIA DE PRUEBA (EVIDENCIA FISICA)	
Introducción	Crear la relación servicio y mercado, orientado al usuario, cumpliendo los procesos de recepción y distribución de encomiendas, presentación del embalado excelente y sin ningún daño causado por la manipulación, giros de dinero inmediato y la venta de boletos.
Crecimiento	Conseguir una relación duradera a través de la buena atención al usuario y tener presente de la importancia de los documentos que la empresa emite al usuario son una prueba de confiabilidad para su retorno.
Madurez	Controlar a nuestro personal en la atención al usuario evaluando los resultados de las capacitaciones para mantener la preferencia por nuestro servicio.
Declive	El personal de la empresa conjuntamente con sus accionistas debe tomar decisiones acerca del tema de renovación, motivar a nuestro personal para continuar el servicio con atención de calidad.

FUENTE: Elaboración propia

La primera evidencia que recibirá el cliente es la confirmación de que su encomienda ha llegado a nuestra central, la segunda evidencia a seguir es cuando la encomienda o giro de dinero se encuentra almacenado en la sucursal y la tercera es la factura física por las encomiendas transportadas.



CAPITULO 3.

PLANEACIÓN OPERATIVA

1. DISEÑO Y DESARROLLO DE SERVICIO

1.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA Y FUNCIONAL DEL SERVICIO

"TRANS VICUÑA VELOZ" tiene como función, brindar un servicio de calidad para el usuario donde se sienta satisfecho, bien atendido, seguro, sin perder la confianza, generando así de manera plena los diferentes servicios que ofrece la empresa, logrando un servicio óptimo cumpliendo con los estándares que tiene el servicio.

Nuestra empresa ofrece al usuario un portafolio de servicios, que es una forma de presentación al mercado, donde detallamos la forma de clasificar las encomiendas y dinero para su correspondiente manipulación y envío, además nuestro servicio adicional (alianza estratégica), que es la venta de boletos de viaje a los diferentes municipios donde están ubicados nuestras sucursales.

- Los días de atención al público es de lunes a sábado, de horas 06:45 a.m. a 16:30 p.m. en horario continuado.
- Al momento de recepcionar la encomienda o dinero, el recepcionista recabará información para la base de datos, correspondientes a remitente, destinatario, lugar de destino y dirección de envío, el peso de la encomienda o la cantidad de dinero a enviar para realizar la guía de envío, extender la factura correspondiente y en lo referente a la venta de boletos con previa verificación de vacancias en la movilidad.
- Se indicará la prohibición de transportar animales muertos o vivos, estupefacientes como morfina y cocaína. Objetos que pueden ocasionar daño a los empleados o pueden dañar los demás paquetes, materiales explosivos, peligrosos o inflamables, objetos de valor como oro, plata, piedras preciosas, químicos venenosos o tóxicos y armas entre otros objetos.



- En caso de no ser realizada la entrega de la encomienda y recojo del giro de dinero, se lo resguardará en almacén por el lapso de un día, dicha situación será notificada al remitente mediante una llamada o mensaje telefónico para que acuda a las oficinas a retirarlas pasado el tiempo estipulado durante nuestro horario de atención.

Encomienda

Clasificaremos la encomienda según el tamaño para luego ser pesada y embalada para su envío.

- **Paquetería común:** Consiste en el envío de paquetería desde 2 kilogramos tales como ropa, regalos, víveres, frutas, documentos, medicamentos y otros.
- **Paquetería pesada:** Consiste en el envío de paquetería a partir de 2 kilogramos hasta 200 kilogramos tales como quintales de abarrotos, cargas de hortalizas y tubérculos, cargas de frutas en general, mercadería para almacenes, tiendas y herramientas en general.
- **Paquetería frágil:** Consiste en el envío de paquetería delicada la cual será pesada y manipulada con los respectivos recaudos.

CUADRO 3.35 - PRECIO DE ENCOMIENDAS

PESO	TARIFA
Libra	Bs.10
Kilo	Bs.15
Arroba	Bs.17
Quintal	Bs.25

FUENTE: Elaboración propia

"TRANS VICUÑA VELOZ" no contará con movilidades propias para el transporte de encomiendas, pero gracias a la Alianza Estratégica con los sindicatos de la terminal Interprovincial, que viajan a la región norte altiplánica paceña, contaremos con minibuses y flotas que transportarán las mismas.



Los rangos de tiempo de transporte entre central-sucursal y sucursal-central son:

CUADRO 3.36 - RANGOS DE TIEMPO DE TRANSPORTE

ORIGEN/DESTINO	TIEMPO	DESTINO/ORIGEN
Central	2 horas	Achacachi
Central	35 Minutos	Batallas
Central	4 horas	Escoma
Central	2 horas	Guaqui
Central	1 hora y media	Tiahuanaco
Central	3 horas	Copacabana

FUENTE: Elaboración propia

Luego son recepcionadas en las diferentes sucursales, para ser distribuidas por nuestros mensajeros en sus respectivas moto cargas por la región norte altiplánica los días jueves, viernes y sábado, debido a la demanda en esos días, pero los días lunes, martes, miércoles el usuario tendrá que dirigirse a nuestras oficinas para recoger su envío y solicitar nuestro servicio.

A medida que nuestro mercado esté creciendo, la recolección y distribución puerta a puerta, se ampliará los días lunes, martes y miércoles.

Moto Cargas

Contaremos con 3 mensajeros para las respectivas moto cargas destinadas a las diferentes sucursales de "TRANS VICUÑA VELOZ" para la distribución y recolección en los diferentes municipios.

Además, con el seguro contra accidentes, SOAT (Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito) para nuestros mensajeros que conducirán las moto cargas.

El Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito debe ser adquirido con carácter obligatorio por todo propietario de vehículo motorizado, público y/o privado, para



poder transitar por vías públicas del territorio boliviano. Está concebido con un profundo contenido social, porque garantiza la atención médica de heridos en accidentes de tránsito y evita que los familiares de las víctimas fatales queden en absoluto desamparo.

La **cobertura y capital asegurado** es:

GRÁFICO 3.11 - COBERTURA Y CAPITAL ASEGURADO - SOAT



FUENTE: UNIVIDA S.A. Seguros y Reaseguros Personales

De acuerdo a los precios SOAT, el monto a cancelar es de Bs 202 por moto carga cada año.

Embalaje

Para proteger las encomiendas y enviarlas en buen estado, embalaremos las mismas con cajas de cartón, bolsas de polipropileno y sobres manila, según corresponda, teniendo mucho cuidado de no dañar o maltratar la encomienda, los cuales contarán con el sello de nuestra empresa.

También se aceptarán encomiendas embaladas por el usuario, previa descripción del mismo.

Giro de dinero

Otra necesidad que identificamos a través de nuestra investigación de mercado fue el de envío de dinero, ya que no es seguro enviarlo como si fuese una encomienda sin ninguna seguridad y con la desconfianza de que este no llegue a su destino en su integridad, o por no existir alguna sucursal de entidad financiera



cercana o algún cajero automático por ello que "TRANS VICUÑA VELOZ" cuenta con este servicio de giro de dinero, consiste en la transferencia de dinero inmediato, sin intermediarios desde la Central hacia una de nuestras Sucursales y desde cualquier sucursal a la Central, en la que el destinatario podrá recoger en la Central y/o Sucursal un monto de dinero destinado a su persona inmediatamente, como también información sobre el remitente y no tenga la necesidad de esperar mucho tiempo para recibir su giro de dinero.

CUADRO 3.37 - PRECIO DE GIRO DE DINERO

CANTIDAD	PRECIO
Bs. 100	Bs 7
Bs. 500	Bs 20
Bs. 1000	Bs 50

FUENTE: Elaboración propia

Por seguridad los mensajeros de las moto cargas no están obligados a recoger o distribuir giros de dinero, esto debido a posibles problemas y asaltos en el trayecto de rutas asignadas.

Venta de boletos de viaje

"TRANS VICUÑA VELOZ" ofrecerá el servicio de venta de boletos de viaje (resultante de la Alianza Estratégica) para la región del Norte Altiplánico, con destino a los municipios de Escoma, Achacachi, Copacabana, Tiahuanaco, Batallas y Guaqui, donde quedan ubicadas nuestras sucursales y nuestro recepcionista confirmará al sindicato correspondiente vía teléfono la cantidad de boletos vendidos, para que así los pasajeros aborden la movilidad (minibús o flota) que lo llevara a su destino.

Según el tarifario y destino que cuentan los sindicatos con los cuales realizamos la alianza estratégica son:



CUADRO 3.38 - TARIFAS DE BOLETOS DE VIAJE

DESTINO	BUS	MINIBUS
TIAHUANACO	10	10
COPACABANA	15	15
ACHACACHI	10	10
BATALLAS	10	10
GUAQUI	10	10
ESCOMA	10	10

FUENTE: Elaboración propia

1.2 CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

"TRANS VICUÑA VELOZ" con el propósito de ser reconocido por el mercado, se compromete con la satisfacción de necesidades de sus usuarios, involucrando a todo su personal con miras a prestar un servicio con la mejor calidad, determinada por:

- Rapidez y seguridad en el envío de la encomienda y dinero.
- Confiabilidad en el manejo de la encomienda y dinero, garantizando la confidencialidad de las mismas.
- Comunicación y suministro de información al usuario referente al servicio.

Nuestra empresa contará con personal calificado tanto para la manipulación de dinero como para las encomiendas, así como para la distribución de las mismas, también un trato cordial con los usuarios al momento de recepcionar las encomiendas, dinero y venta de boletos de viaje.

1.3 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

1.3.1 ¿Qué es?

Es una empresa de recolección, envío de encomiendas y transferencia de dinero, para personas que viven en el Altiplano Norte paceño y familiares de la ciudad de El Alto y La Paz, quienes necesitan del traslado de sus encomiendas, transferir



dinero y comprar boletos de viaje.

1.3.2 ¿Qué hace?

"TRANS VICUÑA VELOZ" ofrece el servicio de transporte de encomiendas, transferencia de dinero hacia el altiplano norte paceño, la distribución, recolección de encomiendas en dicha región con diferentes rutas y horarios, así como el traslado de encomiendas y transferencia de dinero hacia nuestra central ubicada en la ciudad de El Alto. También, la venta de boletos de viaje con destino a nuestras sucursales.

1.3.3 ¿Qué necesidades satisface?

"TRANS VICUÑA VELOZ" cubre la necesidad de envío, transporte de encomiendas y transferencia de dinero, donde beneficia a aquellas personas que desean realizar envíos a sus seres queridos, enviar dinero inmediatamente, ya sean estos de emergencia evitando realizar viajes apresurados por la necesidad de llevar lo que necesitan. Además, la venta de boletos de viaje con destino a nuestras sucursales situadas en el Norte Altiplánico paceño. La empresa busca satisfacer al usuario con un servicio diferente, con sentido de compromiso, seguro y oportuno.

2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Tiene como finalidad determinar la función óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la prestación del servicio.

2.1 TIPO DE PROCESO DE PRODUCCIÓN

Al tratarse de un servicio, no se tiene un proceso productivo como tal, por lo que este contiene la descripción detallada de los procedimientos y las necesidades técnicas en las que se incurre a la hora de prestar el servicio.

Para la óptima consecución de las actividades que se requieren para realizar el proceso de nuestro servicio se empleará el **proceso por flujo en línea** y el tipo de distribución **por producto**, por tener operaciones estandarizadas y altamente automatizadas, lo que permitirá a nuestro personal asimilar sus funciones y el uso








de herramientas en menor tiempo, tomando en cuenta el volumen y las características de envío.







2.2 DESCRIPCIÓN DETALLADA DE FASES Y TAREAS POR PUESTOS

Se detalla el proceso mediante diagramas, la prestación de nuestros tres servicios de envío de encomiendas, transferencia de giro inmediato y la venta de boletos de viaje.

DIAGRAMA DE PROCESO

- **Operación** 
- **Control** 
- **Transporte** 
- **Demora** 
- **Almacenamiento** 

CUADRO 3.39 - RECEPCIÓN PARA ENVÍO DE ENCOMIENDA

PASO	TIEMPO						ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	1 min.						Solicitud de recepción de la encomienda	Recepcionista
2	5 min.						Pesaje, embalado y llenado de la guía de envío	Recepcionista
3	2 min.						Impresión de la guía de envío y pegado en la encomienda	Recepcionista
4	1 min.						Llenado de la planilla de distribución	Recepcionista
5	10 min.						Embarque a la respectiva movilidad, entrega de la lista de encomiendas y destinos.	Recepcionista, conductor de la movilidad
TOTAL	22 min.							

FUENTE: Elaboración propia

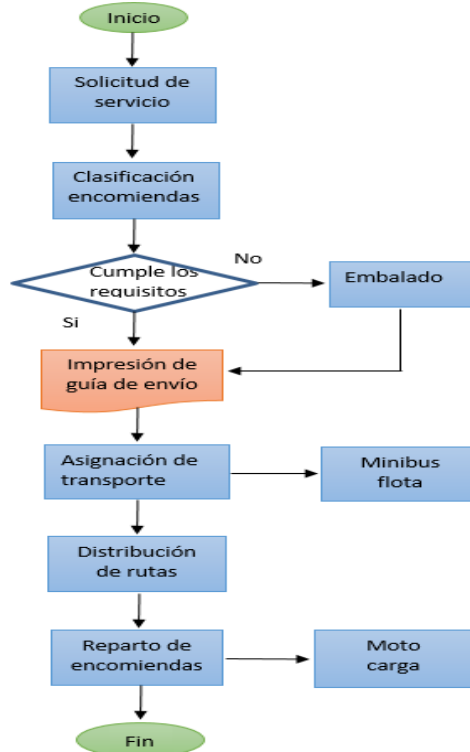


CUADRO 3.40 - RECEPCIÓN PARA LA DISTRIBUCIÓN DE ENCOMIENDA

PASO	TIEMPO	●	■	➔	◐	▲	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	
1	8 min.						Recepción, control de la encomienda y traslado a almacén.	Recepcionista	
2	6 min.						Clasificación de la encomienda en estantería según lugares de destino para asignar la ruta.	Recepcionista	
3	8 min.						Embarque de las encomiendas a la moto carga para su distribución a sus lugares de destino.	Recepcionista, mensajero.	
TOTAL		22 min.							

FUENTE: Elaboración propia

GRÁFICO 3.12 - FLUJOGRAMA DE ENVÍO DE ENCOMIENDA



FUENTE: Elaboración propia



DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL SERVICIO

Envío y distribución de encomienda

- Recepción de la encomienda el cual genera una guía de envío, identificada por un número, especificando datos del destinatario, remitente y las características de la encomienda.
- Luego pasa a ser pesada para asignarle la tarifa, embalado, cobro y emisión de factura correspondiente.
- Imprimir la guía de envío, que se constituirá como identificador del envío, pegarla a cada encomienda para luego ser transportada por la movilidad a la central o sucursal y registrada.
- Distribución por el mensajero en su moto carga a la respectiva dirección.
- Al no poder hacer efectiva la entrega, este se constituye como una devolución del cual se debe especificar el motivo, para su respectiva notificación y almacenamiento.
- Elaboración de informes de parte de los mensajeros a las respectivas sucursales y reporte a la central para el llenado en la base de datos.

GIRO DE DINERO

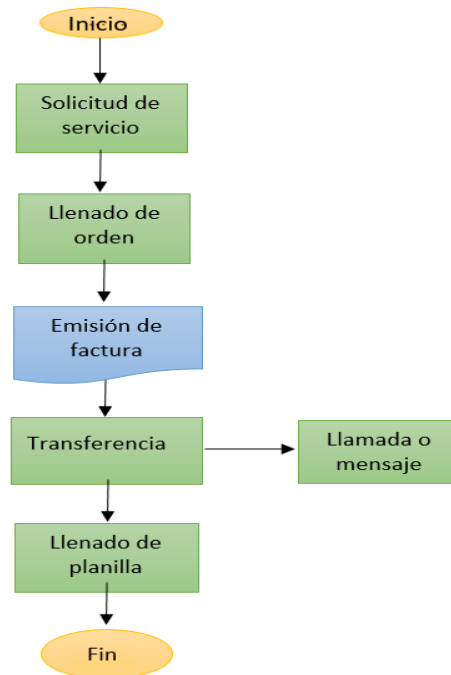
CUADRO 3.41 - ENVIO DE GIRO DE DINERO

PASO	TIEMPO	●	■	➔	◐	▲	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	1 min.						Solicitud de transferencia de dinero	Recepcionista
2	2 min.						Llenado de la orden de servicio.	Recepcionista
3	1min.						Emisión de factura y cobro	Recepcionista
4	2 min.						Transferencia al lugar de destino del dinero mediante sistema.	Recepcionista
5	1min.						Llamada o envío de mensaje telefónico al destinatario.	Recepcionista
6	2 min.						Llenado de la planilla de distribución.	Recepcionista
TOTAL	9 min.							

FUENTE: Elaboración propia



GRÁFICO 3.13 - FLUJOGRAMA DE ENVÍO DE GIRO DE DINERO



FUENTE: Elaboración propia

Giro de Dinero

- Solicitud del usuario para la transferencia de dinero el cual genera una orden de servicio identificada por un número de guía, en el cual se especifica los datos del remitente, destinatario, cantidad a enviar, destino para el cobro y emisión de factura.
- Se comunicara al beneficiario para que se dirija a la central o sucursal correspondiente, mediante una llamada o mensaje telefónico de confirmación para el recojo de su giro de dinero.
- Entrega del giro de dinero a su destinatario, con su respectiva documentación, pero si no se realiza la entrega, pasara a ser registrada indicando el motivo de no entrega.
- Reportes de informes de giros de dinero de parte de los recepcionistas de las diferentes sucursales a la central para su posterior llenado en nuestra base de datos.

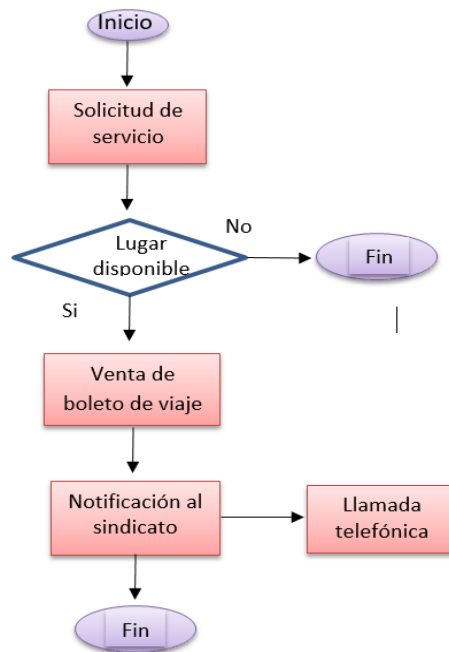


CUADRO 3.42 - VENTA DE BOLETOS DE VIAJE

PASO	TIEMPO	●	■	➔	◐	▲	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	1 min.						Solicitud de boleto de viaje	Recepcionista
2	2 min.						Venta de boleto previa verificación de lugares disponibles.	Recepcionista
3	2 min.						Notificar al sindicato la cantidad de boletos vendidos, destino, hora y movilidad.	Recepcionista
TOTAL	5 min.							

FUENTE: Elaboración propia

GRÁFICO 3.14 - FLUJOGRAMA VENTA DE BOLETOS



FUENTE: Elaboración propia



Venta de boletos de viaje

- Solicitud de compra de boleto de viaje, indicando su destino y la hora de viaje.
- Pago de dinero por la venta y entrega de boleto, previa verificación de lugares disponibles.
- Llamada telefónica al sindicato para notificar la cantidad de boletos vendidos, destino, hora y movilidad al cual abordará el pasajero.
- Reporte de informe de boletos de viaje vendidos al jefe de operaciones y logística.

2.3 DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL


La cantidad de personal que requerirá "TRANS VICUÑA VELOZ" será:

- 1 Gerente General
- 1 Jefe de Contabilidad
- 1 Jefe de Operaciones y Logística
- 6 Recepcionistas
- 3 Mensajeros

Respecto al manual de cargos y funciones de cada uno, se detalla en el CAPITULO 6, del presente proyecto.

3. DESCRIPCIÓN DE CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS, FÍSICAS, FUNCIONALES Y CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN HERRAMIENTAS, EQUIPOS, VEHÍCULOS, OTROS SIMILARES



CUADRO 3.43 - HERRAMIENTAS, EQUIPOS, VEHÍCULO

HERRAMIENTA	DESCRIPCIÓN			CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	PUNTO DE COMPRA
	TÉCNICA	FÍSICA	FUNCIONALES		
 <p>Máquina portátil de coser bolsas</p>	<p>Modelo: Baoshishan Puntada de 6 mm Potencia de 100 W Voltaje de 110 V/220V</p>	<p>32*34*22 cm peso: 3 kg. Acero inoxidable.</p>	<p>Cose bolsas de polipropileno, plástico, papel y yute Cose bolsas de grosor de 6mm (4 capas) Corte de hilo automático</p>	<p>Cose 11500 puntadas/min, 7 cosedoras repartidas a cada oficina.</p>	<p>IMPORTACIONES J&R</p>



 Báscula electrónica para paquetería	Serie PCE-SD 503 CC Pantalla LCD con dígitos de 20 mm de altura	40*62*85*87 cm Peso aprox. 12 Kg Plataforma de acero revestida de plástico	Autotaraje Pesaje de bruto/neto Pesaje de porcentaje Función de suma Pesaje de valores extremos.	Pesa hasta 500 Kg 7 básculas electrónicas.	IMPORTACIONES J&R
 Romana de gancho manual	Marca: pocket banace. Con escala medidora. Anilla superior y gancho inferior. No necesita baterías.	23*4*2 cm Peso: 130 grs. Escala de 0 a 25 kg. Metálica. Color dorado con negro.	Escala medidora que pesa en libras y kilos, con anilla superior y gancho inferior para pesaje.	Capacidad máxima hasta 100 Kg 3 romanas de gancho manuales.	Max Paredes
EQUIPOS					
 Computadora	Intel Computadora ensamblada core i3 Ancho de datos 64 bits 3,5 GHz 6MB(1151)	Monitor de 17 pulgadas	Equipo de trabajo para recepción	7 equipos de computación, para recepción.	AGENCIA IMPORTADORA PC.COM
 Impresora	Canon Serie TS3150 Sistema de inyección de tinta 2 cartuchos.	31,6*14.5*43,5 cm Peso aprox. 4 kg. Color negro	Equipo de trabajo para impresión, escaneo y copia.	7 impresoras	AGENCIA IMPORTADORA PC.COM
 Escritorio	Madera nogal Incluye silla	2*0,75*0,60 m En forma de "L"	Equipo de trabajo para recepción y embalar las encomiendas.	7 escritorios para recepción.	MUEBLERIA "LA ESPERANZA"
 Estante metálico	Metálico, con tres separaciones.	1,80*0,50*2 m Metálico	Equipo de trabajo para almacenar las encomiendas	14 estantes. 2 para cada almacén.	METALICA SRL.
VEHÍCULO					
 Moto carga	Marca: Phoenix Cilindrada: 150 cc Potencia: 14,5 cv Sistema start & stop Capacidad de gasolina: 12 litros.	Peso aprox. 150 kg. Carrocería: 1,5*1,5*2 m	Vehículo para la distribución de encomiendas.	Capacidad de carga de 800 kg. 3 moto cargas	IMPORTACIONES J&R
VESTIMENTA DE PERSONAL					
 Chaleco	Diseñado y fabricado para ofrecer durabilidad y confort en ambientes de trabajo. Tela poliéster y algodón. Tallas: S, M, X, XL, según se requiera.	6 bolsillos y uno para el teléfono celular. Material: 65% poliéster, 35% Algodón. Peso: 245 grs. Tiene cremallera frontal.	Vestimenta de trabajo que identifica a la empresa.	10 chalecos para el personal de recepción y distribución.	CONFECCIONES LA ANDALUZA






<p>Gorra</p> 	<p>Con casquete plástico de policarbonato con almohadillas soft interna y externa para absorción de golpes. Tamaño único con ajuste de medida (54 a 59 cm)</p>	<p>Cubierto por gorra textil. Visera estándar de 7 cm. Ergonómico y comfortable.</p>	<p>Diseñado para proteger de raspaduras o laceraciones causadas por golpes o impactos leves en la cabeza.</p>	<p>10 gorras para el personal de recepción y distribución.</p>	<p>CONFECCIONES LA ANDALUZA</p>
<p>Guantes para motociclista</p> 	<p>Fabricados en cuero y poliéster. Protección de alta resistencia en los nudillos. Cierre de velcro en las muñecas. Tallas de S a la 2XL.</p>	<p>Color negro. Peso aprox. 40 grs.</p>	<p>Vestimenta de trabajo, indispensable para la protección de lñas manos de los mensajeros, al conducir.</p>	<p>3 pares de guantes para mensajeros de las moto cargas.</p>	<p>Huyustus, Eloy Salmón</p>



FUENTE: Elaboración propia

4. INSUMOS: DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA (TÉCNICA, CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DE INSUMOS)

CUADRO 3.44 - INSUMOS PARA EMBALAJE

INSUMOS	CARACTERÍSTICAS-CALIDAD	PROVEEDOR	PUNTO DE COMPRA
<p>Cajas de cartón</p> 	<p>Ofrecen protección y gran resistencia para soportar las tareas de embalaje y transporte. Aptas para el armado manual. Tiene recubrimientos especiales contra la humedad.</p>	<p>PUNTO DE COMPRA DE CAJAS DE CARTON RECICLADO POR KILO</p>	<p>Av. Federico Suazo</p>
<p>Cintas adhesivas</p> 	<p>Resistente y con adhesivo de muy buena calidad. Soporta la humedad. Tamaño: 5 cm de ancho * 100 de longitud.</p>	<p>ASATEX</p>	<p>La Tablada</p>
<p>Bolsas de polipropileno</p> 	<p>Con y sin laminación Con y sin fuelle Variedad de medidas y colores. Medidas: 56*95, 75*110</p>	<p>INDUSTRIA BOLIVIANA DE SACOS LTDA.</p>	<p>Calle Max Paredes</p>



<p>Sobres manila</p> 	<p>Papel grueso. Resistente. Tamaño: Oficio (25*38 cm)</p>	<p>INDUSTRIA Y COMERCIO DE PAPEL SRL.</p>	<p>La Tablada</p>
<p>Hilo de polipropileno</p> 	<p>Hilo auto lubricado y tensionado en S. Mayor rendimiento. Mayor metraje. Peso aprox. 50 kg. No genera pelusa.</p>	<p>ASATEX</p>	<p>Calle Max Paredes</p>

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 3.45 - MATERIAL DE OFICINA

MATERIAL	CALIDAD	PROVEEDOR	PUNTO DE COMPRA
Sellos de goma	Buena Calidad	Sellos de goma "CONDOR"	Av. Tumusla No. 8769
Tinta para impresora	Duración para 500 hojas	Tinta HP	Eloy Salmón
Hojas de papel para impresoras	Especial para impresora	Word Art	Tablada
Facturas	Calidad de diseño	Artes gráficas "Acuario" SRL.	Av. Baptista No. 2057
Perforadora	Puede perforar 15 hojas	Maped	Tablada
Engrampadora	Puede engrampar 10 hojas.	Maped	Tablada
Marcadores	Gruesos de agua de larga duración	Sabonis	Tablada
Bolígrafos	De larga duración	Sabonis	Tablada
Tijera	Metálica, Inoxidable.	Mundial	Tablada
Estilete	Metálica de buena calidad	Mundial	Tablada

FUENTE: Elaboración propia



5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS

5.1 Con servicios sustitutos

La principal Alianza Estratégica se realizará con los sindicatos de la terminal interprovincial de El Alto, los cuales viajan a los municipios de Escoma, Achacachi, Copacabana, Batallas, Guaqui y Tiahuanaco donde se encuentran nuestras sucursales, debido a que "TRANS VICUÑA VELOZ" no cuenta con minibuses o flotas para transportar las encomiendas. Por lo cual surge nuestro servicio adicional de venta de boletos de viaje, además una forma de generar publicidad.

Pagaremos una comisión mensual por dicho transporte y con respecto a la venta de boletos de viaje con destino al Norte altiplánico, la cual señala que del 100% de un boleto, el 80 % es para el sindicato de transporte y el 20% es para nuestra empresa.

6. PROGRAMACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

La programación de operación que tendrá "TRANS VICUÑA VELOZ" se dividirá en dos partes:

1. Recepción (encomienda y/o dinero, compra de boleto por el usuario)
2. Operación (Servicio de envío y distribución).

Para la primera parte realizamos el siguiente cuadro:

CUADRO 3.46 - PROGRAMA DE RECEPCIÓN DE ENCOMIENDA, DINERO Y VENTA DE BOLETOS DE VIAJE

No.	Actividad	Personal	Tiempo
RECEPCIÓN DE ENCOMIENDA			
1	Solicitud de recepción de encomienda	Recepcionista	1 minuto
2	Pesaje, embalado y llenado de la guía de envío	Recepcionista	5 minutos



3	Impresión de la guía de envío y pegado en la encomienda	Recepcionista	2 minutos
RECEPCIÓN DE DINERO			
1	Solicitud de transferencia de dinero	Recepcionista	1 minuto
2	Llenado de la orden de servicio, emisión de factura y cobro	Recepcionista	3 minutos
VENTA DE BOLETO DE VIAJE			
1	Solicitud de boleto de viaje	Recepcionista	1 minuto
2	Venta de boleto, previa verificación de lugares disponibles	Recepcionista	2 minutos

FUENTE: Elaboración propia

Para la segunda parte se realizó diagramas de Gantt, en el cual se programa el trabajo diario por operación que se alcanza a realizar:

CUADRO 3.47

DIAGRAMA DE GANTT - BATALLAS

No.	Actividades	Personal	Horas	06:45-07:00	07:00-07:20	07:20-07:40	07:40-08:00	08:00-08:20	08:20-08:40	08:40-09:00	09:00-09:20	09:20-09:40	09:40-10:00	10:00-10:20	10:20-10:40	10:40-11:00	11:00-11:20	11:20-11:40	11:40-12:00	12:00-12:20	12:20-12:40	12:40-13:00	13:00-13:20	13:20-13:40	13:40-14:00	14:00-14:20	14:20-14:40	14:40-15:00	15:00-15:20	15:20-15:40	15:40-16:00	16:00-16:30	
				1	Revisar y preparar listas de envíos	Recepcionista	06:45 - 07:00																										
2	Embarque de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	07:00 - 07:20																														
3	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	07:20 - 07:40																														
4	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	07:40 - 08:00																														
5	Embarque de encomiendas a la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	08:00 - 08:20																														
6	Recepción de encomiendas o giros de dinero	Recepcionista	8:20 - 10:00																														
7	Embarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	10:00 - 10:20																														
8	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	10:20 - 10:40																														
9	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	10:40 - 12:00																														
10	Recepción de encomiendas o dinero y descanso del personal	Recepcionista	12:00 - 14:00																														
11	Embarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	14:00 - 14:20																														
12	Recepción de encomiendas, dinero o venta de boletos de viaje	Recepcionista	14:20 - 14:40																														
13	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	14:40 - 15:00																														
14	Recepción de encomiendas o dinero, elaboración de informe y listas de envío para el día siguiente	Recepcionista	15:00 - 16:30																														

FUENTE: Elaboración propia



CUADRO 3.48 - DIAGRAMA DE GANTT - CENTRAL

No.	Actividades	Personal	Horas	06:45-07:00	07:00-07:20	07:20-07:40	07:40-08:00	08:00-08:30	08:30-08:40	08:40-09:00	09:00-09:20	09:20-09:40	09:40-10:00	10:00-10:20	10:20-10:40	10:40-11:00	11:00-11:20	11:20-11:30	11:30-12:00	12:00-12:20	12:20-12:40	12:40-13:00	13:00-13:20	13:20-13:40	13:40-14:00	14:00-14:20	14:20-14:40	14:40-15:00	15:00-15:30	15:30-15:40	15:40-16:00	16:00-16:30				
				1	Revisar y preparar listas de envíos	Recepcionista	06:45 - 07:00																													
2	Embarque de encomiendas para las sucursales	Recepcionista Conductor	07:00 - 07:20																																	
3	Recepción de encomiendas, dinero o venta de boletos de viaje	Recepcionista	07:20 - 07:40																																	
4	Desembarque de encomiendas (Batallas)	Recepcionista Conductor	07:40 - 08:00																																	
5	Recepción de encomiendas, dinero o venta de boletos de viaje	Recepcionista	08:00 - 08:30																																	
6	Desembarque de encomiendas (Tiahuanaco)	Recepcionista Conductor	8:30 - 09:00																																	
7	Desembarque de encomiendas (Achacachi) y embarque de encomiendas (Copacabana)	Recepcionista Conductor	09:00 - 09:20																																	
8	Recepción de encomiendas, dinero o venta de boletos de viaje y descanso del personal	Recepcionista	09:20 - 10:00																																	
9	Embarque de encomiendas (Achacachi, Batallas, Guaqui, Tiahuanaco) y desembarque de	Recepcionista Conductor	10:00 - 10:40																																	
10	Desembarque de encomiendas (Batallas) y llevarlas a almacén	Recepcionista Conductor	10:40 - 11:00																																	
11	Embarque y desembarque de encomiendas (Escoma)	Recepcionista Conductor	11:00 - 11:20																																	
12	Recepción de encomiendas, dinero o venta de boletos de viaje y descanso del personal	Recepcionista	11:20 - 11:30																																	
13	Desembarque de encomiendas (Tiahuanaco)	Recepcionista Conductor	11:30 - 12:00																																	
14	Desembarque de encomiendas (Achacachi, Guaqui, Copacabana)	Recepcionista Conductor	12:00 - 12:20																																	
15	Hora de almuerzo	Recepcionista	12:20 - 13:00																																	
16	Embarque de encomiendas (Copacabana)	Recepcionista Conductor	13:00 - 13:20																																	
17	Recepción de encomiendas o dinero o venta de boletos de viaje y descanso del personal	Recepcionista	13:20 - 14:00																																	
18	Embarque de encomiendas (Achacachi, Batallas, Guaqui y Tiahuanaco)	Recepcionista Conductor	14:00 - 14:20																																	
19	Recepción de encomiendas, dinero o venta de boletos de viaje	Recepcionista	14:20 - 14:40																																	
20	Desembarque de encomiendas (Batallas)	Recepcionista Conductor	14:40 - 15:00																																	
21	Recepción de encomiendas o dinero o venta de boletos de viaje	Recepcionista	15:00 - 15:30																																	
22	Desembarque de encomiendas (Tiahuanaco)	Recepcionista Conductor	15:30 - 16:00																																	
23	Desembarque de encomiendas (Achacachi, Escoma, Copacabana) y elaboración de informe	Recepcionista Conductor	16:00 - 16:30																																	

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 3.49 - DIAGRAMA DE GANTT - ESCOMA

No.	Actividades	Personal	Horas	06:45-07:00	07:00-07:20	07:20-07:40	07:40-08:00	08:00-08:20	08:20-08:40	08:40-09:00	09:00-09:20	09:20-09:40	09:40-10:00	10:00-10:20	10:20-10:40	10:40-11:00	11:00-11:20	11:20-11:40	11:40-12:00	12:00-12:20	12:20-12:40	12:40-13:00	13:00-13:20	13:20-13:40	13:40-14:00	14:00-14:20	14:20-14:40	14:40-15:00	15:00-15:20	15:20-15:40	15:40-16:00	16:00-16:30			
				1	Revisar y preparar listas de envíos	Recepcionista	06:45 - 07:00																												
2	Embarque de encomiendas a la Central	Recepcionista Conductor	07:00 - 07:20																																
3	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	07:20 - 09:00																																
5	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	09:00 - 11:00																																
6	Embarque y desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	11:00 - 11:40																																
7	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	11:40 - 12:00																																
8	Hora de almuerzo	Recepcionista	12:00 - 13:00																																
9	Embarque de las encomiendas a la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	13:00 - 13:20																																
10	Recepción de encomiendas o dinero y elaboración de informe	Recepcionista	13:20 - 16:00																																
11	Desembarque de encomiendas, y listas de envíos para el siguiente día	Recepcionista Conductor	16:00 - 16:30																																

FUENTE: Elaboración propia



CUADRO 3.50

DIAGRAMA DE GANTT - ACHACACHI

No.	Actividades	Personal	Horas	06:45-07:00	07:00-07:20	07:20-07:40	07:40-08:00	08:00-08:20	08:20-08:40	08:40-09:00	09:00-09:20	09:20-09:40	09:40-10:00	10:00-10:20	10:20-10:40	10:40-11:00	11:00-11:20	11:20-11:40	11:40-12:00	12:00-12:20	12:20-12:40	12:40-13:00	13:00-13:20	13:20-13:40	13:40-14:00	14:00-14:20	14:20-14:40	14:40-15:00	15:00-15:20	15:20-15:40	15:40-16:00	16:00-16:30		
1	Revisar y preparar listas de envíos	Recepcionista	06:45 - 07:00	█																														
2	Embarque de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	07:00 - 07:20		█																													
3	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	07:20 - 09:00			█	█	█	█	█																								
4	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	09:00 - 09:20								█																							
5	Recepción de encomiendas o dinero y descanso del personal	Recepcionista	09:20 - 10:00									█	█																					
6	Embarque a de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	10:00 - 10:40											█	█																			
7	Embarque de encomiendas en la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	10:40 - 11:00													█																		
8	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	11:00 - 12:00														█	█	█															
9	Hora de almuerzo	Recepcionista	12:00 - 13:00																	█	█	█												
10	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	13:00 - 14:00																			█	█											
11	Embarque de encomiendas a la Central	Recepcionista Conductor	14:00 - 14:20																					█										
12	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	14:20 - 16:00																						█	█	█	█	█	█	█	█	█	
13	Desembarque de encomiendas (Central) elaboración de informelista y listas para envíos del siguiente día	Recepcionista Conductor	16:00 - 16:30																														█	

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 3.51

DIAGRAMA DE GANTT - GUAQUI

No.	Actividades	Personal	Horas	06:45-07:00	07:00-07:20	07:20-07:40	07:40-08:00	08:00-08:20	08:20-08:40	08:40-09:00	09:00-09:20	09:20-09:40	09:40-10:00	10:00-10:20	10:20-10:40	10:40-11:00	11:00-11:20	11:20-11:40	11:40-12:00	12:00-12:20	12:20-12:40	12:40-13:00	13:00-13:20	13:20-13:40	13:40-14:00	14:00-14:20	14:20-14:40	14:40-15:00	15:00-15:20	15:20-15:40	15:40-16:00	16:00-16:30		
1	Revisar y preparar listas de envíos	Recepcionista	06:45 - 07:00	█																														
2	Embarque de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	07:00 - 07:20		█																													
	Embarque de encomiendas en la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	07:20 - 07:40			█																												
3	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	07:40 - 09:00			█	█	█	█	█																								
4	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	09:00 - 09:20								█																							
5	Recepción de encomiendas o dinero y descanso del personal	Recepcionista	09:20 - 10:00									█	█																					
6	Embarque a de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	10:00 - 10:40											█	█																			
7	Embarque de encomiendas en la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	10:40 - 11:00													█																		
8	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	11:00 - 12:00														█	█	█															
9	Hora de almuerzo	Recepcionista	12:00 - 13:00																		█	█	█											
10	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	13:00 - 14:00																				█	█										
11	Embarque de encomiendas a la Central	Recepcionista Conductor	14:00 - 14:20																						█									
12	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	14:20 - 16:00																							█	█	█	█	█	█	█	█	
13	Desembarque de encomiendas (Central) elaboración de informelista y listas para envíos del siguiente día	Recepcionista Conductor	16:00 - 16:30																														█	

FUENTE: Elaboración propia



CUADRO 3.52

DIAGRAMA DE GANTT - TIAHUANACO

No.	Actividades	Personal	Horas	06:45-07:00	07:00-07:15	07:15-07:30	07:30-07:45	07:45-08:00	08:00-08:15	08:15-08:30	08:30-08:45	08:45-09:00	09:00-09:15	09:15-09:30	09:30-09:45	09:45-10:00	10:00-10:15	10:15-10:30	10:30-10:45	10:45-11:00	11:00-11:15	11:15-11:30	11:30-11:45	11:45-12:00	12:00-12:15	12:15-12:30	12:30-12:45	12:45-13:00	13:00-13:15	13:15-13:30	13:30-13:45	13:45-14:00	14:00-14:15	14:15-14:30	14:30-14:45	14:45-15:00	15:00-15:15	15:15-15:30	15:30-15:45	15:45-16:00	16:00-16:15	16:15-16:30								
1	Revisar y preparar listas de envíos	Recepcionista	06:45 - 07:00	█																																														
2	Embarque de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	07:00 - 07:15		█																																													
3	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	07:15 - 07:30			█																																												
4	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	07:30 - 08:00				█																																											
5	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	08:00 - 08:30					█																																										
6	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	8:30 - 08:45						█																																									
7	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	08:45 - 10:00							█																																								
8	Embarque de las encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	10:00 - 10:15														█																																	
9	Embarque de las encomiendas a la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	10:15 - 11:30															█																																
10	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	11:30 - 12:00																																															
11	Hora de almuerzo	Recepcionista	12:00 - 13:00																																															
12	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	13:00 - 14:00																																															
13	Embarque de las encomiendas para la Central	Recepcionista	14:00 - 14:15																																															
14	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	14:15 - 15:30																																															
15	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	15:30 - 15:45																																															
16	Recepción de encomiendas o dinero, elaboración de informe y listas de envíos para el siguiente día	Recepcionista	15:45 - 16:30																																															

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 3.53

DIAGRAMA DE GANTT - COPACABANA

No.	Actividades	Personal	Horas	06:45-07:00	07:00-07:20	07:20-07:40	07:40-08:00	08:00-08:20	08:20-08:40	08:40-09:00	09:00-09:20	09:20-09:40	09:40-10:00	10:00-10:20	10:20-10:40	10:40-11:00	11:00-11:20	11:20-11:40	11:40-12:00	12:00-12:20	12:20-12:40	12:40-13:00	13:00-13:20	13:20-13:40	13:40-14:00	14:00-14:20	14:20-14:40	14:40-15:00	15:00-15:20	15:20-15:40	15:40-16:00	16:00-16:30																			
1	Revisar y preparar listas de envíos	Recepcionista	06:45 - 07:00	█																																															
2	Embarque de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	07:00 - 07:20		█																																														
3	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	07:20 - 09:00			█																																													
4	Embarque de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	09:00 - 09:20																																																
5	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	09:20 - 10:00																																																
6	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	10:00 - 10:20																																																
7	Embarque de las encomiendas a la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	10:20 - 10:40																																																
8	Recepción de encomiendas o dinero	Recepcionista	10:40 - 12:00																																																
9	Desembarque de encomiendas (Central)	Recepcionista Conductor	12:00 - 12:20																																																
10	Hora de almuerzo	Recepcionista	12:20 - 13:00																																																
11	Embarque de encomiendas para la Central	Recepcionista Conductor	13:00 - 13:20																																																
12	Embarque de las encomiendas a la moto carga para su distribución	Recepcionista Mensajero	13:20 - 13:40																																																
13	Recepción de encomiendas o dinero y elaboración de informes	Recepcionista	13:40 - 16:00																																																
14	Desembarque de encomiendas (Central) y elaboración de listas para envíos del siguiente día	Recepcionista Conductor	16:00 - 16:30																																																

FUENTE: Elaboración propia



CUADRO 3.56 - FORMATO DE INVENTARIO DE MATERIAL DE OFICINA

TRANS VICUÑA VELOZ		INVENTARIO MATERIAL DE OFICINA		
Folio		Fecha		
Responsable				
Área				
Producto	Marca	Descripción del producto	Existencia Inicial	Existencia Final
Responsable				

FUENTE: Elaboración propia

7. PLANTA

7.1 Tamaño

El tamaño del local en donde se pretende establecer la empresa "TRANS VICUÑA VELOZ", se determinó considerando el requerimiento del espacio necesario para la adecuada distribución de las áreas de trabajo.

El local para la Central tendrá una dimensión de 10*8 metros.

Los locales para las sucursales tendrán una dimensión de 5*5 metros.

7.2 Capacidad de producción

De acuerdo al análisis de pronóstico de ventas, se determinó los envíos para el primer mes de trabajo que se quiere cubrir en el mercado. Una capacidad de 1708



envíos al mes, tanto de encomiendas como giros de dinero, como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 3.57 - CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

DÍAS DE TRABAJO	24
HORAS DE TRABAJO	8
ENCOMIENDA	
Libra	444
Kilo	427
Arroba	427
Quintal	410
GIRO DE DINERO	
7	974
20	478
50	256

FUENTE: Elaboración propia

Según el estudio de mercado correspondiente se establece que los envíos programados para el primer mes son las cantidades reflejadas en el CUADRO No. 3.57 - CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN la cual irá en incremento del 1,04% cada año, tanto para encomiendas, como para giros de dinero.

7.3 Localización de planta

El local que será arrendado para el establecimiento de la empresa cuenta con las siguientes especificaciones:

UBICACIÓN

La central estará ubicada en la ciudad de El Alto, zona Villa Esperanza, calle Alfredo Pascoe y esquina Belgrano, en cercanías de la Terminal Interprovincial de El Alto.



Las sucursales estarán ubicadas en los municipios de: Escoma, Guaqui, Tiahuanaco, Copacabana, Escoma y Achacachi, por inmediaciones de sus respectivas plazas.

GRÁFICO 3.15 - UBICACIÓN DE LA EMPRESA



FUENTE: Mapas de Google

7.4 Distribución de planta

TRANS "VICUÑA VELOZ", como empresa de servicio de recolección, envío de encomiendas y/o dinero cuentan con un trato más directo con el cliente, esto hace que con frecuencia el énfasis de la distribución se ponga en total satisfacción y comodidad del cliente que en el desarrollo mismo de las operaciones mismas del proceso.

Al distribuir las áreas de trabajo es preciso recordar:

- Que la línea recta es la distancia más corta entre dos puntos y se debe hacer que el flujo se atenga a este principio.



- El tipo de trabajo a realizar es la base para la distribución.
- Eliminar los cuellos de botellas.
- Incorporar medidas de seguridad.
- Facilitar la comunicación y la interacción entre los propios trabajadores, con los supervisores y los clientes.
- Facilitar la entrada, salida y ubicación de la encomienda.
- Proporcionar un control visual de las operaciones o actividades.

Central

- Área administrativa: En ella se encontrará los espacios adecuados para los gerentes.
- Área para recepción: En la cual se realizará la atención personalizada a los usuarios que acudan a solicitar el servicio, incluyendo un espacio de espera para clientes.
- Área de pesaje y clasificación: En la cual se ubicará las respectivas herramientas de pesaje para la clasificación de la encomienda y posterior embalaje si fuere necesario.
- Área de almacén: En esta se ubicará los estantes de clasificación de la encomienda a enviar con su respectivo documento de destino, preparados para el transporte. Además el estante respectivo para el depósito de encomienda no entregada.

Sucursales

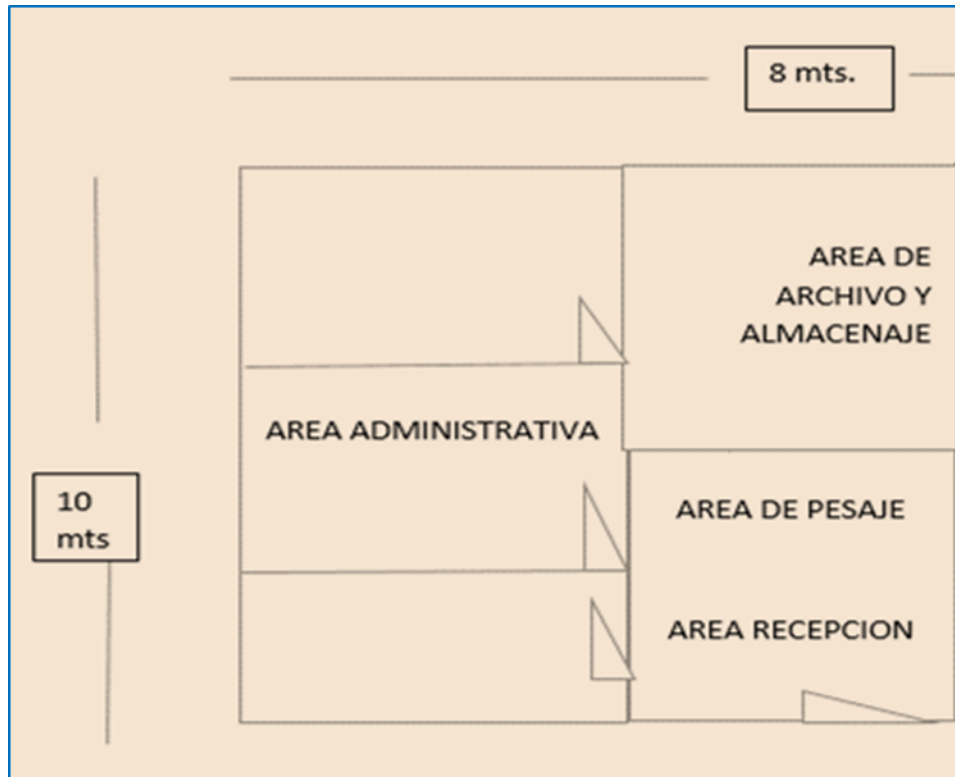
Tendría la siguiente distribución:

- Área para recepción
- Área de pesaje y clasificación
- Área de almacén

Es importante mencionar que la empresa cuenta con servicios básicos de agua, energía eléctrica, además de los servicios de estacionamiento para su respectiva moto carga.



GRÁFICO 3.16 - DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA



FUENTE: Elaboración propia



CAPITULO 4.

PLANEACIÓN FINANCIERA

1. PRESUPUESTO DE INVERSION

La empresa MAJEL SRL, "TRANS VICUÑA VELOZ" tendrá una inversión inicial de Bs. 108619,79 para realizar la respectiva apertura. La inversión partirá del capital propio por parte de los tres socios con los que cuenta la empresa será de Bs. 34770 (socio 1), Bs. 32534.28 (socio 2), Bs. 41415.51 (socio 3), para activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo que serán utilizados.

CUADRO 4.58 - INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

(Expresado en Bolivianos)

COD.	INVERSIONES	COSTO TOTAL(BS.)	FINANCIAMIENTO
			APORTE PROPIO
1	ACTIVO FIJO	48270	48270
1.1	Herramientas	8430	8430
1.2	Muebles y Enseres	3240	3240
1.3	Equipos de Computacion	23100	23100
1.4	Vehiculos	13500	13500
2	ACTIVO DIFERIDO	17827,28	17827,28
2.1	Gastos de organización	3150	3150
2.2	Gastos Generales	14517,28	14517,28
2.3	Gastos de comercialización	160	160
3	CAPITAL DE TRABAJO	42622,51	42622,51
3.1	Insumos	1207	1207
3.2	Mano de Obra Directa	23181,42	23181,42
3.3	Mano de Obra Indirecta	18234,09	18234,09
4	TOTAL	108719,79	108719,79

FUENTE: Elaboración propia

"TRANS VICUÑA VELOZ" contará con una inversión en activos, la cual detallamos a continuación:



1.1 Costo de herramientas

CUADRO 4.59 - COSTO DE HERRAMIENTAS

(Expresado en Bolivianos)

HERRAMIENTAS EN GENERAL			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Báscula para paquetería	7	550	3850
Máquina portátil de coser bolsas	7	650	4550
Romana manual	3	10	30
TOTAL BS.			8430

FUENTE: Elaboración propia

1.2 Costo de muebles y enseres

CUADRO 4.60 - COSTO DE MUEBLES Y ENSERES

(Expresado en Bolivianos)

MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	8	160	1280
Estantes metálicos	14	140	1960
TOTAL BS		300	3240

FUENTE: Elaboración propia

1.3 Costo de equipos de computación

CUADRO 4.61 - COSTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

(Expresado en Bolivianos)

EQUIPOS DE COMPUTACION			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Computadora	7	3000	21000
Impresora	7	300	2100
TOTAL BS.		3300	23100

FUENTE: Elaboración propia



1.4 Costo de vehículos

CUADRO 4.62 - VEHÍCULOS

(Expresado en Bolivianos)

VEHÍCULO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Moto Carga	3 unid.	4500	13500
TOTAL BS.			13500

FUENTE: Elaboración propia

2. DEPRECIACIONES

CUADRO 4.63 - DEPRECIACIONES

(Expresado en Bolivianos)

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA ÚTIL	TASA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Herramientas	8430	4	25%	2108
Muebles y Enseres	3240	10	10%	324
Equipos de Computación	23100	4	25%	5775
Vehículos (moto carga)	13500	5	20%	2700
TOTAL BS.				10907

FUENTE: Elaboración propia

3. PRESUPUESTO DE OPERACIONES

El presupuesto de operaciones constará de todos los costos de producción, comercialización, administración y legales.

3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se encuentran enfocados en los insumos para el embalaje.



➤ **Costo de insumos por servicio**

CUADRO 4.64 - INSUMOS POR SERVICIO

(Expresado en Bolivianos)

Detalle	Libra	kilo	Arroba	Quintal
Cajas de cartón		44	22	22
Cintas adhesivas	508	508	254	254
Bolsas de polipropileno			1906,5	1906,5
Sobres manila	1780	1780		
Hilo de polipropileno			3177,5	3177,5
TOTAL BS.	2288	2332	5360	5360

FUENTE: Elaboración propia

Con una proyección para el primer año detallada en el ANEXO No. 3
PROYECCIÓN DE INSUMOS

➤ **Mano de obra**

El costo de la mano de obra directa e indirecta se determinó mediante la planilla patronal y los respectivos beneficios sociales, además se tomó en cuenta el doble aguinaldo que se decretó por el Ministerio de Economía y Finanzas como refleja el ANEXO No. 4 PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS.

Por ser una empresa de servicios dicha planilla se divide en:

Personal de contacto con el cliente: Compuesto por Recepcionistas y Mensajeros (los cuales estarán por contrato anual).

CUADRO 4.65 - COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

(Expresado en Bolivianos)

PERSONAL DE CONTACTO CON EL CLIENTE (MANO DE OBRA DIRECTA)							
ITEM	CARGO	No. De Personas	Haber Mensual	TOTAL APORTES	Refrigerio	Total Costo Mensual	Total Costo Anual (Bs)
1	Recepcionista	6	11400	5361,42	3420	20181,42	242177,04
2	Mensajero	3	3000			3000	36000
TOTAL BS.						23181,42	278177,04

FUENTE: Elaboración propia



Personal del sistema de organización interna: Compuesto por Gerente General, Jefe de Contabilidad y Jefe de Operaciones y Logística.

CUADRO 4.66 - COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA
(Expresado en Bolivianos)

MANO DE OBRA INDIRECTA							
ITEM	CARGO	No. De Personas	Haber Mensual	TOTAL APORTES	Refrigerio	Total Costo Mensual	Total Costo Anual (Bs)
1	Gerente General	1	4100	1928,23	1230	7258,23	87098,76
2	Jefe de Contabilidad	1	3100	1457,93	930	5487,93	65855,16
3	Jefe de Operaciones y Logística	1	3100	1457,93	930	5487,93	65855,16
TOTAL BS.						18234,09	218809,08

FUENTE: Elaboración propia

3.2 COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

- **Gastos generales:** Los gastos generales que tendrá la empresa serán los siguientes:

CUADRO 4.67 - GASTOS GENERALES
(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Alquileres	4000	48000
Material de oficina	3936	46146
SOAT		606
Comisiones por transporte	6000	72000
Uniforme del Personal		1840
Gasolina	491,28	5895,36
Mantenimiento (motos)	90	1080
TOTAL BS.	14517,28	175567,36

FUENTE: Elaboración propia

El detalle del costo total de gasolina, material de oficina y uniforme de personal que se requerirá se encuentra en los ANEXOS No. 5, 6 y 7 respectivamente.



3.3 COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

A continuación presentamos el cuadro de costos de publicidad:

CUADRO 4.68 - COSTOS DE PUBLICIDAD

(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL	CANTIDAD DE MESES	COSTO TOTAL ANUAL
Volantes	200 unidades	0,1	20	2	40
Publicidad en Radio	14 cuñas radiales al mes	10	140	2	280
Página Web	1			12	1100
TOTAL BS.					1420

FUENTE: Elaboración propia

3.4 COSTOS LEGALES

Los costos legales ascienden a Bs. 3150, los cuales presentamos en el cuadro siguiente:

CUADRO 4.69 - COSTOS DE TRÁMITES LEGALES

(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	COSTO
Estructura de constitución	800
Protocolización y escritura de constitución	700
Publicación de la escritura en la prensa	400
Elaboración del Balance de Apertura	500
Registro del Balance en el colegio de contadores	50
Trámites Fundempresa	450
Trámites en Impuestos Nacionales	200
Inscripción en el Ministerio de Trabajo	50
TOTAL	3150

FUENTE: Elaboración propia

4. Costos variables y fijos: Para determinar los costos totales variables y fijos, la Mano de Obra Directa fue distribuida en un 70% a encomiendas y un 30% a giros



de dinero, con montos requeridos para cada servicio, como se detalla en el cuadro siguiente:

CUADRO 4.70 - COSTOS VARIABLES Y FIJOS

(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	CANTIDAD	COSTO INSUMOS	COSTO MOD	TOTAL COSTO	TOTAL COSTO FIJO
ENCOMIENDA					
Libra	5347	2288	25035,93	27324	58110,78
Kilo	5141	2332	44508,33	46840	58110,78
Arroba	5347	5361	47290,10	52651	58110,78
Quintal	4730	5361	61198,95	66560	58110,78
GIRO DE DINERO					
Bs 7	11722		36163,02	36163,02	58110,78
Bs 20	5758		30599,47	30599,47	58110,78
Bs 50	3085		33381,24	33381,24	58110,78
TOTAL BS.		15342	278177,04	293519,04	406775,44

FUENTE: Elaboración propia

5. PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO 4.71 - PUNTO DE EQUILIBRIO, ENCOMIENDAS

(Expresado en Bolivianos)

ENCOMIENDAS	LIBRA	KILO	ARROBA	QUINTAL
Unidades a enviar	5347	5141	5347	4730
costo variable unitario	5,11	9,00	10,00	12,41
COSTO FIJO TOTAL	232443,11			
Precio	10	15	17	25
Margen de contribucion unitario	4,89	6,00	7,00	12,59
Porcentaje de participación	0,26	0,25	0,26	0,23
Margen de contribucion ponderado	1,27	1,50	1,82	2,90
Margen de contribución total ponderado	7,49			
PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL (UNIDADES)	31.046			
PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO (UNIDADES)	8.072	7.761	8.072	7.141

FUENTE: Elaboración propia



CUADRO 4.72 - PUNTO DE EQUILIBRIO, GIRO DE DINERO

(Expresado en Bolivianos)

GIRO DE DINERO	Bs 7	Bs 20	Bs 50
Unidades a enviar	11722	5758	3085
costo variable unitario	3,09	5,31	10,82
COSTO FIJO TOTAL	174332,33		
Precio	7	20	50
Margen de contribucion unitario	3,91	14,69	39,18
Porcentaje de participación	0,57	0,28	0,15
Margen de contribucion ponderado	2,23	4,11	5,88
Margen de contribución total ponderado	12,22		
PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL (UNIDADES)	14267		
PUNTO DE EQUILIBRIO POR SERVICIO (UNIDADES)	8132	3995	2140

FUENTE: Elaboración propia

Referente a los boletos de viaje lo tomaremos como ingreso.

6. FINANCIAMIENTO

"TRANS VICUÑA VELOZ" no recurrirá a financiamiento externo, solo contará con aportes propios de los socios.

En cuanto a las alianzas estratégicas, se las realizará con los sindicatos de transporte de la Terminal Interprovincial de El Alto que viajan al Norte Altiplánico paceño, los cuales transportarán las encomiendas desde la Central hacia las Sucursales y desde las Sucursales hacia la Central por lo que se pagará una comisión mensual por transportar encomiendas y gracias a dicha alianza estratégica obtenemos nuestro servicio adicional de venta de boletos de viaje hacia los municipios del Norte Altiplánico (Escoma, Achacachi, Guaqui, Copacabana, Tiahuanaco y Batallas).

7. CASH FLOW (FLUJO DE CAJA)

Como se puede observar la empresa MAJEL SRL, "TRANS VICUÑA VELOZ", recupera su inversión inicial en el quinto año, con una ganancia extra.



CUADRO 4.73 - CASH FLOW (FLUJO DE CAJA)

(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS NETOS		706803	713871	721010	728220	735502
SALDO DE CAJA AL INICIO			17487,52	20.870	27.834	34.866
INGRESOS	108719,79	706803	713.871	721.010	728.220	735.502
VENTAS EN EFECTIVO		706803	713.871	721.010	728.220	735.502
APORTE PROPIO	108719,79					
EGRESOS	108719,79	689315,48	693000,60	693176,16	693353,54	180556,38
INVERSION FIJA	48270					
INVERSION DIFERIDA	20827,28					
CAPITAL DE TRABAJO	42622,51					
INSUMOS		15342	15502	15663	15826	15990
MANO DE OBRA DIRECTA		278177,04	278177,04	278177,04	278177,04	278177,04
MANO DE OBRA INDIRECTA		218809,08	218809,08	218809,08	218809,08	218809,08
GASTOS DE ADMINISTRACION		175567	179079	179079	179079	179079
GASTOS DE COMERCIALIZACION		1420	1434	1449	1463	1478
FLUJO NETO DE CAJA	-108719,79	17488	20870	27834	34866	554946

FUENTE: Elaboración propia

8. EVALUACIÓN FINANCIERA (VAN, TIR, BENEFICIO/COSTO)

La empresa MAJEL SRL, "TRANS VICUÑA VELOZ", en su flujo de efectivo proyectado a 5 años tendrá un VAN de Bs 313729,76 con un factor de 10%, esto quiere decir que contará con este valor en efectivo sin tomar en cuenta su inversión inicial en los 5 años de operación. La TIR (50%) indica que el proyecto es aceptable y podrá llevarse a cabo puesto que la misma es mayor que 10%.

A través de Ingresos/Egresos se indica que la empresa por cada boliviano que invierta tendrá una ganancia del 24%.

CUADRO 4.74 - INDICADORES ECONÓMICOS

FACTOR	10%
VAN	313.729,76
TIR	50%
B/C	1,24

FUENTE: Elaboración propia



CAPITULO 5.

SUPUESTOS Y ESCENARIOS

1. Análisis de sensibilidad

Los factores económicos que se utilizaron para la respectiva evaluación del proyecto "TRANS VICUÑA VELOZ", fueron el VAN (Valor Actual Neto), C/B (Ingresos/Egresos) y la TIR (Tasa Interna de Retorno).

Para la realización del análisis de sensibilidad mediante los factores económicos tomados en cuenta se realizó cinco escenarios, durante los primeros cinco años de operación.

2. Supuesto sobre ventas: Disminución en Ingresos

Se consideró una variación de (10%) y (20%) para ver la rentabilidad del proyecto; y el escenario más conveniente para la empresa sería la disminución del (10%), porque se sigue generando una ganancia sustentable y una eficiencia adecuada. A partir de una disminución del (20%) nuestro VAN es negativo al igual que el TIR esto significa que es pérdida para la empresa.

CUADRO 5.75 - DISMINUCIÓN EN INGRESOS

DISMINUCIÓN	VAN	TIR	C/B
10%	40.900,68	14%	1,12
20%	-450192,52	-28%	0,89

FUENTE: Elaboración propia

2.1 Supuesto sobre Insumos: Incremento del Costo de Insumos

Se consideró una variación desde el 10% hasta el 60% donde el proyecto puede ser rentable, donde el escenario más conveniente para la empresa sería el incremento del 30% porque se sigue generando una ganancia sustentable bajo dicho incremento de los insumos y a partir de un incremento del 70% no es posible porque obtenemos un VAN negativo y esto significaría pérdida para la empresa.



CUADRO 5.76 - INCREMENTO DE LOS COSTOS DE INSUMOS

INCREMENTO	VAN	TIR	C/B
10%	308796,87	49%	1,24
20%	297943,88	48%	1,23
30%	278408,49	44%	1,22
40%	244547,16	39%	1,2
50%	185288,21	31%	1,17
60%	78623,39	18%	1,12
70%	-120486,42	0%	1,04

FUENTE: Elaboración propia

2.2 Supuesto variables externas: Disminución de precios de servicios

Se consideró una variación del (10%) donde el proyecto es rentable. A partir de una disminución del (20%) no es posible porque genera pérdida para la empresa.

CUADRO 5.77 - DISMINUCIÓN DEL PRECIO

DISMINUCIÓN	VAN	TIR	C/B
10%	46300,9	15%	1,12
20%	-326538,48	-19%	0,95

FUENTE: Elaboración propia

3. Supuesto sobre volúmenes de producción: Disminución de la producción se consideró una variación del (10%) donde el proyecto puede ser rentable, y un escenario conveniente para la empresa. A partir de una disminución del (20%) no es posible, porque el VAN y TIR son negativos y esto significa pérdida para la empresa.

CUADRO 5.78 - DISMINUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

DISMINUCIÓN	VAN	TIR	C/B
10%	46281,6	15%	1,12
20%	-434913,54	-27%	0,99

FUENTE: Elaboración propia



3.1 Supuesto sobre volúmenes de producción: Disminución de la producción e incremento de costos en insumos

Se consideró una variación del (10%) en producción y costos de insumos donde el proyecto es rentable, obtenemos un VAN y TIR positivos, manteniendo la disminución del (10%) en costos de insumos y con una disminución del (20%) en la producción el TIR y VAN son negativos, lo que significa pérdida para la empresa.

CUADRO 5.79 - DISMINUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN E INCREMENTO DE LOS COSTOS DE INSUMOS

COSTOS DE INSUMOS	DISMINUCIÓN EN PRODUCCIÓN	VAN	TIR	C/B
10%	10%	51214,49	16%	1,12
	20%	-429981	-27%	0,9

FUENTE: Elaboración propia



CAPITULO 6.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y LEGAL

1. PERSONERIA JURÍDICA

La empresa "MAJEL" SRL se constituirá como SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL) y estará compuesta por tres socios los cuales aportarán un capital para el logro de un fin determinado.

Como marco legal nos basaremos en la normativa del Código de Comercio para su constitución, las obligaciones que debe cumplir, como manejar la parte contable, además de auditorías a las que debe regirse y Código tributario.

2. REGISTRO LEGAL

Para que la empresa esté legalmente establecida se debe elaborar y establecer la documentación, que posteriormente serán formalizadas y certificadas en las instancias correspondientes:

2.1 VERIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Para la constitución de la empresa legalmente, primero se debe verificar la disponibilidad del nombre comercial que utilizará. El nombre escogido por la empresa es MAJEL, tocará a FUNDEMPRESA realizar el control de homonimia. El tiempo que demora la realización de este trámite es de 24 horas, no tiene costo.

2.2 ESCRITURA DE CONSITUCIÓN

Una vez determinado a la modalidad de MAJEL SRL, se realizará la escritura de constitución de la sociedad por parte del notario de Fe Pública. Esta constitución de sociedad tardará un día, su costo es de Bs. 900 que incluye la minuta, el poder, testimonio y la escritura de constitución.

2.3 PROTOCOLIZACIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

Esta escritura debe ser protocolizada. El documento final debe agregarse en el



registro del Notario de Fe Pública. Su costo es de Bs 1000. El tiempo de estimado es de 24 horas.

2.4 PUBLICACIÓN DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

Una vez elaborada la escritura, debe ser publicada en un diario de circulación nacional, para nuestra empresa se lo publicará en el periódico del Diario, con el objeto de que la población se anoticie de la conformación de la empresa. Su costo es de Bs 400.

2.5 ELABORACIÓN DE BALANCE DE APERTURA

Concluido el tema de la constitución en documentos, se elaborará el balance de apertura. Este proceso toma menos de 24 horas, dicho balance debe ser sellado por el colegio de contadores, en señal de aceptación y que fue elaborado por un profesional legalmente establecido.

2.6 REGISTRO EN FUNDEMPRESA

FUNDEMPRESA (Fundación para el desarrollo empresarial), es la que otorga el registro o matrícula de comercio el cual es imprescindible para cualquier actividad comercial.

La empresa MAJEL, será una SRL, donde los requisitos para su inscripción son:

Detalle de Requisitos

- Formulario Nro. 0020 (Solicitud de Matrícula de comercio) llenado y firmado por el representante legal de la empresa.
- Balance de Apertura: Firmado por el Representante Legal y Contador que interviene, acompañando la respectiva solvencia profesional original otorgada por el Colegio de Contadores o Auditores.
- Testimonio de Escritura Pública de Constitución Social en original o fotocopia legalizada legible, con la inserción del acta de fundación de la sociedad que contenga la resolución de aprobación de estatutos



- Publicación del testimonio de constitución en un periódico de circulación nacional que contenga todos los datos, transcripción inextensa de las cláusulas y otros.
- Testimonio de poder del representante legal original o fotocopia legalizada legible que contenga el acta de su nombramiento, para el caso en el que la escritura pública de constitución no determine el nombramiento del mismo.

El plazo es de 2 días computables a partir del día hábil siguiente al ingreso del trámite ante el Registro de Comercio

Costos.

Se debe pagar un arancel de 450 Bs.

Documentos de salida:

- Matricula de Comercio

2.7 REGISTRO EN IMPUESTOS NACIONALES

Es un registro con el que debe contar todo contribuyente que realiza una actividad económica o se relaciona con algún impuesto.

Detalle de Requisitos

- Formulario de empadronamiento N° 500
- Presentación del testimonio de constitución (fotocopia legalizada u original)
- Poder notariado nombrando al Representante Legal.
- Balance de apertura.
- Factura de energía eléctrica
- Croquis del domicilio
- Fotocopia de Cédula de Identidad del representante legal y socios.

El plazo de este trámite es no mayor a 72 horas

Costos

Servicio del contador 80 Bs.

Documentos de salida:

- Certificado de Inscripción
- Otros Documento de exhibición (NIT)



Notificación

Realizado este trámite, impuestos Nacionales asignará un número de identificación tributaria NIT, el mismo que llegará en un sobre cerrado con el certificado de inscripción al Padrón Nacional de Contribuyentes a la dirección que el gerente de como referencia al momento del empadronamiento.

Dosificación de facturas

Una vez recibido el NIT, se debe retornar a las oficinas de Impuestos Nacionales a fin de recabar la dosificación correspondiente para la emisión de facturas. La impresión de facturas se debe realizar en impresora que cuenten con la autorización.

IMPUESTOS APLICADOS A LA EMPRESA

Impuesto al valor agregado (IVA)

Al ser un impuesto sobre las ventas que realiza la empresa, es posible restar las compras relacionadas a la actividad.

La alícuota o tasa de impuesto es el 13% sobre el precio neto de ventas y/o prestación de servicios declaradas en las facturas.

Impuesto a las transacciones (IT)

Se aplica sobre las ventas, en la cuantía expresada en nuestra facturación, es decir, el valor bruto de las ventas realizadas, sin el descuento de las compras efectuadas como sucede en el IVA.

La alícuota o tasa del impuesto es el 3% del monto de la transacción.

Impuesto sobre las utilidades d la empresa (IUE)

Una modalidad para la liquidación de este impuesto es para aquellos contribuyentes que no están obligados a llevar registros contables, tales como los profesionales independientes (arquitectos, abogados, médicos, etc.). Y la segunda es para aquellos contribuyentes que si están obligados a llevar una contabilidad formal, comúnmente se los conoce como empresas o personas jurídicas.

La alícuota o tasa del impuesto es el 25% sobre las utilidades netas.

Formalidades para contribuyentes con registros contables

Al finalizar cada año o ejercicio económico anual, la empresa está obligada a elaborar estados financieros, para determinar la existencia o inexistencia de



utilidad. Si existiera utilidad "TRANS VICUÑA VELOZ" está obligada a honrar el IUE y presentar ante la administración tributaria el correspondiente Estado Financiero. Y si no existe utilidad a fin de gestión, pérdida, la empresa no está obligada a pagar deuda alguna. En todo caso dicha pérdida será compensada con la siguiente gestión.

2.8 LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO

Detalle de Requisitos

- Formulario Único de Licencia de Funcionamiento (FUTAE).
- Fotocopia de NIT y certificado de inscripción (si tiene)
- Croquis de distribución de ambientes de la planta donde funcionará la empresa.
- Factura de energía eléctrica del lugar donde está en negocio.
- Fotocopia de testimonio de constitución de la empresa.

Tiempo de duración

5 días hábiles (si no existiesen observaciones).

Costos

Valore en términos monetarios, solo las actividades que así lo requieran.

Documentos de salida:

- Licencia de funcionamiento

2.9 AFILIACION A UNA CAJA DE SALUD: CNS

Detalle de Requisitos

- Carta dirigida a la jefatura de afiliación
- Fotocopia NIT del empleador
- Planilla de haberes del personal
- Otros documentos

Formularios llenados y/o Documentos a presentar

- Carta dirigida a la jefatura de afiliación
(Presentar el documento)
- Fotocopia NIT del empleador sus características
- Planilla de haberes del personal.



Requisitos para la empresa

- Form. AVC-01 (Llenado)
- Form. AVC-02 (Vacío)
- Form. RCI-1A (Llenados las dos primeras filas y el mes)
- Solicitud dirigida al JEFE DEPTO. NAL. AFILIACIÓN
- Fotocopia C.I. del responsable o Representantes Legal
- Fotocopia NIT
- Fotocopia balance de Apertura aprobado y firmado por el SIN
- Planilla de sueldos y salarios, original y tres copias (sellado y firmado)
- Nómina del personal con fecha de nacimiento
- Croquis de ubicación de la Empresa

Requisitos para el empleado

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

Documentos de salida:

- Carnet de empleador
- Aviso de Afiliación del empleador

2.10 REGISTRO DE EMPLEADOS A LA AFP'S

De acuerdo a las leyes vigentes, todas las empresas están obligadas a registrarse ante las AFP's, actualmente están vigentes Previsión y futuro de Bolivia.

Registro para el empleador

Se debe llenar el Formulario de Inscripción del Empleador, el mismo que adquiere



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

Requisitos

- Llenar el formulario de inscripción del empleador para el Seguro Social Obligatorio
- Fotocopia simple del NIT (Número de Identificación Tributaria).
- Fotocopia simple Documento de Identidad del Representante Legal.
- Fotocopia del Testimonio de Poder del Representante Legal (si corresponde).

Registro para los empleados

El registro es la concreción de la afiliación, la misma que se da una vez que el afiliado procede al llenado y firma del Formulario de Registro y se obtiene un Número Único Asignado (NUA) por parte de la AFP. Todas las personas con relación de dependencia laboral deben registrarse de manera obligatoria a una de las AFP, subsistiendo su derecho a cambiar posteriormente de manera voluntaria de AFP, de acuerdo al reglamento. Todo Empleador tiene la obligación de registrar a sus dependientes.

Requisitos

- Fotocopia del documento de identidad que acredite la identidad del Afiliado que contenga los datos y firma del representante de la AFP.
- Al momento del Registro, es obligación de la AFP, llenar y firmar de manera conjunta con el Afiliado el Formulario de Declaración de Derechohabientes. Todo dependiente nuevo debe registrarse en el plazo de 10 días de iniciada la actividad laboral

Costos: No tiene costo alguno.



2.11 REGISTRO OBLIGATORIO DE EMPLEADORES (ROE)

Autoriza la utilización del libro de asistencia y/o sistema alternativo de control de personal, así como la apertura del libro de accidentes.

Requisitos

- Formulario de Registro Obligatorio de Empleadores Llenado y firmado por el representante legal de la institución (un original y dos copias)
- Ultima planilla salarial de los empleadores.
- Boleta de depósito bancario de Bs 80 en cuenta del Ministerio de Trabajo)

El plazo de este trámite es de un día hábil.

Documentos de salida:

- Certificado de Registro Obligatorio de Empleadores

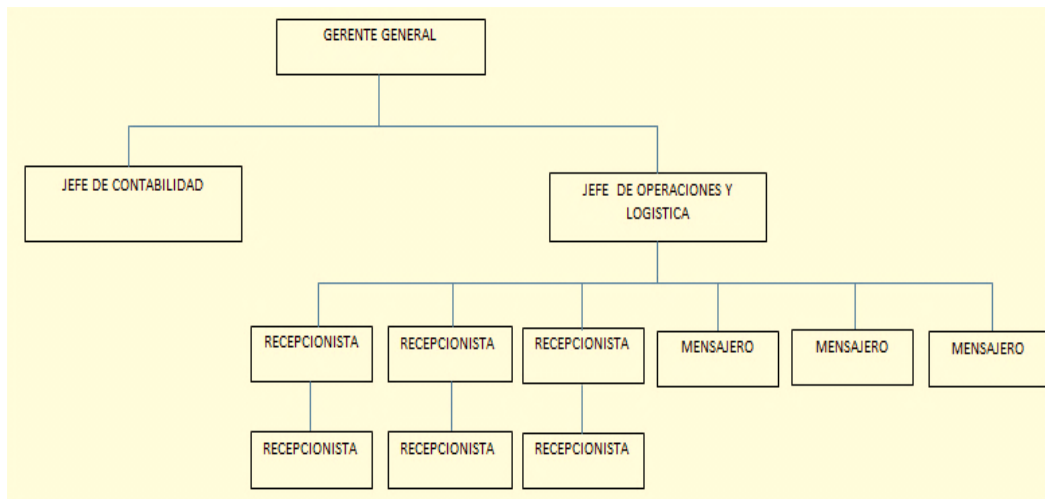
En resumen los días necesarios para realizar los trámites correspondientes son de 50 días hábiles.

3. ORGANIZACION EMPRESARIAL

"TRANS VICUÑA VELOZ", se organizará empresarialmente de la siguiente manera:

ORGANIGRAMA. La empresa contará con el siguiente organigrama:

GRÁFICO 5.17 - ORGANIGRAMA



FUENTE: Elaboración propia



4. PROCEDIMIENTOS TÉCNICO - ADMINISTRATIVOS

Los procedimientos técnicos - administrativos hacen referencia al manual de descripción de cargos y funciones.


En los siguientes cuadros se muestra las descripciones de funciones de los puestos según los cargos para la empresa MAJEL S.R.L "TRANS VICUÑA VELOZ"

4.1 Personal

- 1 Gerente General
- 1 Jefe Contabilidad
- 1 Jefe de operaciones y logística
- 6 Recepcionistas
- 3 Mensajeros

4.2 Manual de descripción de cargos y funciones

CUADRO 6.80 - GERENTE GENERAL


	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES		
	CARGO: GERENTE GENERAL		
No. de plazas: 1	Ubicación: Oficina dentro la empresa	Reporta a: Directorio	Tipo de contratación: Indefinida
Naturaleza: Encargarse de que todos los puestos cumplan con sus obligaciones para así lograr los objetivos organizacionales.			
Funciones y Responsabilidades			
<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la empresa, supervisa y dirige el trabajo general. • Planteamiento estratégico de actividades. • Representación legal de la empresa. • Dirigir las actividades generales de la empresa. • Emisión de circulares para el personal en general. • Control y aprobación de inversiones de la empresa. • Selección de personal. • Autorizar órdenes de compra. • Inteligencia para resolver problemas que se presenten. • Capacidad de análisis y de síntesis. • Capacidad de comunicación. 			



Perfil del cargo	
Formación:	Experiencia:
Licenciatura en Administración de Empresas y/o Ingeniería Comercial.	Mínima de 3 años en cargos relacionados.
Competencias	
Técnicas	De gestión
Conocimiento en el Área de Gerencia Conocimiento de normas Análisis, control y planificación. Inteligencia lógico matemático	Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Imagen corporativa.
Personales	
Agilidad Atención a detalles	Compromiso. Enfocado a resultados.

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 6.81 - JEFE DE CONTABILIDAD


 MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES			
CARGO: JEFE DE CONTABILIDAD			
No. de plazas:	Ubicación:	Reporta a:	Tipo de contratación:
1	Oficina dentro la empresa	Gerente General	Contrato de 4 años.
Naturaleza: Planear, organizar, dirigir y controlar los procesos del personal, logística, presupuesto, contables y financieros para atender las necesidades de la empresa.			
Funciones y Responsabilidades			
actos administrativos vinculados con la gestión económica, financiera y patrimonial. <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar la ejecución del presupuesto, elaborando los estados financieros, cuadros de resultados, proyecciones y demás documentación financiero-contable para su debido control. • Supervisar las actividades de las unidades administrativo-contables y fiscalizar las rendiciones de cuentas que realicen por pago de sueldos y demás gastos. 			
Perfil del cargo			
Formación:	Experiencia:		
Licenciatura en Contaduría Pública	Mínima de 4 a 5 años		



Competencias	
Técnicas	De gestión
Conocimiento en el Área contable. Conocimiento de normas de contabilidad. Análisis financiero Inteligencia lógico-matemático.	Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Imagen corporativa.
Personales	
Agilidad Atención a detalles	Compromiso. Enfocado a resultados.

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 6.82 - JEFE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA


 MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES			
CARGO: JEFE DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA			
No. de plazas:	Ubicación:	Reporta a:	Tipo de contratación:
1	Oficina dentro la empresa	Gerente General	Contrato de 4 años.
Naturaleza: Dirigir, organizar, planificar y controlar las operaciones a realizarse en la empresa.			
Funciones y Responsabilidades			
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar cada una de las operaciones que se desarrollaran en la empresa. • Definir y utilizar técnicas apropiadas de logística para la adecuada definición de rutas. • Establecer y dirigir los procedimientos operativo y de logística. • Intervenir en la contratación de personal a su cargo. • Planificar las necesidades de capacitación del personal. 			
Perfil del cargo			
Formación:		Experiencia:	
Licenciatura en Administración de Empresas o Ingeniería Comercial.		Experiencia Mínima de 2 años en cargos relacionados.	



Competencias	
Técnicas	De gestión
Conocimiento en el Área de Operaciones y Logística. Conocimiento de normas de calidad. Análisis, control y planificación. Inteligencia lógico matemático	Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Imagen corporativa.
Personales	
Agilidad Atención a detalles	Compromiso. Enfocado a resultados.

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 6.83 - RECEPCIONISTA


 MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES			
CARGO: RECEPCIONISTA			
No. de plazas: 6	Ubicación: En las diferentes sucursales.	Reporta a: Jefe de Operaciones y	Tipo de contratación: Contrato de 2 años.
Naturaleza: Responder por la clasificación, recolección, y entrega de las encomiendas, dinero además realizar la venta de boletos de viaje.			
Funciones y Responsabilidades			
<ul style="list-style-type: none"> • Recepcionar encomiendas y dinero para su posterior envío. • Realizar la clasificación y almacenamiento de encomiendas. • Ingresar diariamente la información relacionada con los envíos y entregas al sistema de información de la empresa. • Coordinar con los mensajeros para la distribución y entrega de encomiendas. 			
Perfil del cargo			
Formación:		Experiencia:	
Licenciatura en Administración de Empresas. Licenciatura en mercadotecnia.		Mínima de 3 años en cargos relacionados a la atención de clientes.	



Competencias	
Técnicas	De gestión
Conocimiento en ventas Poder de convencimiento. Conocimiento en Marketing.	Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Imagen corporativa Facilidad de palabra
Personales	
Agilidad Atención a detalles	Carismático. Asertivo.

FUENTE: Elaboración propia

CUADRO 6.84 – MENSAJERO

 MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES			
CARGO: MENSAJERO			
No. de plazas: 3	Ubicación: Sucursales	Reporta a: Recepcionista	Tipo de contratación: Contrato de 4 años.
Naturaleza: Efectuar las diligencias de las sucursales que se tengan que realizar fuera de las mismas y responder por el cumplimiento de la entrega oportuna a los destinatarios.			
Funciones y Responsabilidades			
<ul style="list-style-type: none"> Diligenciar la guía comprobante de entrega y hacer firmar por quién recibe el envío. Entregar el envío de manera correcta. Elaborar informe diario de trabajo. 			
Perfil del cargo			
Formación:		Experiencia:	
De profesión conductor (Categoría B).		Mínima de 2 años como mensajero motociclista.	



Competencias	
Técnicas	De gestión
Conocimiento en el Área de mensajería Poder de convencimiento.	Trabajo en equipo Trabajo bajo presión Imagen corporativa. Facilidad de palabra
Personales	
Agilidad Atención a detalles	Carismático. Asertivo.

FUENTE: Elaboración propia



CONCLUSIONES

Con la realización de este proyecto se puede concluir que el mismo es viable en la región Norte Altiplánico paceño ya que al momento no existen empresas especializadas para prestar el servicio de recolección y envío de encomiendas y giros de dinero.

La empresa fue enfocada para prestar el servicio de envío y recolección de encomiendas y giros de dinero, pero por una Alianza Estratégica se planteó un servicio adicional (venta de boletos de viaje), complementario a la empresa y atractivo para el usuario, lo que tiene como consecuencia un aumento de los ingresos proyectados.

El uso de los avances tecnológicos para agregar valor a las propuestas de negocio se ha vuelto una tendencia, sin embargo uno de los principales obstáculos que enfrenta el comercio electrónico es la logística, lo que da paso a ofrecer apoyo en cuanto al envío de encomiendas, implementando soluciones específicas para facilitar la entrega de los mismos, obteniendo un tamaño de mercado que es atractivo y da la oportunidad de que siga creciendo gracias a la propuesta diferenciada de "TRANS VICUÑA VELOZ" que no ofrece ningún competidor actualmente.



RECOMENDACIONES

Es importante que las utilidades del servicio prestado por "TRANS VICUÑA VELOZ" sean reinvertidas en la ampliación del servicio, con el fin de ampliar el mercado en un futuro.

Se recomienda formular propuestas estratégicas para cumplir las metas y objetivos planteados por la organización, ya que la efectividad del proyecto va de la mano de indicadores financieros como de la gestión institucional de todos y cada uno de los miembros que la componen.

Se recomienda realizar Alianzas Estratégicas con los demás sindicatos que viajan al Norte Altiplánico paceño de esta manera, ampliar nuestro mercado y obtener ventajas en cuanto a ingresos para la empresa.

Se recomienda implementar programas de capacitación y desarrollo para el personal de la empresa, obteniendo personal altamente comprometida con nuestros valores y servicio al cliente.

Es importante llevar un constante monitoreo para verificar el avance de las metas y procesos aplicados, propuestas por la alta gerencia.

Se recomienda realizar constantes evaluaciones de tiempos y movimientos en el servicio de entrega y recolección de encomiendas con el fin de alcanzar la eficiencia y eficacia en la prestación del servicio.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Gaither Norman, Fraizier Greg. Administración de producción y operaciones. Edit. Thomsom. Octava edición.
- Córdoba Padilla Marcial, Formulación y evaluación de proyectos. Editorial Ecoe. Primera edición.
- Calda Molina Marco, Preparación y Evaluación de proyectos, Quito - Ecuador
- Joanne Eglash, Como preparar un plan de Negocio
- Naresh Malhotra, Investigación de Mercado
- Navia Quiroga, Introducción al Marketing principios y aplicaciones

PÁGINAS WEB

<http://www.gerencie.com>

<http://economipedia.com/definiciones>

<http://crearsoftware.com>

<http://www.fundempresa.org.bo/trámites-requisitos-y-formularios/actividades-de-iniciación/inscripcion-de-sociedad-de-responsabilidad-limitada-srl/>

<http://www.lapaz.bo/index.php?option=comcontent&view=article&id=147:licencia-de-funcionamiento-para-actividades-economicas-en-general&catid=110&Itemid=431>

<http://www.afp-futuro.com/siswww/es/ab1/empresas/requisitos/inscripciondeemplador/inscripciondeempleador>



<http://www.afp-futuro.com/siswww/es/ab1/empresas/requisitos/registrodenuevotrabajadores/registrodenuevotrabajadores>

<http://www.mintrabajo.gob.bo/SeccionTrabajo.asp?Target=3>

<http://www.asesorlaboral.org/2014/03/requisitos-de-afiliacion-de-empleador.html>

<http://wsservicios.lapaz.bo/infoempresa/docs/CNSafiliacion a la CNS.pdf>



ENCUESTA

La siguiente encuesta se realizará con fines académicos e informativos, con el objeto de trabajar en el presente proyecto de grado "TRANS VICUÑA VELOZ" RECOLECCIÓN Y ENVÍO DE ENCOMIENDAS Y GIROS DE DINERO, región del Altiplano Norte paceño.

- I. Edad : _____
- II. Sexo :
Femenino: ____ Masculino: ____
- III. Estado Civil: _____
- IV. Ocupación : _____
- V. Ingreso: _____
- VI. ¿De qué manera transporta su encomienda?
Personalmente _____
Con familiares _____
Con amistades _____
A través de un sindicato de la terminal _____
- VII. ¿Actualmente, que empresa utiliza para enviar dinero?
Entidad bancaria _____
Tigo (Billetera Móvil) _____
Otros _____
- VIII. ¿Hacia qué lugar transporta su encomienda?
Ciudad de La Paz _____
Ciudad de El Alto _____
Otro lugar _____
- IX. ¿Qué encomienda envía?
Abarrotes _____
Mercadería para almacenes _____
Fruta _____
Documentos _____
Medicamentos _____
- X. Si usted envía encomiendas y dinero ¿Le gustaría contar con una empresa especializada para enviarlos?
SI _____ NO _____



- XI. Si existiera una empresa especializada en el envío de encomiendas, de acuerdo a la mercadería, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
- Libra a Bs 10 _____
Kilo a Bs 15 _____
Arroba a Bs 17 _____
Quintal a Bs 25 _____
- XII. Si contaría con una empresa especializada en envíos de dinero ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?
- Bs 7 por cada Bs 100 _____
Bs 20 por cada Bs 500 _____
Bs 25 por cada Bs 1000 _____
- XIII. ¿Usted que factor consideraría más importante?
- a) Tiempo de entrega _____
b) Seguridad _____
c) Ambos _____

GRACIAS POR SU COLABORACION!!!



ENTREVISTA

CASSETAS DE VENTA DE BOLETOS DE VIAJE

La siguiente encuesta se realizará con fines académicos e informativos, con el objeto de trabajar en el presente proyecto de grado "TRANS VICUÑA VELOZ" RECOLECCIÓN Y ENVÍO DE ENCOMIENDAS Y GIROS DE DINERO, región del Altiplano Norte paceño.

- I. Edad : _____
- II. Sexo :
Femenino: ____ Masculino: ____
- III. Estado Civil: _____
- IV. Ocupación : _____
- V. ¿Cuánto tiempo trabaja como vendedor/a de boletos de viaje?

- VI. ¿Cuántas personas viajan a la región del Norte del Altiplano?
Un estimado?
Lo mínimo a la semana o mes?
En qué meses hay más afluencia de personas que viajan?
Llevan encomiendas?



ANEXO 1 - OCUPACIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (2019p)

Municipio	Trabajador por cuenta propia (%)	Trabajador/ra de servicios y vendedores (%)	Trabajadores agrícolas, pecuarios, forestales o pesqueros (%)	de la construcción industria manufacturera y otros	Población económicamente inactiva (%)
Achacachi	10,6	11	58	4,3	16,1
Batallas	15	9,6	46	11,4	18
Copacabana	18,3	15,6	43,2	8,5	14,4
Guaqui	14,9	11,8	47,5	10,5	15,3
Tiahuanaco	17,3	6,3	51,2	4,2	21
Escoma	16,1	10,5	40,3	16,1	17

FUENTE: Datos INE (2019p)

ANEXO 2 - COSTO DE INSUMOS

(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL MES BS.
Cajas de cartón	14 kilos	0,50 ctvs/kilo	7
Cintas adhesivas	Docena y media grande	Bs 20 c/doc	120
Bolsas de polipropileno	2 Docenas grandes	Bs 40 c/doc	300
	2 Docenas medianas	Bs 35 c/doc	
Sobres manila (oficio)	800 unid.	0,35 ctvs.	280
Hilo polipropileno	2 docenas	Bs 62,50 c/doc.	500
TOTAL BS.			1207

FUENTE: Elaboración propia



ANEXO 3 - PROYECCION DE INSUMOS (AÑO 1)

(Expresado en Bolivianos)

MESES	Cajas de cartón	Cintas adhesivas	Bolsas de polipropileno	Sobres manila	Hilo polipropileno	TOTAL
Enero	7	120	300	280	500	1.207
Febrero	7	121	303	283	505	1.220
Marzo	7	123	306	286	510	1.232
Abril	7	124	309	289	516	1.245
Mayo	7	125	313	292	521	1.258
Junio	7	126	316	295	527	1.271
Julio	7	128	319	298	532	1.284
Agosto	8	129	323	301	538	1.298
Septiembre	8	130	326	304	543	1.311
Octubre	8	132	329	307	549	1.325
Noviembre	8	133	333	311	555	1.339
Diciembre	8	134	336	314	560	1.352
TOTAL BS.	89	1.525	3.813	3.559	6.355	15.342

FUENTE: Elaboración propia

ANEXO 4 - PLANILLA DE SUELDOS Y SALARIOS

(Expresado en Bolivianos)

PERSONAL DE CONTACTO CON EL CLIENTE (MANO DE OBRA DIRECTA)												
CARGO	No.	Haber mensual	Aporte CNS	Aporte AFP (Riesgo Profesional)	Aporte vivienda	Doble Aguinaldo	Bono Producción	Indemnización	TOTAL APORTE	Refrigerio	Total Costo Mensual	Total Costo Anual (Bs)
			10%	1,71%	2%	16,66%	8,33%	8,33%				
Recepcionista	6	11400	1140	194,94	228	1899,24	949,62	949,62	5361,42	3420	20181,42	242177,04
Mensajero	3	3000									3000	36000
TOTAL BS.											278177,04	
SISTEMA DE ORGANIZACIÓN INTERNA												
CARGO	No.	Haber mensual	Aporte CNS	Aporte AFP (Riesgo Profesional)	Aporte vivienda	Doble Aguinaldo	Bono Producción	Indemnización	TOTAL APORTE	Refrigerio	Total Costo Mensual	Total Costo Anual (Bs)
			10%	1,71%	2%	16,66%	8,33%	8,33%				
Gerente General	1	4100	410	70,11	82	683,06	341,53	341,53	1928,23	1230	7258,23	87098,76
Jefe de Contabilidad	1	3100	310	53,01	62	516,46	258,23	258,23	1457,93	930	5487,93	65855,16
Jefe de Operaciones y Logística	1	3100	310	53,01	62	516,46	258,23	258,23	1457,93	930	5487,93	65855,16
TOTAL BS.											18234,09	218809,08

FUENTE: Elaboración propia



ANEXO 5 - COSTO DE GASOLINA POR RUTA PARA LAS MOTO CARGAS (Expresado en Bolivianos)

PRECIO DE GASOLINA POR LITRO : 3,74 BOLIVIANOS					
RUTA	RECORRIDO	DISTANCI A KILOMETR	GASOLINA REQUERIDA EN LITROS	TOTAL DE GASOLINA POR RUTA	COSTO DE GASOLINA POR RUTA
No. 1	Batallas	1,47 km	0,04 lts	1,45	5,42
	Batallas - Karhuiza - Peñas	49,6 km	1,41 lts		
No. 2	Batallas - Achacachi	35 km	1 lt	2,62	9,79
	Achacachi	2,92 km	0,08 lts		
	Achacachi - Warisata - Ajllata Grande	54 km	1,54 lts		
No. 3	Achacachi - Escoma	76 km	2,17 lts	1,43	5,35
	Escoma	0,748 km	0,02 lts		
	Escoma - Villa Puni - Puerto Acosta	49,2 km	1,41 lts		
No. 4	Guaqui	1,02 km	0,03 lts	3,06	11,44
	Guaqui - Laja	106 km	3,03 lts		
No. 5	Guaqui - Tiahuanaco	20 km	0,57 lts	2,09	7,82
	Tiahuanaco	3,32 km	0,09 lts		
	Tiahuanaco - Taraco	50 km	1,43 lts		
No. 6	Copacabana	4,90 km	0,15 lts	0,3	1,12
TOTAL BS. POR DIA					40,94
TOTAL BS. POR TRES DIAS DE LA SEMANA					122,82
TOTAL BS. POR MES					491,28

FUENTE: Elaboración propia

ANEXO 6 - COSTO DE MATERIAL DE OFICINA (Expresado en Bolivianos)

MATERIAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL SEMANA	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Sellos de goma	7 unid.	8		56	672
Tinta para impresora	10 toners	50	500	2000	24000
Hojas de papel para impresoras	7 paquetes	20	140	560	6720
Facturas	7 talonarios	40	280	1120	13440
Perforadora	10 unid.	5		50	300
Engrampadora	10 unid.	5		50	300
Bolígrafos	1 docena y media	13 c/doc.		19	228
Tijera	9 unid.	5		45	270
Estilete	9 unid.	4		36	216
TOTAL BS.			920	3936	46146

FUENTE: Elaboración propia

La dotación de perforadoras, engrampadoras, tijeras y estiletes cada dos meses.



ANEXO 7 - COSTO UNIFORME DEL PERSONAL (Expresado en Bolivianos)

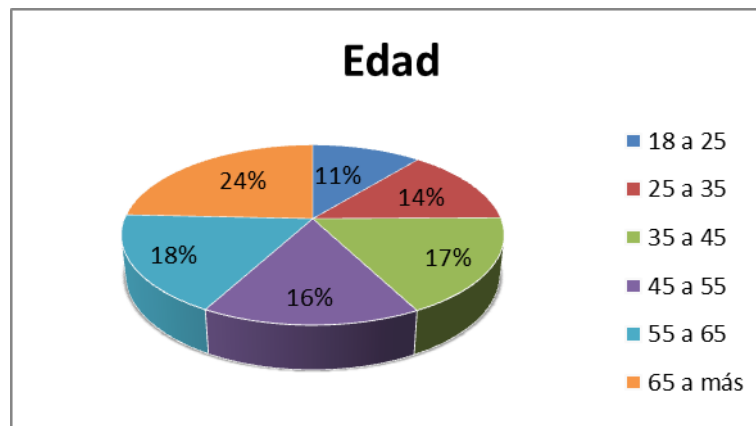
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	COSTO TOTAL AÑO
Chaleco	10	60	600	1200
Gorra	10	20	200	400
Guantes de motociclista	3	40	120	240

FUENTE: Elaboración propia

La dotación de uniforme al personal, dos veces al año por lo que el costo total anual es Bs 1840.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

ANEXO 8 – EDAD



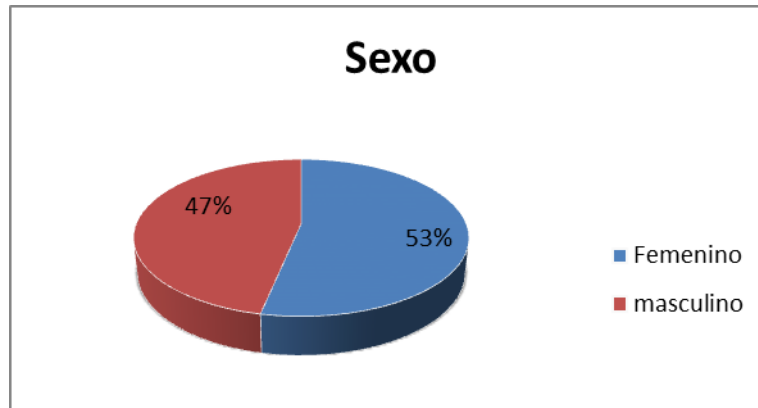
FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

El 24% tiene de 65 años a más, el 18% de 55 a 65 años, un 17% de 35 a 45 años, el 16% edades entre 45 a 55 años, un 14% de 25 a 35 años y un 11% entre 18 a 25 años.



ANEXO 9 - SEXO

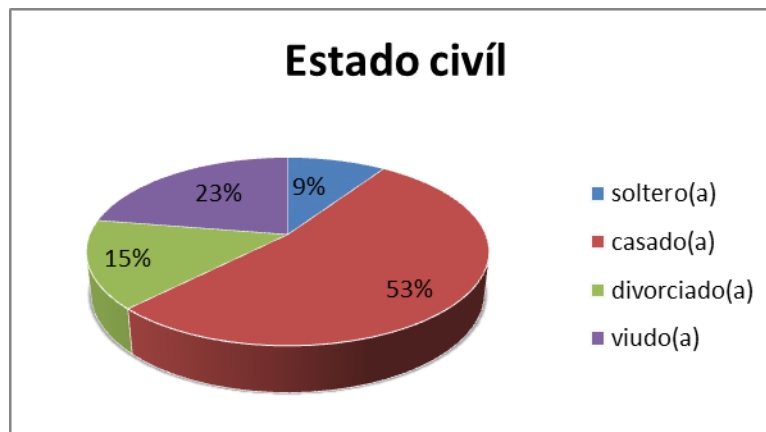


FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

El 53% de las personas encuestadas son mujeres y el 47% son varones.

ANEXO 10 - ESTADO CIVIL



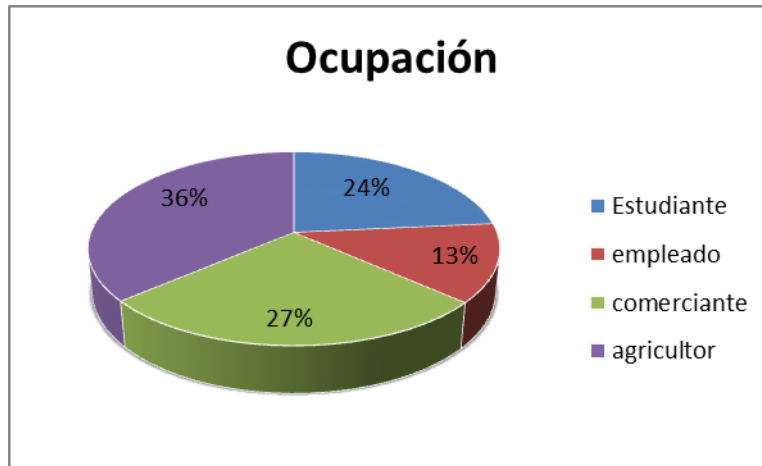
FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

De las personas encuestadas el 53% son casados, el 23% son viudos, el 15% son divorciados y un 9% solteros.



ANEXO 11 - OCUPACIÓN

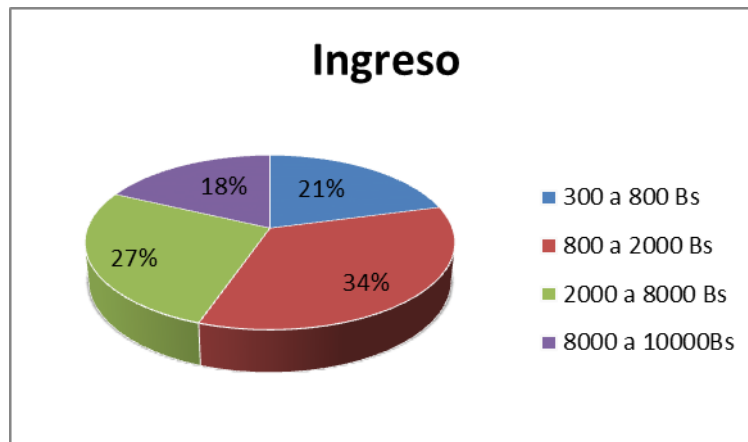


FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

Un 36% son agricultores, 27% son comerciantes, un 24% son estudiantes que trabajan, y solo el 13% son empleados.

ANEXO 12 - INGRESO



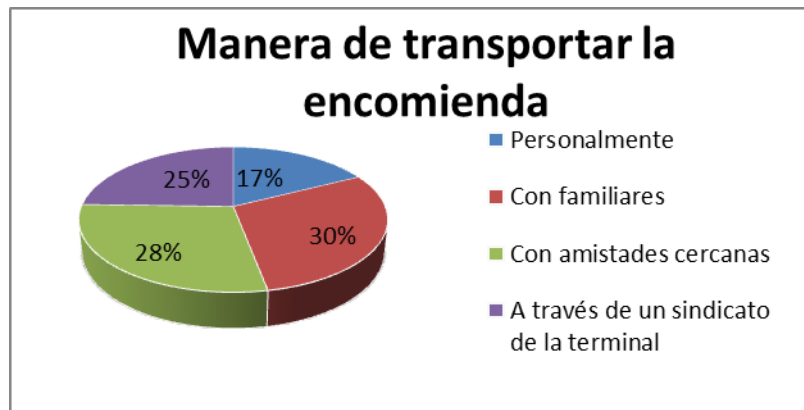
FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

De las personas encuestadas un 34% tiene como ingreso entre Bs 800 a Bs 2000, un 27% entre Bs 2000 a Bs 8000, el 21% entre Bs 300 a Bs 800 y un 18% ingresos entre Bs 8000 a Bs 10000.



ANEXO 13 - PREGUNTA 1

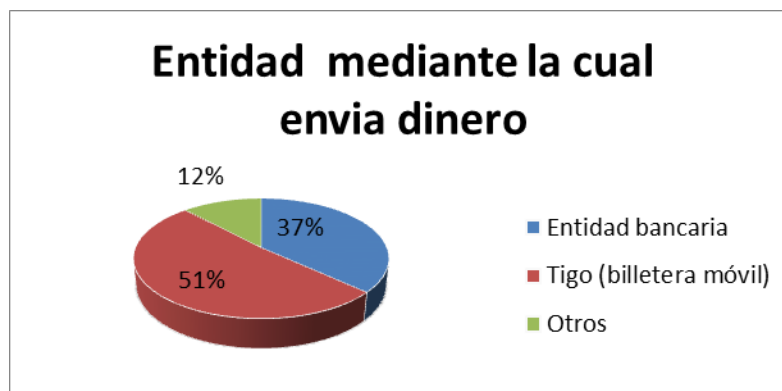


FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

El 30% de los encuestados nos afirma que la encomienda es transportada por familiares, un 28% señala que es a través de amistades cercanas, el 25% por medio de agencias de viaje, y solo un 17% lo realiza personalmente. Al momento de decidir cómo transportar las encomiendas eligen un servicio sustituto, como las agencias de viaje o lo realizan personalmente para evitarse el viaje de ida y vuelta de esta manera se ahorran tiempo y lo dedican a otra actividad

ANEXO 14 - PREGUNTA 2



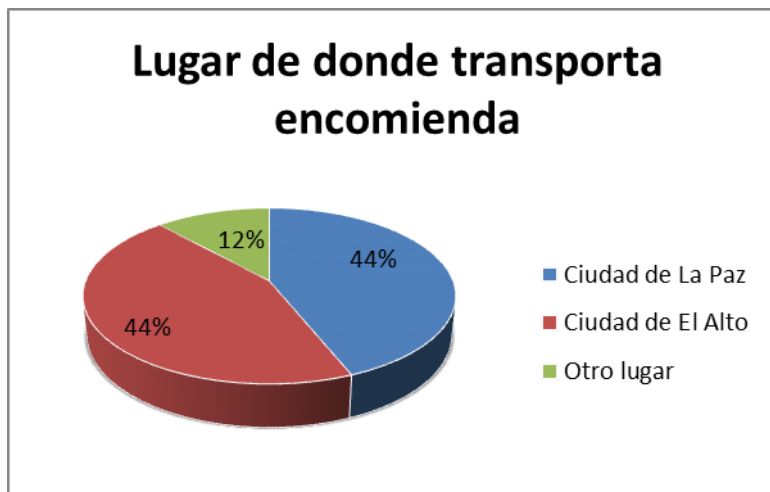
FUENTE: Elaboración propia



Interpretación

El 51% de los encuestados utiliza la billetera móvil de TIGO, un 37% mediante Entidades Bancarias y un 12% utiliza otro medio para enviar dinero.

ANEXO 15 - PREGUNTA 3



FUENTE: Elaboración propia

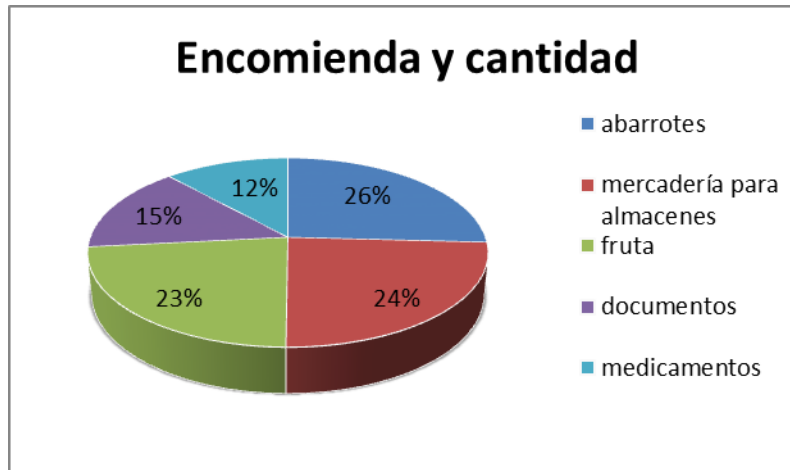
Interpretación

El 44% de las personas transporta su encomienda desde la ciudad de La Paz y el mismo porcentaje desde la ciudad de El Alto, pero solo un 12% de otro lugar, pero no lo especificaron.

Por la comodidad, cercanía, además por la variedad que existen en los mercados de La Paz y El Alto, las personas al adquirir un bien específico lo transportan como encomienda a un lugar destinado, ya sea mercadería para tiendas de ropa, de artesanías, para almacenes de abarrotes, para restaurantes, para mercados y otros en cantidad requerida, o una mínima que sea solo para familiares, demostrando afecto o la necesidad de estar comunicados, también documentos importantes para trámites y medicamentos que necesitan urgentemente.



ANEXO 16 - PREGUNTA 4



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

Un 26% transporta abarrotes, el 24% mercadería para almacenes, el 23% fruta, el 15% documentos y solo un 12% medicamentos.

ANEXO 17 - PREGUNTA 5



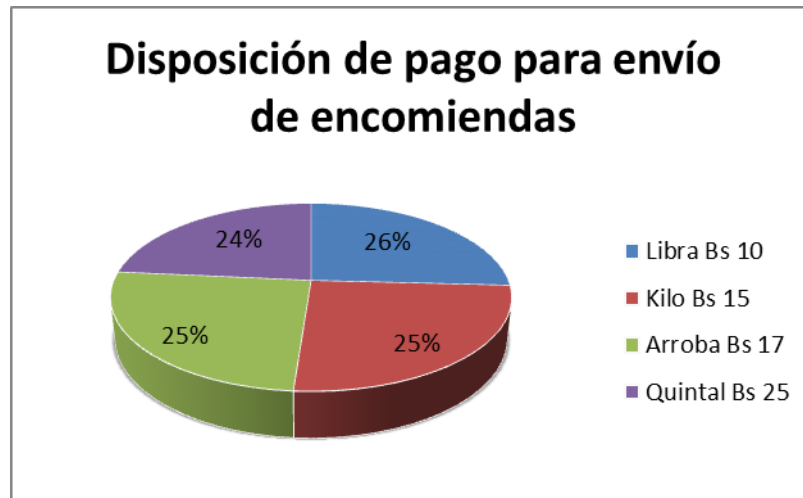
FUENTE: Elaboración propia



Interpretación

El 83% afirmaron que desearían contar con una empresa especializada para el envío de encomiendas y giros de dinero, contrariamente un 17% respondió negativamente.

ANEXO 18 - PREGUNTA 6



FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

El 26% de las personas encuestadas señala que estarían dispuestos a pagar Bs 10 por libra, el 25% pagaría Bs 15 por kilo, al igual que un 25 % podría pagar Bs 17 por arroba y un 24% pagaría Bs 24 para enviar encomiendas.



ANEXO 19 - PREGUNTA 7

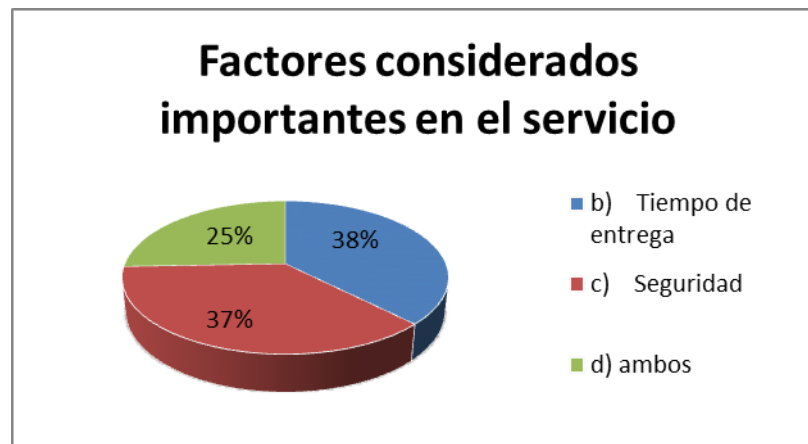


FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

El 57% de las personas encuestadas señala que estaría dispuesto a pagar Bs 7 por cada Bs 100, el 28% pagaría Bs 20 por cada Bs 500, y el 15 % podría pagar Bs 50 por cada Bs 1000 para enviar giros de dinero.

ANEXO 20 - PREGUNTA 8



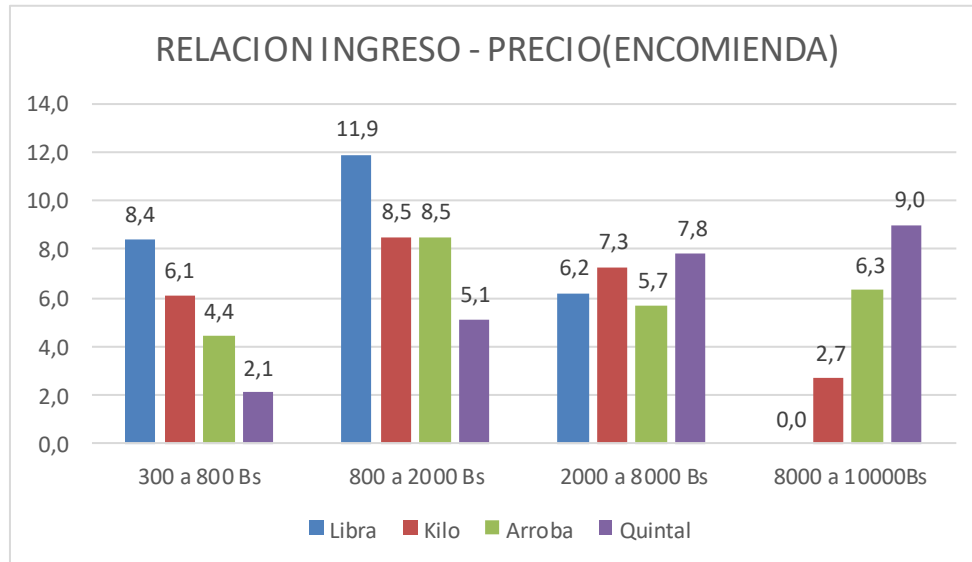
FUENTE: Elaboración propia

Interpretación

De las personas encuestadas, el 38% considera que el tiempo de entrega es un factor importante, el 37% considera que es la seguridad, pero el 25% ambos son importantes al momento de envío de encomiendas y giros de dinero.

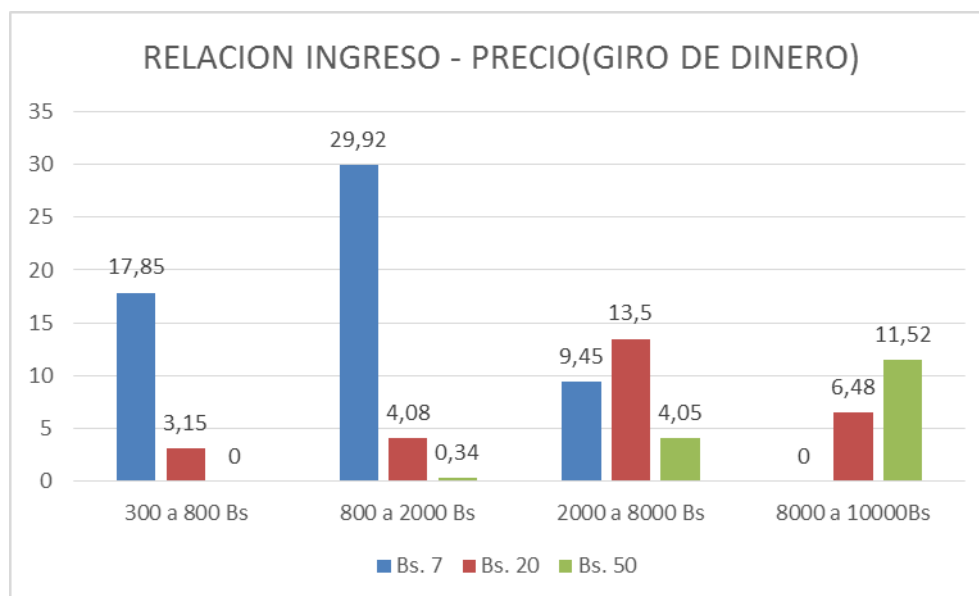


ANEXO 21. RELACION INGRESO - PRECIO (ENCOMIENDA)



FUENTE: Elaboración propia

ANEXO 22. RELACION INGRESO - PRECIO (GIRO DE DINERO)



FUENTE: Elaboración propia



Interpretación

Realizando el cruce de variables entre los rangos de ingreso - precio de encomiendas e ingreso - giros de dinero, se llegó a la conclusión de que en el rango de 300 - 800 el mayor porcentaje que es de un 8.4% envía encomiendas en libras, seguida de un 6.1% que envía en kilos y en dinero Bs. 7 con un 17.85%, en el rango de 800 - 2000 el mayor porcentaje es de 11.9% que prefiere enviar encomiendas en libras y un 8.5% en kilos, referente a dinero eligen el precio de Bs. 7 para transferir dinero.

En el rango de 2000 - 8000 el mayor porcentaje es de 7.8% que envía encomiendas en quintales, seguido de un 7,3% que prefieren en kilos y además eligen el precio de Bs. 20 para la transferencia de dinero. Por último en el rango de 8000 - 10000 el mayor porcentaje es de 9% que envía encomiendas en quintales seguidas de un 6.3% que prefieren en arroba y en cuanto a la transferencia de dinero eligen el precio de Bs. 50 para transferir cantidades mayores o iguales a Bs. 1000.