



**U.M.S.A.**



**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS, FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS CARRERA DE  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, INSTITUTO DE  
INVESTIGACIÓN Y CAPACITACIÓN EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y  
ADUANAS 1RA VERSIÓN**

**“DIAGNÓSTICO DE UN SISTEMA DE  
INFORMACIÓN DE PROMOCIÓN DE LA ZONA  
FRANCA INDUSTRIAL PARA EL INCREMENTO  
DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y  
COMERCIAL”**

**(TRABAJO DE GRADO)**

**TUTOR : PHD. ENRIQUE MONTAÑO**

**POSTULANTE: LIC. WALTER QUISBERT BUSTIOS**

**La Paz –Bolivia  
2015**

# DEDICATORIA

*Esta tesis se la dedico a: Walter, por todos los momentos y circunstancias que atravesaste, en uno de tus más grandes anhelos de tu vida, por saberte guiar por el buen camino, darte fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentan, enseñándome a encarar, las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.*

*Por tu motivación, perseverancia y constancia, veo plasmado este logro que te lo dedico a ti: Waltico, (no te falle).*

# AGRADECIMIENTO

**Agradezco a Dios, por intermedio de nuestro señor Jesucristo, por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por Brindarme una vida llena de: aprendizaje, sabiduría, experiencia y permitirme culminar uno de mis anhelos como la maestría.**

*JOSUÉ, Capítulo 1*

*1:9 Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en dondequiera que vayas.*

**A ti la gloria, padre.**

# Índice

	Pág.
<b>Introducción</b> _____	1
 <b>CAPÍTULO I</b> <b>GENERALIDADES</b>	
1.1 Antecedentes_____	5
1.2 Planteamiento del problema_____	8
1.3 Objetivo general y específicos_____	9
1.3.1 Objetivo general_____	10
1.3.2 Objetivos específicos_____	10
1.4 Operacionalización de los objetivos de estudio_____	10
1.5 Alcances de la investigación_____	13
1.5.1 Alcance temático_____	14
1.5.2 Alcance geográfico_____	14
1.5.3 Alcance temporal_____	14
 <b>CAPÍTULO II</b> <b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Definición de sistemas de información_____	15
2.2 Bases para un sistema de información de Zonas Francas____	16
2.2.1 Entrada de información sobre Zonas Francas_____	18
2.2.2 Almacenamiento de información sobre Zonas Francas	20
2.2.3 Procesamiento de información útil en torno a las	

Zonas Francas_____	20
2.2.4 Salida de información acerca de ventajas de las Zonas Francas_____	21
2.3 Sistemas de información sobre Zonas Francas para ejecutivos_____	22
2.3.1 Características de los sistemas de información sobre Zonas Francas para ejecutivos_____	26

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

3.1 Método de investigación_____	27
3.2 Tipo de investigación_____	27
3.3 Universo o población de estudio_____	28
3.4 Determinación y elección de la muestra_____	29
3.5 Sujetos vinculados a la investigación_____	30
3.6 Fuentes y diseño de los instrumentos de relevamiento de información_____	31
3.6.1 Fuentes primarias_____	31
3.6.2 Fuentes secundarias_____	31
3.7 Procesamiento y análisis de datos_____	31

## **CAPÍTULO IV**

### **POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE VENTAJAS DE LAS ZONAS FRANCAS INDUSTRIALES**

4.1	Políticas que promovieron las Zonas Francas (neoliberal)___	33
4.2	Antecedentes en la promoción de las exportaciones paralelas a las Zonas Francas_____	34
4.3	Herramientas de promoción_____	35

## **CAPÍTULO V**

### **SECTOR Y OBJETO DE ESTUDIO**

5.1	Sector de estudio: empresas manufactureras_____	39
5.2	Contribución del sector al Producto Interno Bruto_____	40
	5.2.1 PIB departamental_____	46
5.3	Empresas establecidas en el departamento_____	48
5.4	Zonas Francas en Bolivia_____	49
	5.4.1 Zonas Francas comerciales e industriales en Bolivia_	50
5.5	Objeto de estudio_____	52
	5.5.1 Zona Franca Industrial G.I.T. La Paz_____	52
	5.5.2 Empresas establecidas en la Zona Franca_____	52

## CAPÍTULO VI

### EMPRESARIOS INDUSTRIALES NO TRADICIONALES Y EL SISTEMA DE INFORMACIÓN SOBRE ZONAS FRANCAS

6.1	Información y el sistema que se utiliza para promocionar las ventajas que la Zona Franca Industrial ofrece a los empresarios_____	53
6.2	Nivel de conocimientos acerca de las ventajas de las Zonas Francas_____	57
6.3	Tipo de incidencia del uso del conocimiento umbral_____	75
6.4	Uso de los conocimientos sobre Zonas Francas_____	78
6.5	Condiciones materiales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas_____	79
6.6	Condiciones empresariales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas_____	83
6.7	Características del sistema de información sobre Zonas Francas_____	87
6.8	Administración del sistema de información sobre Zonas Francas para ejecutivos (SIZFE)_____	92
6.8.1	Soporte institucional para un sistema de información_	98
6.8.2	Factores del éxito de un sistema de información sobre Zonas Francas para ejecutivos (SIZFE)_____	98

## **CAPÍTULO VII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

7.1	Conclusiones_____	100
7.2	Recomendaciones_____	103

### **Bibliografía**

### **Anexos**

Anexo N° 1 Encuesta a medianos empresarios industriales no tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz

Anexo N° 2 Encuesta a instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de zonas Francas

Anexo N° 3 Detalle de las 74 empresas industriales (grandes y medianas) que se encuentran asentadas en la ciudad de El Alto

Anexo N° 4 Instituciones Públicas y Privadas

## Índice de Cuadros

Cuadro N° 1	Operacionalización de objetivos de estudio_____	11
Cuadro N° 2	Identificación del Universo_____	29
Cuadro N° 3	Muestra No Probabilística_____	30
Cuadro N° 4	Clasificación de empresas industriales_____	39
Cuadro N° 5	Bolivia: Producto Interno Bruto precios constantes según actividad económica 2000 – 2006 (En miles de bolivianos de 1990)_____	41
Cuadro N° 6	Porcentaje de participación en el PIB: 1995 – 2004	42
Cuadro N° 7	Bolivia: Producto Interno Bruto a precios constantes según actividad económica 2007 – 2013 (En miles de bolivianos de 1990)_____	43
Cuadro N° 8	Participación de la industria en el PIB (porcentaje)	44
Cuadro N° 9	Bolivia: producto interno bruto per cápita a precios de mercado, según departamento, 2012 (En dólares)_____	46
Cuadro N° 10	Manufactura o producción_____	49
Cuadro N° 11	Zonas francas de Bolivia_____	50
Cuadro N° 12	Tipos de Zonas Francas_____	51
Cuadro N° 13	Tiene información acerca de lo que es una zona franca	57
Cuadro N° 14	Puede afirmar que una zona franca es un régimen aduanero especial_____	59
Cuadro N° 15	Puede afirmar que una zona franca es un régimen aduanero especial_____	60
Cuadro N° 16	De la siguiente lista marque algunos atributos propios de una zona franca_____	62
Cuadro N° 17	De la siguiente lista marque algunas mejoras empresariales propias de una empresa ubicada	

en una zona franca_____	64
Cuadro N° 18 Usted considera que dentro de una zona franca se desarrollan las siguientes políticas_____	66
Cuadro N° 19 Puede señalar otras características de una Zona Franca Industrial_____	68
Cuadro N° 20 Puede señalar las características de una Zona Franca Comercial_____	70
Cuadro N° 21 Qué aspectos de una zona Franca Industrial o Comercial no conoce_____	71
Cuadro N° 22 Sabe usted las ventajas a nivel tributario que tienen las Zonas Francas_____	72
Cuadro N° 23 Usted conoce las ventajas a nivel aduanero que tienen las Zonas Francas_____	73
Cuadro N° 24 Está informado sobre las ventajas a nivel laboral que tienen las zonas Francas_____	73
Cuadro N° 25 Usted conoce las ventajas a nivel de preferencias en los acuerdos comerciales internacionales que tienen las Zonas Francas_____	75
Cuadro N° 26 Qué problemas para su empresa representaría acogerse al régimen de Zonas Francas_____	77
Cuadro N° 27 Conoce alguna empresa, ya sea industrial o comercial que obtiene beneficios y ventajas al estar dentro del régimen de Zonas Francas_____	78

Cuadro N° 28	La información general que tiene acerca de las Zonas Francas le permitió acercarse a la misma a indagar datos más precisos sobre su funcionamiento_____	79
Cuadro N° 29	Comento al personal de su empresa alguna vez la posibilidad de participar en las Zonas Francas____	80
Cuadro N° 30	La capacidad productiva de su empresa le permite pensar en trasladarse o abrir una sucursal en una Zona Franca_____	80
Cuadro N° 31	La capacidad tecnológica de su empresa le permite pensar en trasladarse o abrir una sucursal en una Zona Franca_____	81
Cuadro N° 32	En caso de tomar la decisión de trasladarse o abrir una sucursal en una zona franca cuenta con la liquidez necesaria para ello_____	82
Cuadro N° 33	En caso de no tener liquidez, se endeudaría para garantizar esta decisión_____	82
Cuadro N° 34	Cree que las ventajas de las zonas francas son insuficientes frente a los costos que tendría trasladarse a estos espacios industriales_____	83
Cuadro N° 35	La forma como su empresa toma decisiones le permitiría asumir rápidamente el reto de trasladarse o abrir una sucursal en una zona franca_____	84
Cuadro N° 36	Su empresa asumiría los riesgos emergentes de beneficiarse de las ventajas de las zonas francas de manera inmediata_____	85

Cuadro N° 37	Su empresa asume riesgos cuando se le presenta una ventaja o grupo de ventajas a nivel tributario, arancelario, etc. _____	85
Cuadro N° 38	Su empresa asume riesgos cuando se le presenta una ventaja que va a significar mejorar su imagen corporativa asociada a mejorar sus ingresos _____	87
Cuadro N° 39	Un sistema de información para empresarios industriales, sobre zonas francas debería contener la siguiente información _____	89
Cuadro N° 40	Dicho sistema de información debería estar dirigido principalmente a _____	90
Cuadro N° 41	Dicho sistema de información debería estar difundirse por _____	92

## Índice de Gráficos

Gráfico N° 1	Diagrama de Contexto _____	17
Gráfico N° 2	Pirámide informática _____	23
Gráfico N° 3	PIB per cápita _____	47
Gráfico N° 4	PIB por Departamentos _____	48
Gráfico N° 5	Información de la Zona Franca _____	58
Gráfico N° 6	Zona Franca y régimen aduanero especial _____	59
Gráfico N° 7	Atributos Zona Franca _____	61
Gráfico N° 8	Mejoras de empresas en Zona Franca _____	63
Gráfico N° 9	Zonas Francas y políticas _____	65
Gráfico N° 10	Características de una Zona Franca Industrial _____	67
Gráfico N° 11	Características Zona Franca Comercial _____	69
Gráfico N° 12	Información desconocida _____	71
Gráfico N° 13	Balance de ventajas sobre Zonas Francas _____	72
Gráfico N° 14	Ventajas específicas de las Zonas Francas _____	74
Gráfico N° 15	Aspectos que influyen en no utilizar las Zonas Francas _____	76
Gráfico N° 16	Desconocimiento de Zonas Francas _____	86
Gráfico N° 17	Información que debe ser parte del sistema _____	88
Gráfico N° 18	Sistema de información dirigido a _____	89
Gráfico N° 19	Difusión del sistema de información _____	91
Gráfico N° 20	Administración del sistema de información _____	93
Gráfico N° 21	Participación empresarial en el sistema de información _____	94
Gráfico N° 22	Recursos económicos para administrar un sistema de información _____	95
Gráfico N° 23	Personal para administrar sistema de información _____	96
Gráfico N° 24	Beneficios de la administración _____	97

## **Introducción**

La pertinencia del Trabajo de Grado se fundó a partir de la necesidad de conocer el sistema de información de promoción de la Zona Franca Industrial (ZFI) de la ciudad de El Alto para el incremento de la competitividad de empresas nacionales y extranjeras interesadas en la producción de bienes y su comercialización utilizando las ventajas de esta área acotada en donde se procede al almacenamiento, transformación y distribución de mercancías sin aplicación de gravámenes, aranceles, ni impuestos indirectos.

En términos generales, una Zona Franca Industrial (ZFI) tiene por objetivo potenciar las actividades de comercio exterior que se venían realizando tradicionalmente. Cualquier clase de mercancía puede entrar en la zona franca independientemente de dónde proceda y se podrá operar con países terceros sea cual sea el proceso de transformación industrial que se utilice. Cualquier operación realizada dentro de la zona franca está exenta de todos los impuestos indirectos. Además de una mayor flexibilidad a la entrada de mercancías de países terceros, la principal ventaja es que las operaciones de perfeccionamiento activo en dicha zona no podrán limitarse por condiciones de tipo económico. El perfeccionamiento activo supone la generación de valor añadido mediante actividades productivas o de transformación. La justificación de su práctica permite la exoneración el pago de las tarifas de entrada por las materias primas y componentes importados. Actualmente, existen 78 empresas establecidas en la Zona Franca Industrial: una empresa dedicada a los producción de productos farmacéuticos, una empresa del rubro eléctrico con la producción de tableros de baja y alta tensión, una empresa dedicada a la producción de madera, una empresa dedicada a la elaboración de plásticos y las demás 74 dedicada a vehículos automotores.

Asimismo, la realización de operaciones de este tipo en zonas francas libera a las empresas de la exacción de los impuestos indirectos por el valor añadido generado.

La finalidad del Trabajo de Grado se orientó a conocer cómo se transmite toda la información relativa a la ZFI a los empresarios interesados y potenciales de establecerse en una zona industrial con las características descritas. La contribución que el trabajo supuso, al campo de la ciencia administrativa, fue importante para estimular la producción industrial y su comercialización de Bolivia hacia el mundo.

El objetivo general del trabajo fue determinar si la información de la Zona Franca Industrial de la ciudad de El Alto llega a los empresarios y promueve una toma de decisiones favorables al perfeccionamiento activo de sus bienes en dichos establecimientos.

En cuanto a los objetivos específicos ellos fueron: se analizó la información y el sistema utilizado para promocionar las ventajas que la Zona Franca Industrial ofrece a los empresarios; se estableció el uso de los conocimientos sobre la Zona Franca Industrial que realizaron los empresarios para dimensionar los componentes de un sistema de información de promoción de dichas zonas; se determinó las condiciones materiales y empresariales para el uso de las ventajas de la Zona Franca Industrial y se definió las características que debería tener un sistema de información empresarial acerca de la Zona Franca Industrial que incremente la competitividad empresarial y comercial. Estos objetivos específicos fueron operacionalizados y formaron parte de los resultados del trabajo de campo de la investigación.

El Trabajo de Grado estuvo integrado por siete capítulos. El primer capítulo correspondió a las generalidades, es decir, la exposición de los antecedentes, la justificación, el planteamiento del problema, los objetivos y los alcances de la investigación.

En el segundo capítulo se expuso el marco teórico y conceptual. Se explicó la definición de sistemas de información, las bases para un sistema de información de Zonas Francas, las ventajas y servicio que ofertan las Zonas Francas, y finalmente, los sistemas de información sobre zonas francas para ejecutivos.

El tercer capítulo se destinó a exponer la metodología de la investigación, se precisaron los métodos, el tipo de investigación, el universo o población de estudio, las fuentes y diseño de los instrumentos de relevamiento de información.

Las políticas de promoción de ventajas de las Zonas Francas Industriales fueron expuestas en el capítulo cuarto. Se analizó la estrategia de promoción de las exportaciones, la debilidad estructural en la promoción externa que tiene el país y las herramientas de dicha promoción.

El capítulo quinto fue usado para exponer el sector y objeto de estudio, por una parte, el Zonas Francas Comerciales e Industriales en Bolivia, y por el otro, una descripción del sector empresarial industrial.

En el capítulo sexto, se expuso los resultados del trabajo de campo, estableciéndose el nivel de conocimientos acerca de las ventajas de las Zonas Francas que tienen los empresarios, el tipo de incidencia del uso del conocimiento umbral, las condiciones materiales y empresariales para el uso de

las ventajas de las Zonas Francas. De forma complementaria, se delineó la administración del sistema de información sobre zonas francas para ejecutivos (SIZFE).

El capítulo séptimo presenta las conclusiones y recomendaciones del trabajo. La principal conclusión señaló que una Zona Franca Industrial otorga posibilidades favorables a nivel tributarlo y aduanero a las empresas que se asientan en dichas áreas, así está establecido en las normas vigentes, pero muchas empresas no se acogen a estas ventajas porque no reciben la información oportuna al respecto. Un sistema de información empresarial sobre Zonas Francas Industriales puede hacer la diferencia entre asumir este riesgo y las ventajas que ello implica y el no hacerlo.

La principal recomendación se orientó a que otros investigadores puedan aportar a establecer un sistema de información moderno sobre el conjunto de las Zonas Francas que existen en el país, tanto comerciales e Industriales, más allá de la comercialización de vehículos automotores que es el actual rubro que ocupa la mayor cantidad de empresas instaladas en estas áreas, de manera de dinamizar la industria y el comercio nacional.

# CAPÍTULO I

## GENERALIDADES

### 1.1 Antecedentes

La investigación abordó el tema del incremento de la competitividad empresarial y comercial a través de un sistema de información de promoción de la Zona Franca Industrial en la ciudad de El Alto que llegue a las manos de los empresarios y puedan tomar decisiones favorables a invertir en operaciones cobijadas por la ZFI.

Las Zonas Francas Industriales, como parte de los Regímenes Aduaneros, ofrecen preeminencias a las empresas manufactureras orientadas a dar cumplimiento a los objetivos de la política económica, sin embargo, de poco sirven si los agentes privados de la economía no los conocen y no pueden asumir opciones en base al análisis comparado de sus ventajas.

Los servicios que oferta la Zona Franca Industrial son los siguientes:

- Acomodo inteligente.
- Administración de lugares y "picking".
- Codificación.
- Consolidación de Partes de Recepción.
- Control de inventarios.
- Estiba y desestiba.
- Recepción, acomodo y manipuleo de la carga.
- Trámite virtual y archivo documental.
- Transferencia entre usuarios.

- Vigilancia y seguridad las 24 horas.

Las ventajas dentro de las Zonas Francas Comerciales de GIT son:

- Almacenamiento con seguro contra todo riesgo.
- Almacenamiento sin límite de tiempo.
- Consolidaciones y des consolidaciones de cargas por empresas de "forwarders"
- Devoluciones a proveedores sin incurrir en elevados costos de mercadeo.
- Exhibición permanente de mercaderías.
- Exportación desde territorio aduanero nacional.
- Garantía de servicio y experiencia por más de 10 años.
- Moderna Infraestructura y servicios ágiles para una rápida nacionalización.
- Re-expedición a terceros países.
- Suspensión de impuestos dentro de Zona Franca para Usuarios y Concesionarios.
- Suspensión de tributos aduaneros y fiscales para carga dentro de Zona Franca.
- Verificación de las mercancías.

El sector empresarial industrial y comercial requiere tener información oportuna acerca de este y otros tipos de regímenes aduaneros, expresados en sistemas concretos y accesibles que los orienten de manera que se puedan mejorar las exportaciones garantizando que se vuelvan sustentables.

Un sistema de información sobre Zonas Francas no sólo contiene datos sobre esta actividad, sino que articula varios otros elementos como el uso de medios

informáticos, de manera que el usuario o beneficiado puede encontrar respuestas a diversos tópicos de esta actividad, mediante un sub sistema de entrada, almacenamiento, procesamiento de la información y su respectiva salida.

Haciendo un breve repaso por la historia, se puede considerar que desde los años 70 el modelo de las zonas francas se convirtió en el mundo en una de las principales herramientas para promover el comercio exterior. La combinación de incentivos tributarios, aduaneros y cambiarios además de algunas condiciones especiales, propias de cada país y de su legislación, generaron una serie de composiciones, y por lo tanto, de oportunidades para que cada región pueda hacer uso de este mecanismo como un pilar fundamental del desarrollo económico.

En este sentido, las zonas francas fueron instrumentos que, a través de la mejora en las condiciones para el comercio internacional, favorecieron el avance de polos de desarrollo industrial y regional generando empleos y divisas para el país, así como el incremento en la productividad de la mano de obra.

Estos beneficios, que a primera vista parecerían depender de las potencialidades geográficas de algunas zonas, *“hoy en día están más relacionados a los compromisos entre el ámbito público y privado, destinados a facilitar las condiciones que armonicen las necesidades de desarrollo económico y social de las regiones con las exigencias que un mercado global impone. A partir de esta característica es precisamente que Bolivia pudo profundizar el uso de esta herramienta, ya que la complejidad del sistema impositivo junto con las dificultades estructurales que enfrentan las empresas en el desarrollo de sus actividades y el alto grado de informalidad de la economía, hacen de las zonas francas una excelente opción para la*

*implementación rápida de una estrategia de atracción de inversiones, tanto extranjeras como nacionales” (Sánchez. 2005,p. 11).*

## **1.2 Planteamiento del problema**

Toda Zona Franca implica un concepto de extraterritorialidad que confiere ciertas oportunidades a las empresas del sector industrial. Sin embargo, estas situaciones aparentemente favorables deben ser encaradas y transformadas a favor de la iniciativa privada mediante una adecuada toma de decisiones, además de cumplir con ciertos requisitos administrativos, así como con determinadas inversiones.

En la actualidad, no se conoce con precisión las razones que evitan que la mayoría de las empresas industriales de las ciudades de La Paz y El Alto no aprovechen las ventajas de las Zonas Francas, especialmente la Industrial, al grado de cuestionar si están son ventajas reales o si por el contrario, el factor principal para esta situación de ausencia de interés se debe a la falta de difusión de las situaciones que conllevan trasladarse a una Zona Franca Industrial.

Para las empresas el migrar o instalar una sucursal en una Zona Franca Industrial puede significar la diferencia entre ser una industria conservadora o innovadora. Situación que si se puede apreciar con mayor claridad en las Zonas Francas Comerciales, donde diversas empresas importadoras se han instalado y desarrollan agresivas actividades relacionadas a la oferta de diferentes mercaderías.

Zona Franca Industrial La Paz se encuentra ubicada en el Km. 7 carretera a Viacha, Av. Estructurante s/n zona Urb. Fatradi, cuenta con gran cantidad de

playas para vehículos acondicionadas y delimitadas, con un área de 100,260 m<sup>2</sup>. Asimismo funcionan en ella industrias y talleres de transformación de vehículos que generan un importante movimiento industrial y comercial, abarcando un área de 36,741.24 m<sup>2</sup>. Adicionalmente se cuenta con almacenes cubiertos cerrados en un área de 2,918.16 m<sup>2</sup> y el espacio destinado a equipamiento, áreas verdes y vías en general con 34,668.19 m<sup>2</sup>.

Las playas de resguardo de mercaderías en Zona Franca Industrial La Paz cuentan con malla olímpica tejida con alambre tri galvanizado con baño de zinc de dos metros de altura y un posterior metro de alambre de púas. Estas están sujetas con tubos de acero galvanizado de 2 pulgadas y plantados cada 2.5 metros, todo concluido con banderines que identifican la imagen de GIT. Zona Franca Industrial de La Paz, posee 29,428.93 m<sup>2</sup> de áreas de circulación empedradas, adoquinadas y asfaltadas, todas dotadas con cordones de acera y tubería de PVC para el tendido de alcantarillado y con cámaras de inspección y sumideros para la circulación del agua.

Para que el problema de investigación sea desarrollado, se definió la siguiente interrogante:

***¿La información sobre las ventajas y desventajas de la Zona Franca Industrial de la ciudad de El Alto que llega a los empresarios promoció una toma de decisiones favorables al perfeccionamiento activo de sus bienes en dichos establecimientos?***

### **1.3 Objetivo general y específico**

Los objetivos de la investigación fueron los siguientes:

### **1.3.1 Objetivo general**

- ✓ Determinar si la información acerca de la Zona Franca Industrial de la ciudad de El Alto llega a los empresarios y promueve una toma de decisiones favorables al perfeccionamiento activo de sus bienes en dichos establecimientos.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Analizar la información y el sistema que se utiliza para promocionar las ventajas que la Zona Franca Industrial ofrece a los empresarios.
2. Establecer el uso de los conocimientos sobre la Zona Franca Industrial que realizan los empresarios para dimensionar los componentes de un sistema de información de promoción de dichas zonas.
3. Determinar las condiciones materiales y empresariales para el uso de las ventajas de la Zona Franca Industrial.
4. Definir las características que debería tener un sistema de información empresarial acerca de la Zona Franca Industrial que incremente la competitividad empresarial y comercial.

### **1.4 Operacionalización de los objetivos de estudio**

La operacionalización de los objetivos del estudio fue acompañada de su definición conceptual, las dimensiones abordadas, los indicadores utilizados y el detalle del instrumento empleado para el recojo de la información:

**Cuadro N° 1**

**Operacionalización de objetivos de estudio**

<b>Objetivo</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicador</b>	<b>Instrumento</b>
Información y el sistema que se utiliza para promocionar las ventajas que la Zona Franca Industrial ofrece a los empresarios	Un sistema de información es un conjunto de elementos orientados al tratamiento y administración de datos e información, organizados y listos para su uso posterior, generados para cubrir una necesidad o un objetivo. Las zonas francas ofrecen ventajas tributarias y financieras	Tributarias	Regímenes aduaneros especiales donde los tributos aduaneros están fuera del territorio aduanero	Revisión bibliográfica (fuente secundaria)
		Aduaneras	Gravamen arancelario 0	

/continua...

Objetivo	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Instrumento	
				EMGEI-NT	EIIZF
Uso de los conocimientos sobre la Zona Franca Industrial que realizan los empresarios	Empresarios toman decisiones sobre las ZFI cuando están informados acerca de sus ventajas y desventajas	Nivel de conocimientos acerca de las ventajas de las Zonas Francas	Información general conocida	1	1
			Información especializada conocida	2, 3, 4, 5, 6, 7	2, 3, 4, 5, 6, 7
			Información general desconocida	8	8
			Información especializada desconocida	9, 10, 11, 12	9, 10, 11, 12
		Tipo de incidencia del uso del conocimiento umbral	Dudas acerca del mal uso de las oportunidades	24	18
			Certezas del mal uso de las oportunidades	25	
			Uso dado a la información general conocida	13	
		Uso de los conocimientos sobre Zonas Francas	Uso dado a la información general desconocida	14	
			Uso dado a la información especializada conocida		
Condiciones materiales y empresariales para el uso de las ventajas de la Zona Franca Industrial	Trasladar operaciones industriales a una ZFI implica costos y capacidad de gestión	Condiciones materiales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas	Evaluar la capacidad productiva empresarial Identificar la existencia de liquidez Evaluar la existencia de condiciones integrales para trasladarse a la Zona Franca Predisposición institucional	28 15 16, 18 17	21

		Condiciones empresariales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas	Conocer el estilo de gestión empresarial (conservador, innovador) Reacción de la gestión empresarial ante ventajas relativas Reacción de la gestión empresarial ante ventajas absolutas Grado en el que se asumen riesgos	19, 20 21 22, 23	17
Características que debería tener un sistema de información empresarial acerca de la Zona Franca Industrial que incrementa la competitividad empresarial y comercial	Es la informática aplicada a la gestión de la empresa, sistema de computación que siempre ofrece una alta calidad de servicio	Características del sistema de información sobre Zonas Francas	Características técnicas del sistema Contenidos mínimos Características de los usuarios	29 26	22 19
		Administración del sistema de información	Identificación del servidor del sistema Competencias para la administración Recursos Beneficios institucionales	27	20 13, 15 14 16

EMGEI-NT = Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz(Ver Anexos)

EIIZF = Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas(Ver Anexos)

## 1.5 Alcances de la investigación

El Trabajo de Grado se realizó considerando los siguientes aspectos:

### **1.5.1 Alcance temático**

La investigación se propuso conocer y mejorar el sistema de información empresarial para Zonas Francas Industriales de manera que el sector pueda obtener ventajas competitivas a partir de su incorporación a estas áreas de perfeccionamiento activo que supone la generación de valor añadido mediante actividades productivas o de transformación.

### **1.5.2 Alcance geográfico**

La investigación se desarrolló en el Departamento de La Paz, ciudad de El Alto donde se encuentra la Zona Franca Industrial, sin descuidar a los empresarios y empresas ubicados en la ciudad de La Paz, susceptibles de migrar a la ZFI

### **1.5.3 Alcance temporal**

El presente trabajo de Tesis comprendió la gestión 2014 y 2015.

## CAPÍTULO II

### SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE ZONAS FRANCAS

Los sistemas de información son un producto del desarrollo de las teorías de la información y de las aplicaciones de las computadoras asociadas en la resolución de problemas que se presentan en las organizaciones. Sin embargo, los sistemas de información sobre temas específicos del comercio, como pueden ser las Zonas Francas Industriales, son productos muy elaborados diseñados para promocionar estos regímenes especiales o para ayudar a los empresarios en la toma de decisiones favorables a esta actividad.

La teoría de la información también abarca todas las restantes formas de transmisión y almacenamiento de información, incluyendo la televisión y los impulsos eléctricos que se transmiten en las computadoras y en la grabación óptica de datos e imágenes. *“El término información se refiere a los mensajes transmitidos: voz o música transmitida por teléfono o radio, imágenes transmitidas por sistemas de televisión, información digital en sistemas y redes de computadoras, e incluso a los impulsos nerviosos en organismos vivientes”* (Pujol, 2000). De forma más general, la teoría de la información ha sido aplicada en campos tan diversos como la cibernética, la criptografía, la lingüística, la psicología y la estadística, y hoy en día se utiliza de manera cada vez más amplia en el comercio internacional.

#### 2.1 Definición de sistemas de información

Un sistema de información es un *“conjunto de elementos organizados para llevar a cabo algunos métodos, procedimiento o control mediante el proceso de información”* (Castañeda, 2002). Es decir, la información es un conocimiento

disponible de manera articulada para utilizarla y reducir el margen de incertidumbre acerca a las decisiones cotidianas. Sus principales características son:

- *“Ahorros significativos de mano de obra.*
- *Son el primer tipo de sistemas de información que se implanta en las organizaciones.*
- *Son intensivos en entradas y salidas de información; sus cálculos y procesos suelen ser simples y poco sofisticados, requieren mucho manejo de datos para poder realizar sus operaciones y como resultado generan también grandes volúmenes de información.*
- *Tiene la propiedad de ser recolectores de información.*
- *Son adaptables de aplicación que se encuentran en el mercado”(http://members.fortunecity.com/analidia/lidia.htm).*

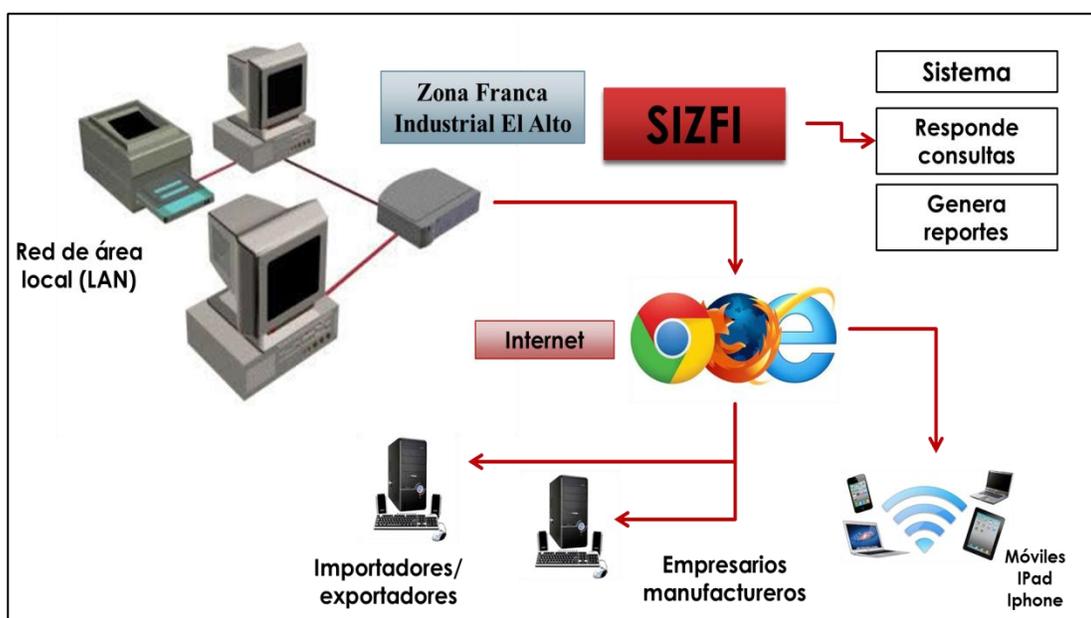
Como se observa, un sistema de información tiene varias partes y ventajas que van desde la reducción de costos, su uso dentro de las organizaciones, en un mundo cada vez más globalizado, es decir, interdependiente y altamente competitivo. Por otra parte, un sistema de información tiene la virtud de procesar los datos y conocimientos, para utilizarlos una vez procesados, de manera de facilitar la toma de decisiones.

## **2.2 Bases para un sistema de información de Zonas Francas**

Las Zonas Francas, sean estas comerciales o industriales, requieren ser difundidas para tener un buen resultado. Existen varias formas de dar a conocer lo que es y las ventajas que tienen estos regímenes aduaneros, pudiendo llegar a utilizarse varios medios que permitan informar o publicitar dicha actividad. Sin embargo, un sistema de información sobre Zonas Francas es algo mucho más

complejo, por cuanto requiere la concurrencia de medios informáticos y de determinadas actividades básicas distintas de lo que puede ser la publicidad realizada en una radio, en una publicación impresa o en la televisión. Un sistema de información realiza cuatro actividades básicas: *“entrada, almacenamiento, procesamiento y salida de información”* (<http://members.fortunecity.com/analidia/lidia.htm>). Los datos procesados, son enviados a través de internet, llegan a los empresarios o usuarios por varios equipos, toda la información transmitida puede ser objeto de consulta, se pueden demandar reportes, de manera que la toma de decisiones que asume el usuario se constituye en un plus para su actividad económica.

**Gráfico N° 1**  
**Diagrama de Contexto**



Fuente: propia, 2015.

La Zona Franca Industrial de El Alto, a través de una red local, debe preparar la información que desea compartir con el público externo, especialmente, con los empresarios manufactureros y los empleados afines a este sector. Una vez que

la información ha sido procesada para que los clientes actuales y los clientes potenciales puedan recibirla, el sistema de información utiliza la red de Internet para transmitir mensajes, tal como se muestra en el Gráfico N° 1.

El sistema de información se alimenta con los datos que hacen a la Zona Franca Industrial, es decir, su funcionamiento, la normativa bajo la que se rige, las oportunidades que tienen los usuarios o clientes de esta Zona, las empresas que ya se encuentran instaladas, y otras informaciones que ayuden a valorar los riesgos y oportunidades que presenta esta actividad. Dentro del almacenamiento, se irá integrando información considerada sensible, al mismo tiempo que información novedosa.

El procesamiento de la información que realiza el sistema especializado en la Zona Franca Industrial está orientado a la salida información, para un público especializado. Dicho público utiliza diferentes tecnologías de la información, como computadoras, móviles, ipad, iphon, demandando cada uno de estos sistemas diferentes productos comunicacionales adaptados al medio.

El sistema de información, parte del criterio de la retroalimentación, por ello la comunicación debe ser en doble vía, mediante la interacción, ya sea que el cliente haga una consulta, exija un reporte o realice una consulta. En todos estos casos, el sistema deberá poder dar información oportuna y relevante.

### **2.2.1 Entrada de información sobre Zonas Francas**

La entrada de información es el proceso mediante el cual el Sistema de Información *“toma los datos que requiere para procesar la información. Las entradas pueden ser manuales o automáticas. Las manuales son aquellas que se proporcionan en forma directa por el usuario, mientras que las automáticas*

*son datos o información que provienen o son tomados de otros sistemas o módulos. Esto último se denomina interfaces automáticas”* (Peralta, 1999). Las entradas alimentan al sistema mediante datos que por lo general son seleccionados previamente, si se trata de un sistema sobre Zonas Francas, se supone que la información que ingrese será sobre el tema o acerca de áreas cercanas al mismo.

En un sistema de información sobre Zonas Francas, las entradas de información pueden versar sobre los siguientes tópicos:

- *“La conceptualización del régimen de extraterritorialidad de zonas francas*
- *Previsión de los servicios logísticos*
- *Acerca de la modernización de los sistemas aduaneros en zonas francas*
- *Prestación de servicios públicos desde zonas francas*
- *Interacción de empresas de zona franca con la industria local*
- *La promoción de una legislación regional de zonas francas*
- *De usuarios de zonas francas*
- *Las zonas francas como generadoras de impuestos*
- *De los incentivos fiscales a los incentivos sectoriales”* (Ibarra, 2005).

Una información adecuada acerca de Zonas Francas, requiere un conocimiento de conceptos que dan nacimiento y caracterizan esta actividad; los servicios de apoyo operativo que conllevan; la innovación permanente que tienen; los servicios que benefician esta actividad comercial o industrial; las nuevas alianzas estratégicas y las relaciones entre industrias que se puede forman bajo el cobijo de estas zonas; el uso de ventajas adicionales que tienen en países

vecinos reflejado en leyes favorables para la industria nacional; las reglas del juego que tienen los usuarios; los ingresos que generan al país como las ventajas impositivas que una empresa goza en dichas zonas.

### **2.2.2 Almacenamiento de información sobre Zonas Francas**

El almacenamiento es una de las actividades o capacidades más importantes que tiene un sistema de información sobre zonas francas, ya que a través de esta propiedad se *“...puede recordar la información guardada en la sección o proceso anterior. Esta información suele ser almacenada en estructuras de información denominadas archivos. La unidad típica de almacenamiento son los discos magnéticos o discos duros, los discos flexibles o diskettes y los discos compactos (CD-ROM). Las unidades ZIP y JAZ, son unidades de tamaño portátil, económicas, durables, rápidas y con gran capacidad de almacenamiento. Pueden incluso configurarse como unidades de arranque. Los dispositivos de almacenamiento o discos son semejantes a los disquetes de 3 ½ pulgadas pero algo más gruesos. Sus características le han permitido que haya conquistado el mercado. Estas unidades pueden conectarse a diferentes tipos de puertos: IDE, SCSI, puerto paralelo y al puerto USB de las computadoras”* (RENA, 2013).

La ciudadanía, en la actualidad, encuentra en el mercado bajo el nombre de “flash memory”, unidades pequeñas de almacenamiento de información, incluyendo aplicaciones como MP3, grabadoras de sonido y radios FM.

### **2.2.3 Procesamiento de información útil en torno a las Zonas Francas**

El procesamiento de información es la capacidad del Sistema *“para efectuar cálculos de acuerdo con una secuencia de operaciones preestablecida. Estos*

*cálculos pueden efectuarse con datos introducidos recientemente en el sistema o bien con datos que están almacenados. Esta característica de los sistemas permite la transformación de datos fuente en información que puede ser utilizada para la toma de decisiones, lo que hace posible, entre otras cosas, que un tomador de decisiones genere una proyección financiera a partir de los datos que contiene un estado de resultados o un balance general de un año base”* (RENA, 2013). En el caso de las Zonas Francas, el procesamiento de la información otorgará datos a los ejecutivos sobre las ventajas comparativas y competitivas que puede obtener al ser usuario de este régimen aduanero; también podrá obtener proyecciones y diversos cálculos que le servirán para tomar decisiones.

Esta es una de las partes más importantes de los sistemas de información, porque ha de permitir al ejecutivo el contar no sólo con números, leyes o ventajas aisladas, sino con información organizada para el análisis, aspecto que le ahorra tiempo y costos, de manera de facilitarle la toma de decisiones favorables para cambiar la forma de trabajo de su emprendimiento en busca de una mejor preparación para encarar la competitividad que caracteriza a los mercados.

#### **2.2.4 Salida de información acerca de ventajas de las Zonas Francas**

La salida es la capacidad de un Sistema de Información *“para sacar la información procesada o bien datos de entrada al exterior. Las unidades típicas de salida son las impresoras, terminales, diskettes, cintas magnéticas, la voz, los graficadores y los plotters, entre otros”* (Peralta, 1999). Es importante aclarar que la salida de un Sistema de Información sobre Zonas Francas puede constituir la entrada a otro Sistema de Información o módulo más grande o complejo. *“En este caso, también existe una interface automática de salida. Por*

*ejemplo, el Sistema de Control de Clientes tiene una interface automática de salida con el Sistema de Contabilidad, ya que genera las pólizas contables de los movimientos procesales de los clientes”(Peralta, 1999). De esta manera los sistemas de información se van complejizando, pero resolviendo los problemas que aquejan a las organizaciones comerciales o industriales.*

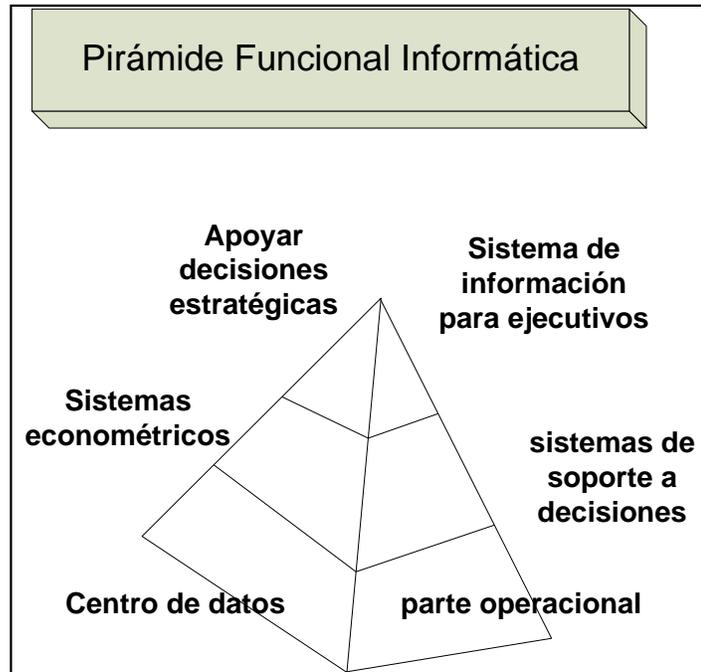
### **2.3 Sistemas de información sobre Zonas Francas para ejecutivos**

Un Sistema de Información para Ejecutivos (SIE), aplicado por ejemplo, al tema de las Zonas Francas Industriales, es una herramienta para directivos del sector productivo que permite automatizar la recogida de datos más importantes del área, resumirlos y presentarlos de la forma más comprensible posible: *"Se trata de un programa de soporte a decisiones. A nivel técnico es una aplicación que accederá de manera planificada y automática a diversas fuentes de datos en modo lectura.*

*Un Sistema de Información para Ejecutivos (SIE) resulta un tipo de aplicación muy diferente de los habituales sistemas transaccionales donde son cruciales factores como velocidad, concurrencia e integridad. En cambio en los Sistema de información para ejecutivos (SIE) es determinante disponer de la máxima complejidad de cálculo y análisis con una facilidad y velocidad de implementación” (González, 2001).Un sistema de información para ejecutivos viene a ser un instrumento especializado de las diferentes aplicaciones informáticas relativas al tema de las Zonas Francas, que posibilita un mayor conocimiento sobre este tipo de régimen aduanero.*

En el Gráfico (Nº 2) se observa la pirámide funcional informática de las empresas donde existen diversos sistemas de información diferenciados de acuerdo a su complejidad tecnológica:

**Gráfico N° 2**  
**Pirámide informática**



Fuente: González, 2001: 6.

La parte operacional, ubicado en la base de la pirámide funcional informática, que ha sido históricamente -allá por los años 60 del siglo anterior- "*la primera en informatizarse con los tradicionales centros de proceso de datos (CPD)*" (González, 2001). Estos centros se encargaban de asegurar la gestión básica de una empresa a partir de las directrices de niveles superiores.

En los años 70 nacieron los primeros "*DSS (Decision Support System o sistemas de soporte a decisiones) que se encargaban de realizar, a partir de estadísticas de las bases de datos centralizadas, complejos sistemas econométricos que debían automatizar las decisiones tácticas de las empresas*" (González, 2001). Estos sistemas fueron implementados, de manera gradual en varios países de Latinoamérica, con las siguientes características:

- Un inventario de todos los bienes de que se dispone (incluido la información directa o de terceros, lo que hay en los almacenes, en los mercados).
- Comparativa de ventas entre semanas.
- Proyección de beneficios futuros de un nuevo producto teniendo en cuenta las ventas de productos similares.
- Evaluar las consecuencias de diferentes decisiones teniendo en cuenta las alternativas y la experiencia en un contexto similar.

Los beneficios de utilizar un sistema de soporte a las decisiones fueron:

- Mejora la eficiencia personal.
- Proporciona soluciones a los problemas.
- Facilita la comunicación entre personas.
- Fomenta el aprendizaje o formación.
- Mejora el control de la organización.
- Obtiene nuevas evidencias que ayudan a las decisiones.
- Crea ventajas competitivas sobre la competencia.
- Anima a explorar y descubrir de cómo se toman las decisiones.
- Proporciona nuevos puntos de vista de cómo pensar sobre el espacio del problema.

Finalmente, *“a partir de las tecnologías de las interfaces gráficas y de la programación visual, surgieron los programas de "Sistema de Información para Ejecutivos (SIE)" para apoyar las decisiones estratégicas de los diversos ejecutivos de una empresa”*(Instituto de Investigación en Inteligencia Artificial, 2012). Hoy en día existe una mayor sensibilidad ante este tipo de aplicaciones

(que se ubican en la cúspide de la pirámide funcional informática) ya que la competitividad de las empresas reduce el margen de error posible en las decisiones.

Un Sistema de Información para Ejecutivos o Sistema de Información Ejecutiva es una herramienta software, basada en un DSS, que provee a los gerentes de un acceso sencillo a información interna y externa de su compañía, y que es relevante para sus factores clave de éxito. La finalidad principal es que el ejecutivo tenga a su disposición un panorama completo del estado de los indicadores de negocio que le afectan al instante, manteniendo también la posibilidad de analizar con detalle aquellos que no estén cumpliendo con las expectativas establecidas, para determinar el plan de acción más adecuado.

De forma más pragmática, se puede definir un EIS como una aplicación informática que muestra informes y listados (query & reporting) de las diferentes áreas de negocio, de forma consolidada, para facilitar la monitorización de la empresa o de una unidad de la misma (Sinnexus, 2015).

El EIS se caracteriza por ofrecer al ejecutivo un acceso rápido y efectivo a la información compartida, utilizando interfaces gráficas visuales e intuitivas. Suele incluir alertas e informes basados en excepción, así como históricos y análisis de tendencias. También es frecuente que permita la domiciliación por correo de los informes más relevantes.

Cabe aclarar que en nuestro medio no existe un Sistema de Información sobre Zonas Francas para Ejecutivos (SIZFE), revisando la bibliografía al respecto y el Internet, se puede afirmar que tampoco hay un sistema parecido en los países vecinos.

### **2.3.1 Características de los sistemas de información sobre Zonas Francas para ejecutivos**

Las características del Sistema de Información sobre Zonas Francas para Ejecutivos (SIZFE) son los siguientes:

- *“Diseñado para cubrir las necesidades específica y particulares de la alta administración de la empresa.*
- *Comprimir y dar seguimiento a información crítica del negocio.*
- *El ejecutivo puedan interactuar en forma directa con el sistema”.*  
(Castañeda, 2002)

Estas características son muy importantes en los actuales negocios comerciales e industriales en Zonas Francas, ya que pueden ayudar a solucionar problemas de estos sectores, brindan datos oportunos sobre temas particulares, e involucran a los mismos ejecutivos de manera que dirijan empresas cada vez más competitivas.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 Método de investigación

Para la realización de la investigación se utilizó el método deductivo, que es aquél razonamiento que va de los hechos generales conocidos a los hechos y principios particulares y desconocidos. En su análisis sobre métodos de investigación utilizados en la empresa latinoamericana, Chang-Rodríguez (2007) sostiene que el método deductivo es el más comúnmente utilizado al analizar los fenómenos de las empresas al partir de hipótesis que intentan describir, analizar y explicar cualquier fenómeno ocurrido a la empresa o a los procesos generados en ella. Se trata de deducir, a partir de estos postulados, las causas y consecuencias que describen la fenomenología de las empresas y de los negocios. Es una forma de interpretar la realidad a partir de postulados teóricos que intentan abarcar cualquier variación posible por medio de modelos sistemáticos.

En consecuencia, se hizo un análisis de descomposición del todo en sus partes y éstas en sus elementos constitutivos (Arandia, 1989).

#### 3.2 Tipo de investigación

La investigación fue exploratoria, descriptiva-analítica, no experimental y transversal. Los estudios exploratorios sirven para "*preparar el terreno*". Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. "*Es decir cuando la revisión de la literatura reveló que*

*únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio*" (Hernández y otros, 1998, p. 60). Esta situación se da con el tema de investigación, ya que pocos trabajos se han abocado a los sistemas de información empresarial de las Zonas Francas Industriales en Bolivia.

El tipo de la investigación es también descriptivo analítico ya que se medió las variables de estudio cada una por separado, analizando sus características particulares. Esto permitió conocer los soportes por los cuales se elabora, procesa y difunde información de las Zonas Francas Industriales hacia los empresarios.

Respecto del diseño no experimental, este se caracteriza por que el investigador no modifica de ninguna de las variables. En una investigación no experimental *"no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador"* (Hernández y otros, 1998, p. 189).

Fue un estudio transversal, ya que se efectuaron *"las mediciones en una sola ocasión"* (Arce, López y Jordán de Guzmán, 1998).

### **3.3 Universo o población de estudio**

El universo es el conjunto de la población involucrada en el tema y que constituyen los sujetos de la investigación, mientras que una muestra es simplemente, en sentido genérico, *"una parte representativa de un conjunto de población o universo, cuyas características cabe reproducir en pequeño lo más exactamente posible"* (Fernández, 1981). Para que una muestra sea tal debe reunir las siguientes condiciones:

- *“Ser una parte de la población. No puede abarcar la totalidad. Así como muestrear es establecer muestras.*
- *Ser proporcional al tamaño de la población. Esto significa que debe existir una proporción entre el número de muestras y el tamaño de la población.*
- *Ser seleccionada debidamente, y no por cualquier criterio. El proceso de selección tiene que sujetarse a ciertas reglas de valor reconocido; y*
- *Ser reflejo de las características de su población”.*(Fernández, 1981)

En el Cuadro siguiente se muestra el universo, que si bien está conformado por 74 personas (empresario) e instituciones, al desconocerse cuántos de ellos conocen las ventajas que ofrecen las Zonas Francas, debe procederse a seleccionar la muestra mediante el procedimiento probabilístico.

**Cuadro N° 2**  
**Identificación del Universo**

<b>Grupo</b>	<b>Muestra Estratificada</b>
Medianos empresarios industriales no tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz (Ver Anexo N° 1)	74
Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas (Ver Anexo N° 2)	20
<b>Total</b>	<b>94</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **3.4 Determinación y elección de la muestra**

La fórmula utilizada para calcular la muestra fue la siguiente:

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

Dónde:

**n** = El tamaño de la muestra a calcular

**N** = Tamaño del universo

**Z** = Es la desviación del valor medio que se acepta para lograr el nivel de confianza deseado. En función del nivel de confianza que se busca, se usará un valor determinado que viene dado por la forma que tiene la distribución de Gauss. Los valores más frecuentes son:

Nivel de confianza 90% -> Z=1,645

**e** = Es el margen de error máximo que admito (5%)

**p** = Es la proporción que se espera encontrar.

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

$$n = \frac{94 \cdot 2,706025 \cdot 50 \cdot 49}{93 \cdot 25 + 2,706025 \cdot 50 \cdot 49} = \frac{623197,5575}{2325 + 6629,76125} = 69$$

La muestra son 69 personas.

**Cuadro N° 3**  
**Muestra aleatoria**

<b>Grupo</b>	<b>Muestra Estratificada</b>
Medianos empresarios industriales no tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz	43
Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas	26
Total	69

Fuente: Elaboración propia.

### **3.5 Sujetos vinculados a la investigación**

Las unidades de análisis fueron las siguientes:

- Medianos empresarios industriales no tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz que desconocen las ventajas de las Zonas Francas.
- Grandes empresarios industriales no tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz que desconocen las ventajas de las Zonas Francas.

### **3.6 Fuentes y diseño de los instrumentos de relevamiento de información**

En el presente proyecto, para obtener los resultados deseados, se utilizaron las siguientes fuentes de información.

### **3.6.1 Fuentes primarias**

Las fuentes primarias fueron las directas que posibilitaron el recojo de información que no ha sufrido ninguna alteración desde su origen, es decir, proviene de una fuente inmediata.

La entrevista se realizó mediante el procedimiento cara a cara, es decir, conversaciones con los sujetos de investigación.

Para la encuesta, se entregó una guía de preguntas (Ver Anexo N° 1 y 2).

### **3.6.2 Fuentes secundarias**

Las fuentes secundarias fueron las fuentes bibliográficas, normas, estadísticas y hemerotecas, de donde se obtuvieron datos e informaciones de referencia, los mismos que fueron contrastados con la teoría y los datos empíricos. Estos datos fueron recogidos mediante ficheros, técnicas sistemáticas correspondientes a la investigación documental.

## **3.7 Procesamiento y análisis de datos**

Para el procesamiento de la información se utilizó el programa estadístico SPSS. Versión 11.5 para Windows XP, para la elaboración de la base de datos, los cuadros de frecuencia y los gráficos con datos de salida agrupados en porcentajes fueron realizados en el programa Excel 2010.

## CAPÍTULO IV

### POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE VENTAJAS DE LAS ZONAS FRANCAS INDUSTRIALES

#### 4.1 Políticas que promovieron las Zonas Francas (neoliberal)

Las Zonas Francas son el resultado de la visión del libre mercado, parte de la estrategia de las políticas neoliberales que, en el caso de Bolivia fueron políticas oficiales desde 1985 a 2005. El Presidente Paz Estenssoro, firmó el Decreto Supremo N° 21060, poniendo fin al record hiperinflacionario boliviano, privatizando y luego capitalizando las grandes empresas estatales que habían sido creados durante la revolución de 1952. En este sentido, *“la nueva política económica representó un giro de la primicia del Estado al rol del sector privado”* (UDAPE-INE. 2006, p. 5). Este Decreto se centró en el mercado y la Nueva Política Económica (NPE) trató, inicialmente, de ser imparcial en cuanto a los precios clave de la economía, aplicando rígidas políticas monetarias: la liberalización de la tasa de interés (en forma parcial), un tipo de cambio flexible, también se llevó a cabo la reforma tributaria y la apertura importadora.

El Decreto Supremo 21060, en su primera etapa, no contempló medidas de liberalización de la inversión extranjera, privatización, desregulación y garantía de los derechos de propiedad. *“Recién en una segunda etapa entre 1987 y 1990 la política comercial definió una protección uniforme a la producción nacional con un arancel del 20 por ciento, lo que profundizó la apertura para las importaciones. Por el lado de las exportaciones, se aplicó una compensación selectiva, denominada Certificado de Reintegro Arancelario (CRA) del cinco por ciento para las exportaciones tradicionales y de 10 por ciento para las no tradicionales y estableció las Zonas Francas Industriales”*(UDAPE. 2005, p.

11).Adicionalmente, en el marco de la inserción multilateral del país se instruyó la adhesión de Bolivia al Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT).

Hecho el recuento, años después de la puesta en vigencia de este modelo, se observa que el Estado “*se ha limitado a realizar reformas estructurales, a dictar una gran cantidad de leyes y Decretos, pero de ninguna manera se ha comprometido con políticas productivistas y mucho menos con políticas de largo aliento para privilegiar el desarrollo de algún sector en particular*”(Rodríguez. 2004, p. 69). Y si bien, se crean las Zonas Francas en Bolivia, estas no han recibido un apoyo más decidido por parte del Estado, expresado en políticas y sistemas de información acerca de sus ventajas y oportunidades, tanto para el comercio como para la industria.

El año 2006 se implementa la nacionalización del gas y la política del Vivir Bien a través del Estado Plurinacional, apoyado en el Plan Nacional de Desarrollo y la nueva Constitución Política del Estado (2009) que postula la llamada economía plural. Respecto al diseño de las Zonas Francas, no se realizó modificación significativa, dando continuidad a lo que los anteriores gobiernos hicieron.

#### **4.2 Antecedentes en la promoción de las exportaciones paralelas a las Zonas Francas**

Hasta antes de la Nueva Política Económica (NPE) en 1985, la temática de las exportaciones eran "un aspecto más" que manejaba el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MICT), a través de la Dirección General de Comercio Exterior. Todo hacía suponer que con la Nueva Política Económica el sector externo de la economía merecería una adecuada atención para propiciar su desarrollo, sin embargo, no solo adoleció de lo ya enumerado, sino que la

atención de la temática de las exportaciones estuvo sujeta a cambios pero no sustanciales.

De 1989-1993 se atendió a las exportaciones mediante la creación del SIVEX, el RITEX, las Zonas Francas, la Ley de Desarrollo y Tratamiento Impositivo de las Exportaciones, en 1997 se creó el Sistema Boliviano de Productividad y Competitividad (SBPC) que funcionó bien por un par de años, pero desapareció.

El Instituto Nacional de Promoción de Exportaciones (INPEX) desde su creación (1987) no logró alcanzar su perfil deseado, no sólo por la carencia de fondos, sino por la falta de continuidad en la alta dirección, muy vulnerable a los cambios de dirección. *“La inestabilidad funcionaría, la falta de un adecuado presupuesto, la visión fiscalista del Ministro de Hacienda de turno y el prácticamente nulo aporte del sector privado, conspiraron en contra de un esfuerzo continuado de promoción a favor de un país cuya imagen en el ámbito internacional siempre ha sido estereotipada como si se tratara de un país exclusivamente altiplánico, estigmatizado por la inestabilidad derivada de los golpes de Estado; y desprestigiada por actividades ilegales como el narcotráfico y la corrupción. La sustitución del INPEX por el Centro de Promoción Bolivia (CEPROBOL) en febrero de 1998 no hizo sino cambiar el nombre pero no su trayectoria, pese a que el Decreto Supremo N° 25089 modificara su estructura, creando un Consejo Directivo Mixto, estatal y privado, que tampoco funcionó”*(Periódico Los Tiempos, 2005).

#### **4.3 Herramientas de promoción**

El Sistema de Ventanilla Única de Exportaciones (SIVEX) constituyó una herramienta de soporte importante a los servicios de Aduana, Impuestos y al de

Seguridad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), sin llegar a apoyar directamente (ni de manera indirecta) a las Zonas Francas, siendo eliminado en julio del 2005.

Las razones para la eliminación del SIVEX tienen relación con el hecho de que se digitalizó el servicio de registro de exportaciones e importaciones mediante el uso del sistema SIDUNEA en la Aduana Nacional, igual que en Impuestos, de manera que sólo quedó operando el SENASAG, que debe otorgar el certificado de origen.

Esta eliminación del SIVEX permitió que se traspase sus funciones a las Cámaras Departamentales de Exportación, CADEX. En todo caso, este cambio se inspiró en la búsqueda de un método para facilitar "la vida al sector exportador mediante la simplificación de trámites". Esto se pretende lograr con la creación de los Fondos de Capital de Riesgo y Sociedades de Garantías Recíprocas, para lo cual se cuenta con un anteproyecto de ley que fue remitido al Congreso Nacional para su consideración, pero del que nunca se tuvo resultados concretos.

La Cámara de Exportadores departamental (CAMEX) es una entidad gremial sin fines de lucro, que representa al sector exportador y empresas con visión exportadora. Su objetivo principal es promover, promocionar e incentivar el desarrollo regional a través de la inserción de las empresas en mercados internacionales. Entre las acciones de Gestión de trámites de pre-exportación, el CAMEX ofrece:

- *Gestión de trámites de post exportación (los CEDEIM's)*
- *Asesoramiento en Régimen de Internación Temporal para Perfeccionamiento Activo de Exportaciones (RITEEX)*

- *Asesoramiento sobre: normativa, regímenes de exportación, régimen tributario y actualización del proceso de exportación.*
- *Asesoramiento en acuerdos comerciales.*
- *Estadísticas de exportación.(www.exportholivia.net/sde/camex.asp - 37k, 28 de noviembre de 2014)*

Con la finalidad de promover la ejecución de proyectos específicos en programas de desarrollo y empresas exportadoras, la CAMEX ha implementado un grupo de trabajo multidisciplinario que enmarca su campo de aplicación en el diseño e implementación de Sistemas de Información orientados a incrementar la Competitividad de las diferentes Cadenas Productivas.

El objetivo es formar un grupo de trabajo que proporcione Asistencia Técnica a necesidades específicas en el ámbito productivo, identificadas en Empresas y/o Programas de Desarrollo. Brinda apoyo a aquellas empresas que pretenden incrementar sus actividades de exportación o incursionar en nuevos mercados, a través de servicios especializados como:

- *Búsqueda de Mercados. Este servicio se traduce en la elaboración de planes de exportación y búsqueda de contactos potenciales*
- *Internacionalización de Empresas Sostenibles. Proyectos a medida y de acuerdo a la necesidad de las empresas en busca de exportación.*
- *Información sobre demandas. Distribuye entre sus afiliados demandas y posibles contactos en el exterior.*
- *Información sobre ferias Nacionales e Internacionales. Brinda información y asistencia técnica en la participación de ferias nacionales e internacionales.*

- *Información sobre oferta exportable. Proporcionamos información a posibles compradores sobre la oferta exportable (empresa, características de producto, precios, etc.)*
- *Información Logística. Brinda información sobre proveedores de servicios de transporte terrestre, marítimo y aéreo, así como referencias generales sobre costos de transporte. (www.expotebolivia.net/sde/camex.asp - 37k, 28 de noviembre de 2014)*

Como se observa, dentro de las actividades del CAMEX no se encuentra ningún asesoramiento respecto de las ventajas de usar las Zonas Francas.

## CAPÍTULO V

### SECTOR Y OBJETO DE ESTUDIO

#### 5.1 Sector de estudio: empresas manufactureras

La presente investigación se desarrolla en el sector industrial de la economía; específicamente, en el sector secundario, comprendiendo empresas manufactureras de productos no tradicionales así como nuevos emprendimientos que puedan establecerse en las Zonas Francas Industriales de la ciudad de El Alto, dados los beneficios y atributos que estas zonas ofrecen.

No se toma en cuenta a las pequeñas y micro empresas debido a los siguientes criterios que limitan su existencia en el tiempo (Ver Cuadro siguiente).

**Cuadro N° 4**  
**Clasificación de empresas industriales**

<b>Categoría</b>	<b>Número de trabajadores</b>	<b>Capital de inversión en \$us</b>
Microempresa	De 1 a 5	Hasta 15,000
Pequeña Empresa	De 6 a 29	Hasta 200,000
Mediana Empresa	De 30 a 100	Hasta 1,000,000
Gran Empresa	Más de 100	Más de 1,000,000

Fuente: Instituto de Asistencia Social, Económica y Tecnológica (INASET). La Paz.

- *Escaso número de trabajadores*
- *Tipo de emprendimiento: familiar*

- *Escaso capital de inversión*
- *Tiempo de vida empresarial promedio: 2 años (UDAPE e INE, 1987).*

## **5.2 Contribución del sector al Producto Interno Bruto**

La Industria Manufacturera es la actividad económica con mayor participación en el Producto Interno Bruto del país. *“En la década de los noventa participó, en promedio, con el 17% del PIB, 18% de la población ocupada urbana y 31% del valor total de las exportaciones. Sin embargo, en comparación con otros países sudamericanos, Bolivia presenta la tasa más baja de participación de la industria respecto al PIB”* (UDAPE. 2005, p. 3).

La contribución a la producción nacional de las industrias manufactureras, en el periodo comprendido entre 1995 y el año 2004 (Ver Cuadro siguiente), si bien presenta un incremento 944 millones de bolivianos, muestra un decremento del 4.27% respecto del porcentaje del sector en relación a la totalidad del Producto Interno Bruto a comparado entre los años 1995 y 2004, ya que de representar 16,66% se reduce al 12,39%.

**Cuadro N° 5**

**Bolivia: Producto Interno Bruto precios constantes según actividad económica 2000 – 2006 (En miles de bolivianos de 1990)**

Descripción	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006(p)
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)	20.532.088	20.859.590	21.265.795	21.838.971	22.629.049	23.534.090	24.634.132
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	3.178.127	3.288.118	3.302.826	3.590.597	3.599.495	3.778.852	3.939.811
2. Extracción de minas y canteras	2.146.011	2.113.076	2.165.470	2.272.708	2.486.854	2.812.354	2.963.297
3. Industrias manufactureras	3.698.532	3.797.922	3.807.441	3.952.364	4.172.930	4.298.295	4.646.134
4. Electricidad gas y agua	459.719	462.796	473.119	486.979	502.019	515.657	536.455
5. Construcción	784.857	730.023	848.101	647.372	661.475	703.503	761.536
6. Comercio	1.891.201	1.902.346	1.943.265	1.991.142	2.069.029	2.132.635	2.214.679
7. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	2.384.974	2.457.014	2.563.308	2.662.491	2.769.903	2.850.936	2.962.604
8. Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	3.140.493	3.146.257	3.047.412	2.945.879	2.903.093	2.913.382	3.070.484
9. Servicios comunales, sociales, personales y doméstico	1.012.435	1.041.370	1.069.099	1.088.476	1.121.601	1.141.697	1.169.835
10. Restaurantes y hoteles	705.809	722.965	735.005	735.896	752.739	757.139	773.840
11. Servicios de la administración pública	2.024.002	2.075.008	2.140.786	2.214.429	2.289.713	2.372.793	2.459.400
Servicios bancarios imputados	-894.072	-877.305	-830.038	-749.362	-699.802	-743.154	-863.945

Fuente: Instituto Nacional De Estadística. 2005. (p): Preliminar

En promedio, entre 1995 y el 2004, el sector industrial alcanzando al 14,26% de participación.

**Cuadro N° 6**  
**Porcentaje de participación en el PIB: 1995 – 2004**

<b>Actividad económica</b>	<b>1995</b>	<b>2004 <sup>(p)</sup></b>	<b>Promedio 1995-2004</b>
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios de mercado)	100	100	
Derechos s/Importaciones, IVAnd, IT y otros Imp. Indirectos	10,93	13,35	
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)	89,07	86,65	
1. Agricultura, Silvicultura, Caza y Pesca	15,24	13,48	13,74
2. Extracción de Minas y Canteras	4,90	9,33	6,39
3. Industrias Manufactureras	16,66	12,39	14,26
4. Electricidad, Gas y Agua	3,45	2,74	2,97
5. Construcción	3,13	2,13	2,92
6. Comercio	8,50	7,05	7,59
7. Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	10,83	11,79	11,33
8. Establecimientos Financieros, Seguros, Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las Empresas	10,29	9,99	11,72
9. Servicios Comunales, Sociales, Personales y Doméstico	4,37	5,25	4,94
10. Restaurantes y Hoteles	2,88	3,08	3,10
11. Servicios de la Administración Pública	11,46	12,22	11,81
SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS	(2,63)	(2,80)	(3,65)

Fuente: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. 2005. (p): Preliminar

En el periodo que va desde el año 2007 al 2013, existe un incremento, ya que el sector el año 2013 experimenta una participación en el PIB del 18.59%., como se expone en el siguiente Cuadro.

**Cuadro N° 7**

**Bolivia: Producto Interno Bruto a precios constantes según actividad económica 2007 – 2013 (En miles de bolivianos de 1990)**

Descripción	2007(p)	2008(p)	2009(p)	2010(p)	2011(p)	2012(p)	2013(p)
PRODUCTO INTERNO BRUTO (a precios básicos)	25.713.890	27.273.725	28.348.748	29.385.416	30.671.617	32.036.669	34.051.297
1. Agricultura, silvicultura, caza y pesca	3.919.884	4.022.389	4.170.490	4.121.359	4.249.002	4.425.312	4.632.643
2. Extracción de minas y canteras	3.171.260	3.899.056	3.820.195	3.974.572	4.183.680	4.388.663	4.782.324
3. Industrias manufactureras	4.929.111	5.109.524	5.355.324	5.493.991	5.698.175	5.968.573	6.331.776
4. Electricidad gas y agua	559.588	579.601	615.008	660.131	708.758	750.023	788.403
5. Construcción	870.798	950.916	1.053.809	1.132.402	1.223.216	1.321.351	1.461.990
6. Comercio	2.338.432	2.449.894	2.570.026	2.671.878	2.770.698	2.875.258	2.987.907
7. Transporte, almacenamiento y comunicaciones	3.066.342	3.189.552	3.367.539	3.636.570	3.859.506	3.963.946	4.229.001
8. Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas	3.262.852	3.415.381	3.556.984	3.756.976	3.956.375	4.344.481	4.627.283
9. Servicios comunales, sociales, personales y doméstico	1.205.797	1.238.088	1.282.508	1.327.245	1.362.868	1.410.499	1.455.168
10. Restaurantes y hoteles	792.089	806.369	824.964	851.102	876.879	906.345	936.345
11. Servicios de la administración pública	2.559.289	2.657.190	2.829.467	2.932.473	3.113.725	3.296.135	3.610.502
Servicios bancarios imputados	-961.553	-1.044.235	-1.097.567	-1.173.282	-1.331.265	-1.613.916	-1.792.044

Fuente: Instituto Nacional De Estadística. 2005. (p): Preliminar

El dinamismo del sector manufacturero, comparado a nivel latinoamericano, es el más bajo de la región, como se aprecia en el Cuadro N° 8.

**Cuadro N° 8**  
**Participación de la industria en el PIB (porcentaje)**

<b>País</b>	<b>1990</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>
Bolivia	16,9	16,4	16,3
Argentina	36,0	27,6	27,6
Brasil	38,7	27,5	28,6
Chile	41,5	36,8	37,5
Colombia	37,9	28,1	30,5
Uruguay	32,9	26,3	26,0
Venezuela	50,2	36,4	36,4
Ecuador	38,0	37,5	40,2
Paraguay	25,2	26,0	27,6
Perú	27,4	30,2	29,7

Fuente: Banco Mundial. Informe sobre la Economía Regional. 2005. pág. 65.

Para el año 2011, alrededor de 1500 establecimientos legales conforman el sector manufacturero, *“más del 60% de los establecimientos emplean entre 5 a 14 empleados y se concentran en las actividades de fabricación de muebles (8%), impresión (7%), productos de panadería (6%), fabricación de productos de plástico (5%), y fabricación de prendas de vestir (4%)”*(INE. 2011, p. 7). El 79% de la Industria Manufacturera se concentra en tres departamentos: La Paz, Cochabamba y Santa Cruz. Asimismo, el sector no es muy diversificado entre las regiones, ello hace que el mismo sea vulnerable ante cualquier tipo de shocks. Por ejemplo, el departamento de Oruro cuya actividad más relevante es la elaboración de los productos metálicos, ante una baja del precio internacional de los metales, esta industria queda afectada negativamente debido a la escasa diversificación de la misma.

La industria en Bolivia crea productos con bajo valor agregado, cuenta con recursos humanos poco calificados (la mayoría de los obreros no han terminado

el bachillerato) y son pocas las empresas que desarrollan economías a escala y alcance y que invierten en el mejoramiento de sus procesos productivos.

El 80% de la producción de las industrias “se destina al mercado nacional y el restante 20% a mercados externos”(INE. 2011,p. 7). Bolivia no ha generado redes industriales entre países y empresas, debido a su dimensión, orientación al mercado interno y nivel de desarrollo.

Las industrias que participan con más del 65% del valor agregado (VA) son seis:

- *Refinerías de petróleo (33%),*
- *Malta (8%),*
- *Azúcar (7%),*
- *Aceites de origen vegetal (6%),*
- *Productos cárnicos (5.8%), y*
- *Cemento (5%).(UDAPE. 2005, p. 5).*

Las industrias que participan con más del 33% en la generación del empleo son seis:

- *Confecciones (8%),*
- *Bebidas no alcohólicas (6,8%),*
- *Productos cárnicos (5%),*
- *Textiles (4,7%),*
- *Aceites y grasas de origen vegetal (4,5%) y*
- *Plásticos (4,0%).(UDAPE. 2005, p. 5)*

Por su parte, las industrias que generan más divisas a través de la exportación son: aceites, grasas vegetales (62%) y confecciones (5,2%).

### 5.2.1 PIB departamental

En el Cuadro y el Gráfico siguiente se muestra que los departamentos de Tarija y Oruro exponen el mayor Producto Interno Bruto per cápita para el año 2012.

**Cuadro N° 9**  
**Bolivia: producto interno bruto per cápita a precios de mercado, según departamento, 2012 (En dólares)**

Descripción	2004	2005	2006 (p)	2007 (p)	2008 (p)	2009 (p)	2010 (p)	2011 (p)	2012(p)
Bolivia	949	1.010	1.182	1.363	1.651	1.683	1.870	2.237	2.480
Chuquisaca	733	696	852	957	1.214	1.207	1.340	1.563	1.835
La Paz	841	887	1.025	1.212	1.473	1.548	1.726	2.086	2.336
Cochabamba	931	959	1.069	1.218	1.418	1.438	1.562	1.783	1.977
Oruro	1.028	1.081	1.263	1.512	2.050	2.159	2.547	3.125	2.952
Potosí	557	563	811	934	1.358	1.503	1.770	2.228	1.800
Tarija	1.707	2.332	2.845	3.529	4.083	3.920	4.225	5.366	6.649
Santa Cruz	1.139	1.178	1.342	1.484	1.744	1.731	1.910	2.245	2.584
Beni	722	714	882	877	1.067	1.162	1.272	1.384	1.479
Pando	1.191	1.338	1.411	1.792	2.077	1.965	2.253	2.632	2.845

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. (p): Preliminar.

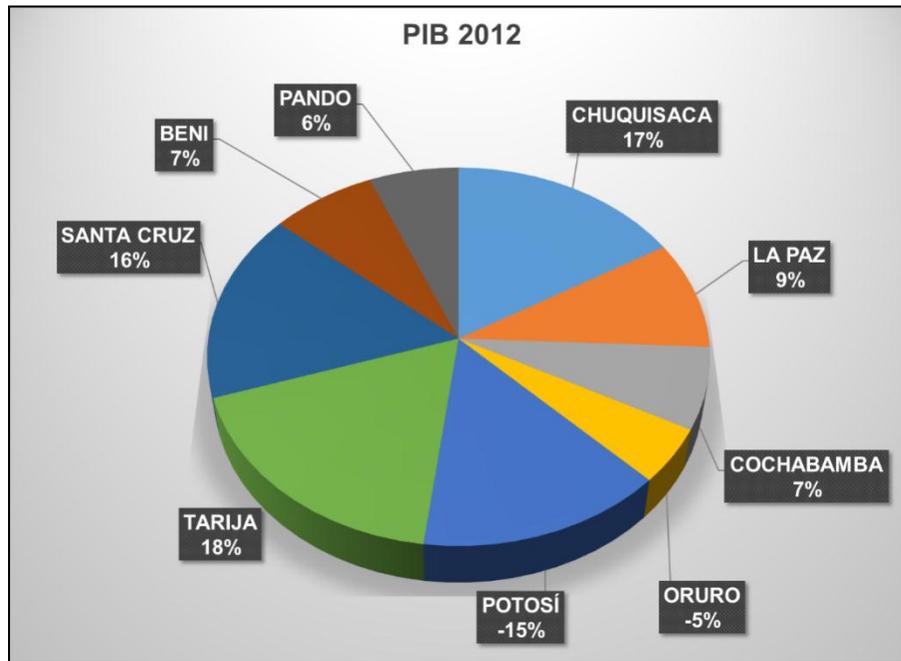
**Gráfico N° 3**  
**PIB per cápita**



En el Gráfico N° 4 se observa que en los últimos años, el Departamento de Tarija se ha puesto a la cabeza, con una generación del 18% del PIB Nacional, ocupando el cuarto lugar La Paz con el 9%.

Lo anterior se debe al incremento en las exportaciones de gas generadas en el Departamento de Tarija, en menor grado por los Departamentos de Chuquisaca, Santa Cruz y Cochabamba.

**Gráfico N° 4**  
**PIB por Departamentos**



### **5.3 Empresas establecidas en el departamento**

En el Anexo N° 1 se muestra el detalle de las 74 empresas industriales (grandes y medianas) que se encuentran asentadas en la ciudad de El Alto.

Las empresas industriales se dedican a las siguientes actividades:

**Cuadro N° 10**  
**Manufactura o producción**

- **Fabricación de prendas de vestir**
- **Fabricación de joyas y de artículos conexos**
- **Fabricación de otros artículos textiles**
- **Fabricación de muebles**
- **Fabricación de cerámica en general**
- **Fabricación de chamarras de cuero**
- **Elaboración de condimentos**
- **Fabricación de jabones detergentes**
- **Reproducción de grabaciones**
- **Elaboración de helados**
- **Fabricación de maletas, bolsos, artículos similares, talabartería, guarnicionaría**
- **Elaboración de productos de panadería**
- **Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo**
- **Fabricación de calzados con suela y otros**

#### **5.4 Zonas Francas en Bolivia**

En Bolivia existen 14 Zonas Francas que se encuentran distribuidas en ciudades del eje central, pero también en lugares fronterizos o de importancia comercial como Oruro.

En el Cuadro siguiente se muestra la cantidad y nombre de cada una de las Zonas Francas que existen en el país:

**Cuadro N° 11**  
**Zonas francas de Bolivia**

<b>Número</b>	<b>Nombre</b>
1	Zoframaq
2	Zona Franca Cochabamba (ZOFRACO)
3	Zona Franca Comercial e Industrial de Cobija
4	Zona Franca Comercial e Industrial de Oruro (ZOFRO)
5	Zona Franca Comercial e Industrial Winner S.A.
6	Zona Franca Comercial El Alto
7	Zona Franca Comercial Santa Cruz
8	Zona Franca Desaguadero - ZOFRADESA
9	Zona Franca Guayaramerin S.A.
10	Zona Franca Industrial (Git La Paz)
11	Zona Franca Puerto Aguirre
12	Zona Franca San Matías S.A.
13	Zona Franca Villazón
14	Zona Franca Yacuiba (ZOFRY)

Fuente: Comité de Zonas Francas de las Américas. Mapa de la distribución de las Zonas Francas en América Latina. IX Conferencia Latinoamericana de Zonas Francas. Bahía Blanca, Argentina 2005. Pág. 10.

#### **5.4.1 Zonas Francas comerciales e industriales en Bolivia**

La Zonas Francas Industriales son cinco y el resto son comerciales o mixtas. Las Zonas Francas industriales son áreas donde se realizan procesos de manufactura, donde a las mercancías, se les incorpora bienes y servicios. En las Zonas Francas comerciales, las mercancías introducidas pueden permanecer sin límite de tiempo sin ser sometidos a transformación alguna.

En cuanto al tipo de Zona Franca, es decir, comercial o industrial, en el Cuadro se observa el detalle de sus características:



**Cuadro N° 12**  
**Tipos de Zonas Francas**

<b>Razón social</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Teléfono – fax</b>
Zona Franca Comercial e Industrial de Cobija (Administración Pública)	Dpto. de Pando Frontera con Brasil, Km.2 carretera Porvenir	Telf. 3 – 842-2357
Zona Franca Cochabamba Comercial e Industrial S.A.	Km. Cuatro Av. Blanco Galindo – Albarrancho	Telf. 4-4280490-4280587, Fax: 4-4280444, Zofraco@pino.cbb.entelnet. Bo
Zona Franca Desaguadero S.A.	La Paz frontera con el Perú	Telf.2-2135056, Fax: 2-2135026, zfd@mail.megalink.com
Zona Franca La Paz Comercial (G.I.T)	Km. 17, carretera La Paz-Oruro	Telf.2-2851651, 2-2851952 Fax: 2-2851954
Zona Franca Guayaramerin S.A.	Prov. Vaca Diez- Beni a 3 km de la frontera del Brasil	Telf.3-8553381, 3-8552557 Fax: 3- 8553371
Zona Franca de Oruro S.A.	Carretera Oruro-Machacamarca Km. 10	Telf: 2-5252816, 2-5254855 Zofros@nogal.oru.entelnet.bo
Zona Franca Puerto Aguirre	Av. Luis Salazar de la Vega Hidrobia Paraguay-Paraná, frontera con Brasil	Telf. 3-9782126, 3-9782128, Fax: 3-9782106, maguirre@ptoaguirre.com
Zona Franca Puerto Suárez Comercial industrial y maquiladora S.A	A 9 km. De Corumba, línea fronteriza Boliviano-Brasileña	Telf. 3-9762803,3-9762802, Fax: 3-9762801, zoframaq@infonet.com.bo
Zona Franca Santa Cruz	Provincia Warnes a 23 Km de la ciudad de Santa Cruz	Telf. 3-9232777, Fax: 3-9232776
Zona Franca San Matías S.A.	Frontera con la ciudad de Cáceres Brasil	Telf.2-2139226, 2-2139227, Fax: 2-2139228, zofrasmat@infonet.com.bo
Zona Franca Yacuiba S-A.	Campo Grande km. 5 Carretera Santa Cruz	Telf. 4-6825559,4-6825559 zofry@oliva.tja.entelnet.bo
Zona Franca Villazón	Calle alejo Calatayud s/n zona YPFB	Telf.4-4563634 zofrabil@cedro.pts.entelnet.bo
Zona Franca Industrial (GIT) La Paz	Km.7 carretera a Viacha	Telf. 2-2832905, git@caoba.entelnet.bo
Zona Franca Comercial industrial WINNER S.A.	Parque industrial Santa Cruz	Telf. 3- 3493362, Fax: 3-3493364 infracomex@yahoo.com

Fuente. Propia, mediante consultas telefónicas. 20011.

## **5.5 Objeto de estudio**

### **5.5.1 Zona Franca Industrial G.I.T. La Paz**

La Compañía General Industrial S.A (GIT), *“se constituye como empresa en 1990, especializada en servicios de operación de Zonas Francas y Recintos Aduaneros”* (Memoria Institucional de la Empresa GIT. 2001, p. 5), recibiendo la concesión del Gobierno de Bolivia, para crear, invertir y operar las Zonas Francas Comerciales e Industriales de las ciudades de La Paz y Santa Cruz, por un periodo de cuarenta años, bajo las regulaciones del Decreto Supremo N° 27944.

### **5.5.2 Empresas establecidas en la Zona Franca**

En cuanto a las empresas establecidas en la Zona Franca Industrial (GIT La Paz), se tiene el registro de 78 empresas establecidas: una empresa dedicada a la producción de productos farmacéuticos, una empresa del rubro eléctrico con la producción de tableros de baja y alta tensión, una empresa dedicada a la producción de madera, una empresa dedicada a la elaboración de plásticos y las demás 74 dedicadas a vehículos automotores.

## **CAPÍTULO VI**

### **EMPRESARIOS INDUSTRIALES NO TRADICIONALES Y EL SISTEMA DE INFORMACIÓN SOBRE ZONAS FRANCAS**

En el presente capítulo se desarrolla los resultados encontrados en el trabajo de campo. La exposición de los datos e informaciones recopiladas se realiza respetando la muestra estratificada, es decir, que para el caso de los empresarios se utiliza Cuadros de Frecuencias con sus respectivos porcentajes. Mientras que para exponer la información del personal que trabaja en las instituciones relacionadas al tema de investigación, se exponen Gráficos con porcentajes principalmente.

#### **6.1 Información y el sistema que se utiliza para promocionar las ventajas que la Zona Franca Industrial ofrece a los empresarios**

El sistema de información utilizado para promocionar las ventajas de la Zona Franca Industrial ha sido el tradicional, consistente en el uso de una página WEB por internet y la impresión de cartillas, trípticos, boletines y documentos para informar a los empresarios.

Para difundir los objetivos fundamentales de las Zonas Francas Industriales se debería utilizar un sistema informático ya que la información acerca de estas zonas demanda conocer que se busca atraer inversiones, principalmente intensivas en mano de obra, y que promuevan la captación y el desarrollo de tecnología; contribuir a la producción y productividad nacional y regional; desarrollar procesos industriales altamente productivos y competitivos, bajo los conceptos de seguridad, transparencia, tecnología, sustentabilidad medioambiental y buenas prácticas empresariales; generar empleo productivo y

sostenible; promover el desarrollo de una infraestructura industrial vinculadas al comercio exterior; promover la generación de economías de escala; promover la generación de productos exportables con valor agregado.

Las actividades objeto de difusión son las siguientes:

Ingreso de mercancías, las mercancías que ingresen a una zona franca, provenientes de territorio extranjero o de territorio aduanero nacional, deberán estar expresamente destinadas a la misma y consignadas a un usuario habilitado. Se permitirá el transbordo de mercancías destinadas a zonas francas, que arriben al país en un modo de transporte aéreo para la conclusión del tránsito aduanero en otro medio de transporte. El transporte interno de mercancías consignadas a un usuario de zona franca desde un aeropuerto internacional o viceversa, será realizado por el concesionario bajo su responsabilidad y control de la administración aduanera.

Podrán ingresar temporalmente a las zonas francas industriales las mercancías comisadas por Contrabando o que se encuentren bajo control aduanero en los depósitos aduaneros para su reacondicionamiento u operaciones adicionales para el cumplimiento de las condiciones técnicas y medio ambientales, establecidas en reglamentación específica.

No podrán ingresar a zona franca, aquellas mercancías: Prohibidas de importación por disposiciones legales y reglamentarias vigentes; sujetas a autorización previa o certificación, excepto aquellas destinadas a: i) operaciones industriales establecidas en el Parágrafo I del Artículo 26 del presente Reglamento, ii) usuarios que sean entidades del sector público y iii) Zona Franca Comercial e Industrial de Cobija.

En cuanto a la Permanencia: Las mercancías podrán permanecer en las instalaciones de la zona franca debidamente inventariadas, para ser sometidas a operaciones comerciales o industriales.

Las mercancías que por su naturaleza impliquen algún peligro o que puedan alterar el estado de otras, podrán ingresar a las zonas francas siempre que el usuario cuente y disponga de ambientes especiales.

La salida de mercancías: La salida de mercancías de una zona franca con destino a territorio aduanero nacional será bajo un régimen aduanero establecido en la Ley General de Aduanas y sus disposiciones reglamentarias.

La reexpedición de mercancías con destino al exterior del territorio nacional u otra zona franca permitida, se efectuará previa constitución de boleta de garantía o seguro de fianza de ejecución inmediata a favor de la Aduana Nacional, de acuerdo a la Ley General de Aduanas y su reglamento.

Está prohibida la reexpedición entre zonas francas comerciales, excepto de las mercancías de origen extranjero que ingresan a zonas francas situadas en Puertos Nacionales, ubicados sobre aguas internacionales de acuerdo a Convenios Internacionales, siempre que arriben en medios de transporte fluviales.

En la aplicación de los regímenes aduaneros para el ingreso de mercancías a territorio aduanero nacional procedentes de zonas francas, no están permitidas las modalidades de despacho anticipado o inmediato, así como el reconocimiento físico de las mercancías sobre camión o ferrocarril, excepto las permitidas por Decreto Supremo para el sector público.

Toda empresa de transporte de mercancías, a su arribo a una zona franca, presentará ante la administración aduanera el Manifiesto Internacional de Carga/Declaración de Transito Aduanero o el documento de transporte que corresponda. El concesionario emitirá el parte de recepción con copia a la administración aduanera, previa comprobación de la cantidad y peso de las mercancías con lo consignado en el Manifiesto Internacional de Carga, haciendo constar las diferencias de acuerdo al Artículo 96 del Reglamento a la Ley General de Aduanas. El ingreso de mercancías que procedan del territorio aduanero nacional será al amparo de la declaración de mercancías de exportación, debiendo cumplir el concesionario de zona franca con las mismas obligaciones de control previstas en el párrafo precedente. La administración aduanera deberá realizar la verificación física selectiva y aleatoria en el ingreso y salida de mercancías a y de zona franca, asegurándose de su conformidad con el parte de recepción o declaración de mercancías, según corresponda.

El concesionario, los usuarios y los prestadores de servicios conexos, podrán introducir a las zonas francas industriales y comerciales, sin que signifique exportación ni ser objeto de reexpedición al exterior del país, las siguientes mercancías procedentes del territorio aduanero nacional, independientemente a su origen: Maquinaria, equipo y otros bienes y materiales necesarios para el mantenimiento de la zona franca o que constituyan herramientas de trabajo; Productos comestibles y preparaciones alimenticias diversas, así como material de escritorio, papelería y bienes de aseo para el normal funcionamiento de las zonas francas. Estas mercancías ingresarán a las zonas francas y podrán salir al territorio aduanero nacional si corresponde y sin que signifique importación, mediante un formulario específico aprobado por la Aduana Nacional. Los concesionarios podrán introducir a zona franca para la prestación de servicios propios de la concesión y siempre que no se produzcan en el país, maquinaria, equipo y demás bienes de capital procedentes del exterior. Estos bienes están

prohibidos de su ingreso a territorio aduanero nacional, excepto cuando la concesión sea revocada, en cuyo caso será con el pago de tributos aplicables a su importación.

## 6.2 Nivel de conocimientos acerca de las ventajas de las Zonas Francas

A continuación se exponen los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación, para lo cual se parte por adjuntar el Cuadro con frecuencias con las respuestas de los empresarios, para luego exponer los Gráficos con porcentajes de las respuestas del personal de las instituciones vinculadas al tema. Cuadro y Gráfico son descritos y analizados en cuanto a su impacto.

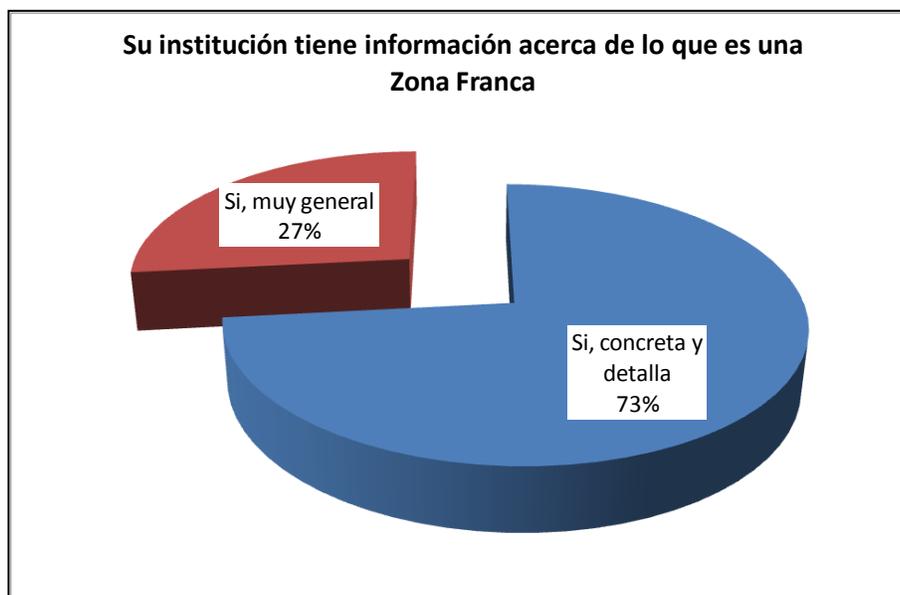
**Cuadro N° 13**  
**Tiene información acerca de lo que es una zona franca**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si, concreta y detalla	18	41.00
b)	Si, muy general	25	59.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 1.

En el Cuadro anterior se observa que el 59 % de los empresarios, grandes y medianos (25 de 43 personas consultadas), de las ciudades de El Alto y La Paz están informados acerca de lo que es una Zona Franca. De acuerdo a las instrucciones de la Encuesta, se solicitó que en caso de que las personas entrevistadas marquen una respuesta en la casilla “d) Ninguna”, deberán de suspender sus respuestas, pues la encuesta habría terminado para ellas.

**Gráfico N° 5**  
**Información de la Zona Franca**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 1.

En el Gráfico N° 5 se observa que el 100% de las personas integrantes de las Instituciones relacionadas a las Zonas Francas consultadas (26 en total) tienen un conocimiento sobre lo que son las Zonas Francas, teniendo el 73% una información concreta y detalla al respecto (19 de 26 instituciones preguntadas).

Ambas respuestas son importantes, ya que manifiestan que una mayoría de los empresarios como de las instituciones involucradas en las actividades referidas a las Zonas Francas tienen datos sobre la problemática.

**Cuadro N° 14**

**Puede afirmar que una zona franca es un régimen aduanero especial**

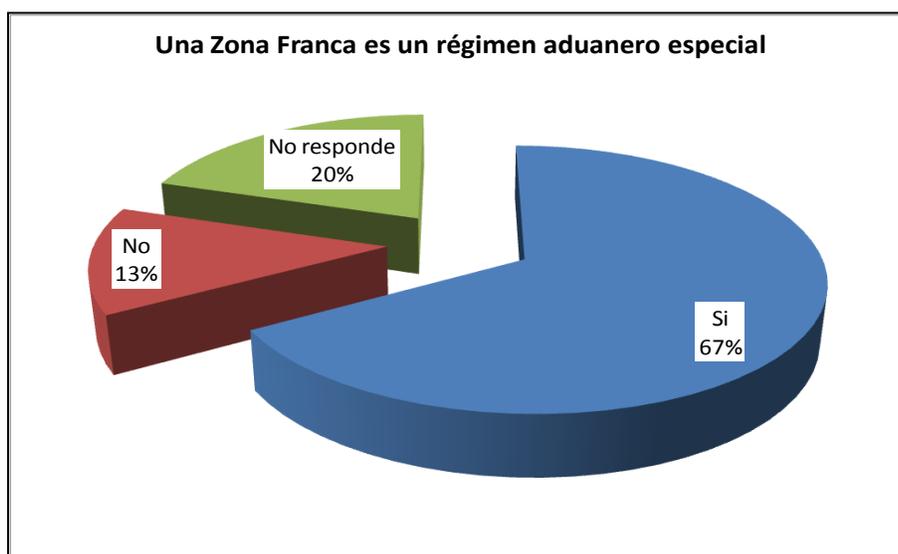
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	12	28.00
b)	No	5	12.00
c)	No responde	26	60.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 2.

En el Cuadro anterior, se observa que el 60% de los empresarios entrevistados (26 personas) no responden acerca de si una Zona Franca es un régimen aduanero especial. Sólo el 28% está seguro de ello, respondiendo afirmativamente. Mientras que el 12% (5 empresarios) niegan que una Zona Franca sea un régimen aduanero especial, con lo cual confirman que no conocen de manera concreta la realidad de esta actividad.

**Gráfico N° 6**

**Zona Franca y régimen aduanero especial**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 2.

En el Gráfico N° 6, se observa que el 67% de las respuestas (personas de 10 instituciones) si conocen con certeza que una Zona Franca es parte de los regímenes aduaneros especiales, mientras que el 20% no responde y sólo el 13% dice que no. De acuerdo a las respuestas dadas, se muestra que las personas de las instituciones tienen un conocimiento más detallado respecto de los empresarios acerca del régimen aduanero al cual responden las Zonas Francas: 67% contra 33%.

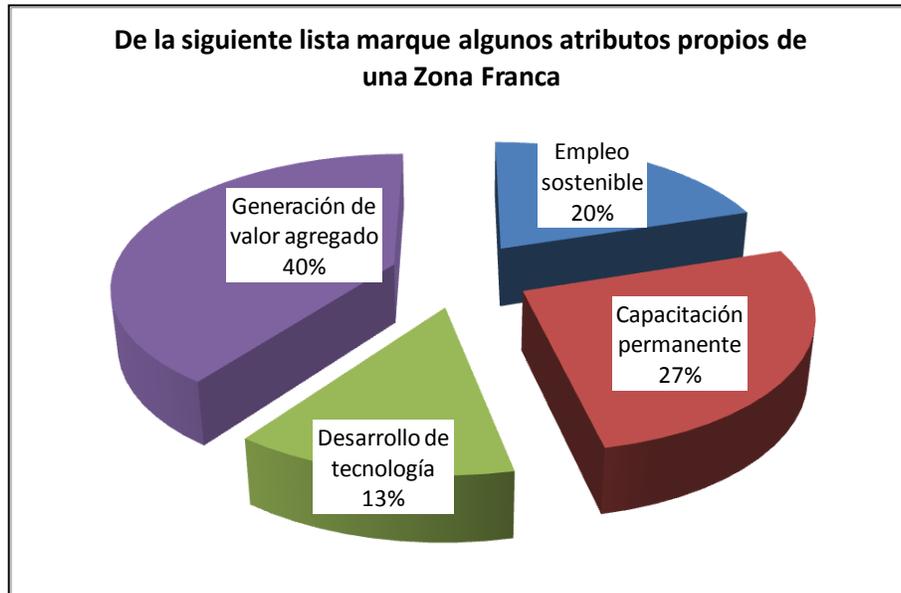
**Cuadro N° 15**  
**De la siguiente lista marque algunos atributos**  
**Propios de una zona franca**

		Frecuencia	Porcentaje
a)	Empleo sostenible	3	8.00
b)	Capacitación permanente	7	16.00
c)	Desarrollo de tecnología	5	12.00
d)	Generación de valor agregado	28	64.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 3.

En el Cuadro N° 15, los empresarios encuestados destacan como principal atributo de una Zona Franca la generación de valor agregado con el 64% de las respuestas (28 personas), quedando en segundo lugar la capacitación general y permanente con el 16% de las respuestas (7 empresarios). El desarrollo de tecnología ocupa el tercer lugar con el 12% de las opiniones, mientras que en cuarto lugar se encuentra la generación de empleo permanente.

**Gráfico N° 7**  
**Atributos Zona Franca**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 3.

En el Gráfico N° 7, se muestra que las Instituciones relacionadas con las Zonas Francas reconocen de manera más o menos proporcionada los atributos de este régimen aduanero especial, destacando como principal la generación de valor agregado (40% correspondiente a 10 instituciones), capacitación permanente (27%, 7 instituciones), 20% empleo sostenible (5 instituciones).

En ambos casos (instituciones y empresarios) se destacan los atributos de generación de valor agregado y capacitación permanente, como los principales, situación que evidencia -efectivamente- la existencia de estas dos preeminencias.

A continuación, se detalla las elecciones que hacen instituciones y empresarios en torno a las mejoras empresariales que presenta una empresa industrial ubicada en una Zona Franca.

**Cuadro N° 16**

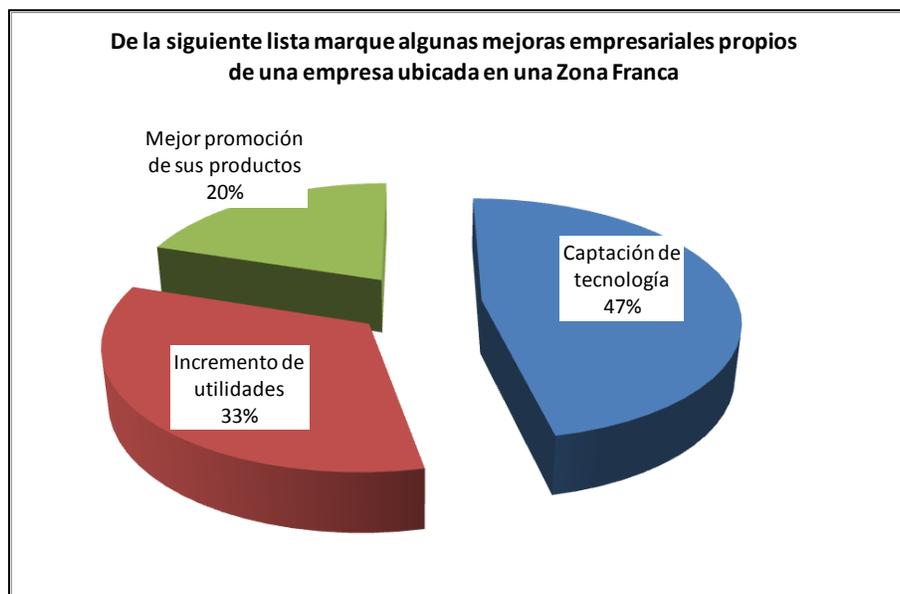
**De la siguiente lista marque algunas mejoras empresariales propias de una empresa ubicada en una zona franca**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Mayor relacionamiento con otros mercados	7	16.00
b)	Mejor promoción de sus productos	15	36.00
c)	Captación de tecnología	3	8.00
d)	Incremento de utilidades	17	40.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 4.

En el Cuadro anterior se detalla que para el 40% de los empresarios la mejora más notable es el incremento de sus utilidades (17 respuestas), seguido de una mejora en la promoción de las mercancías manufacturadas (15 empresarios). También el 16% de los encuestados (7 personas) señala la presencia de un mayor relacionamiento con mercados internacionales.

**Gráfico N° 8**  
**Mejoras de empresas en Zona Franca**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 4.

En el Gráfico N° 8 se muestra que las instituciones sólo indican la existencia de tres mejoras empresariales: captación de tecnología (47%), incremento de utilidades (33%) y mejor producción (20%).

La diferencia de opiniones entre empresarios e instituciones se establece en torno al tema de la captación de tecnología, pues para las instituciones esta es la principal mejora que otorga una Zona Franca, mientras que para los empresarios esta es la última de sus opciones (sólo la elige el 8%, es decir dos entrevistados).

Lo evidente es que las Zonas Francas Industriales conllevan –de manera significativa- la captación de tecnología, situación que evidencia que las

instituciones cuentan con información más precisa sobre este tópico que los mismos empresarios industriales.

A continuación se indaga acerca de las políticas que se desarrollan en las Zonas Francas.

**Cuadro N° 17**

**Usted considera que dentro de una zona franca se desarrollan las siguientes políticas**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Fomento industrial	21	48.00
b)	Permanencia indefinida de mercancías Sujetas a régimen especial	0	00.00
c)	Mercaderías sin control habitual de la Aduana Nacional	9	20.00
d)	Créditos de fomento a bajos intereses	13	32.00
Total		43	100.00

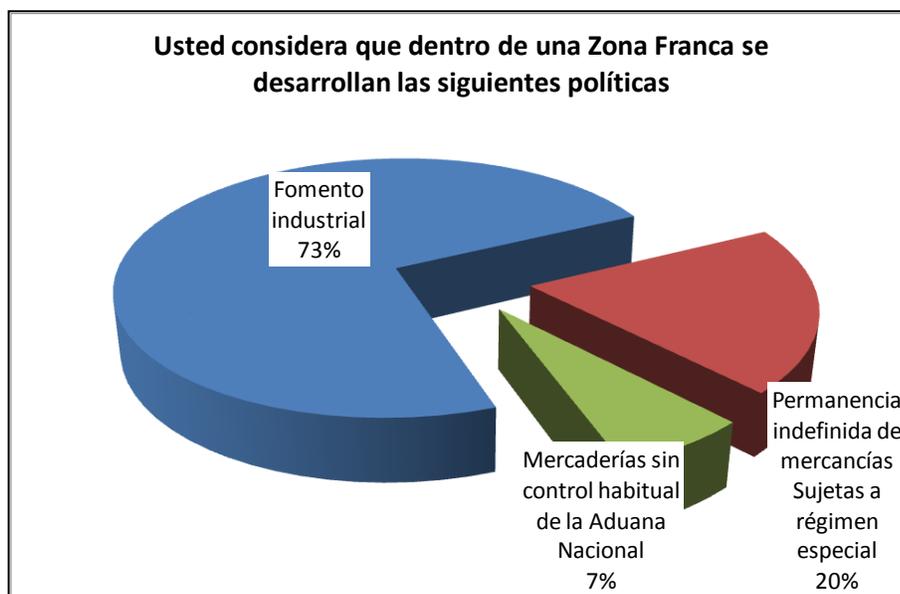
Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 5.

En el Cuadro N° 17 se tiene el registro de una mayoría de opiniones de los empresarios que señalan que la principal política es la de fomento industrial (48% de las respuestas, es decir, 21 entrevistados).

La segunda política sobre la que se pronuncian los empresarios se refiere al otorgamiento de créditos de fomento con bajos intereses (32% representando 13 entrevistados).

Como tercera política se refieren a la falta de control habitual de las mercaderías por parte de la Aduana Nacional (20% con 9 respuestas).

**Gráfico N° 9**  
**Zonas Francas y políticas**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 5.

En el Gráfico N° 9 se observa que las respuestas de las instituciones relacionadas a las actividades aduaneras y exportadoras son diferentes a la de los empresarios. Así, para el 73% (19 instituciones), dentro de las Zonas Francas, la principal política es la de fomento industrial, luego, para el 20% es la posibilidad real de permanencia indefinida de mercaderías sujetas a régimen especial, mientras que sólo para el 7% la política de ausencia de control por parte de la Aduana es la principal característica.

Como se observa, existe la coincidencia en ambos sectores en torno a las políticas de fomento industrial, sólo que la magnitud es distinta, pues para las instituciones representa el 73% de sus opiniones, mientras que para los empresarios sólo el 48%.

Para los representantes de instituciones no existe como política de Zona Franca, los créditos de fomento a bajos intereses, mientras que para los empresarios esta es la segunda política desarrollada dentro de las Zonas Francas. De manera inversa, para las instituciones, la segunda política es la permanencia indefinida de mercancías sujetas a régimen especial, mientras que ningún empresario la considera como parte de las políticas dentro de las Zonas Francas. De todas las respuestas anteriores se aprecia la necesidad de mejorar la información con la que se cuenta de manera de contar con mejores elementos de análisis de la problemática de las Zonas Francas Industriales.

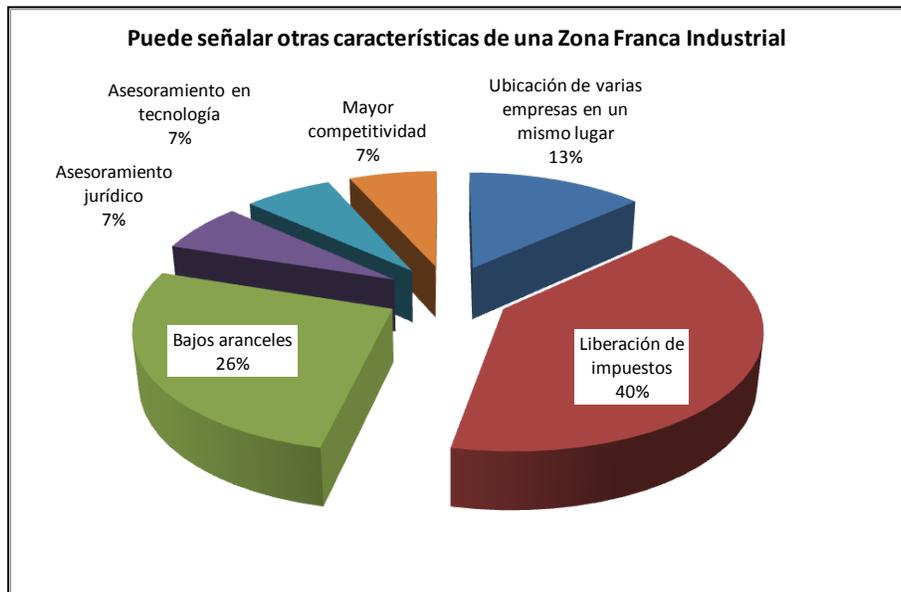
**Cuadro N° 18**  
**Puede señalar otras características de una Zona franca industrial**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Ubicación de varias empresas en un mismo lugar	9	20.00
b)	Liberación de impuestos	3	8.00
c)	Bajos aranceles	5	12.00
d)	Asesoramiento jurídico	9	20.00
e)	Asesoramiento en tecnología	10	24.00
f)	Mayor competitividad	7	16.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 6.

En el Cuadro N° 18, se indaga acerca de las principales características que tiene una Zona Franca Industrial, las respuestas de los empresarios señalan que la más importante es el asesoramiento en tecnología (24%, es decir, 10 respuestas); asesoramiento jurídico y compartir la ubicación con empresas del sector (20% respectivamente); luego se tiene una mayor competitividad (16% de las respuestas), para finalmente señalar a la liberación de impuestos como última características con el 8% (3 respuestas).

**Gráfico N° 10**  
**Características de una Zona Franca Industrial**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 6.

En el Gráfico N° 10 se muestra que para el 40% de las instituciones (10 representantes) la liberación de impuestos es la característica más importante de las Zonas Francas, para el 26% los bajos aranceles (7 instituciones), 13% la ubicación de varias empresas en un mismo lugar, y asesoramiento tecnológico y jurídico, así como mayor competitividad con un 7% respectivamente.

En las respuestas se observan diferencias, pues las instituciones precisan mejor (debido a que tienen mayor información) las características principales de las Zonas Francas (liberación de impuestos y bajos aranceles) frente a los empresarios que se orientan por plantear más las necesidades que tienen actualmente y que consideran que las Zonas Francas pueden aliviar: asesoramientos tecnológico y jurídico.



**Cuadro N° 19**  
**Puede señalar las características de una**  
**Zona franca comercial**

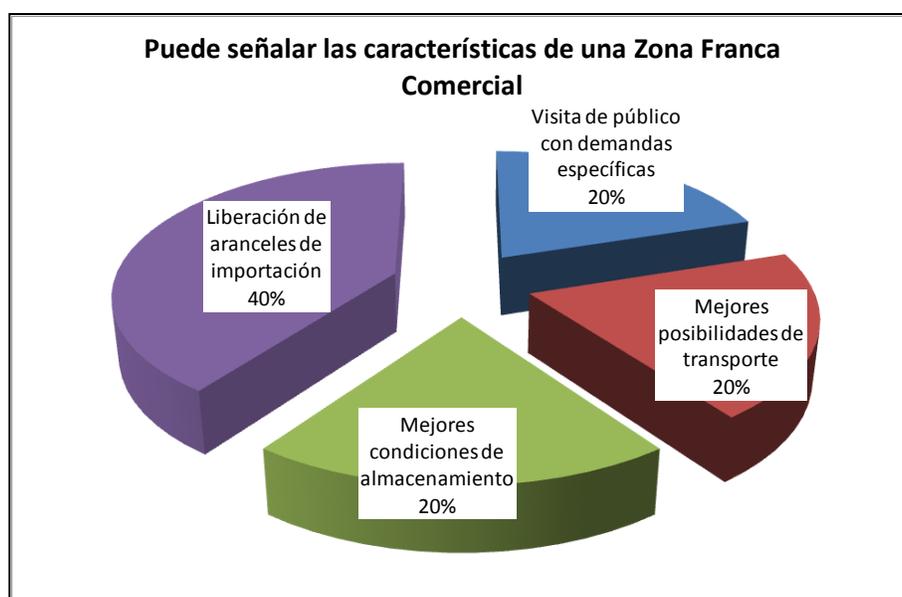
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Mejores condiciones de almacenamiento	10	24.00
b)	Liberación de aranceles de importación	9	20.00
c)	Mejores posibilidades de transporte	10	24.00
d)	Mayor promoción publicitaria	7	16.00
e)	Visita de público con demandas específicas	5	12.00
f)	No responde	2	4.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 7.

Para el 24% de los empresarios (10 respuestas respectivamente) las características distintivas de las Zonas Francas Comerciales son las mejores condiciones de almacenamiento y las posibilidades de transporte. En tercer lugar, se tienen las opiniones en el sentido de la liberación de aranceles de importación (20%, es decir 9 opiniones de empresarios encuestados).

Luego, están las opiniones de que se tiene mayor promoción publicitaria (16%), la visita del público a la Zona Franca Comercial con 12% de las respuestas y finalmente, el 4% no responde (2 personas).

**Gráfico N° 11**  
**Características Zona Franca Comercial**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 7.

Las respuestas de los representantes institucionales son más concretas, ya que ven cuatro características de las Zonas Francas Comerciales. La más importante es la liberación de aranceles de importación con el 40% de las respuestas (10 instituciones), compartiendo con el 20% respectivamente las respuestas siguientes: mejores condiciones de almacenamiento y transporte y visita del público con demandas concretas.

De las respuestas dadas se puede inferir que las instituciones cuentan con mejor información sobre las Zonas Francas Comerciales ya que destacan la liberación de aranceles como principal características de estas zonas, frente a los criterios de los empresarios que consideran que mejores condiciones de almacenamiento y transporte son los aspectos más destacados de estas zonas.



### Cuadro N° 20

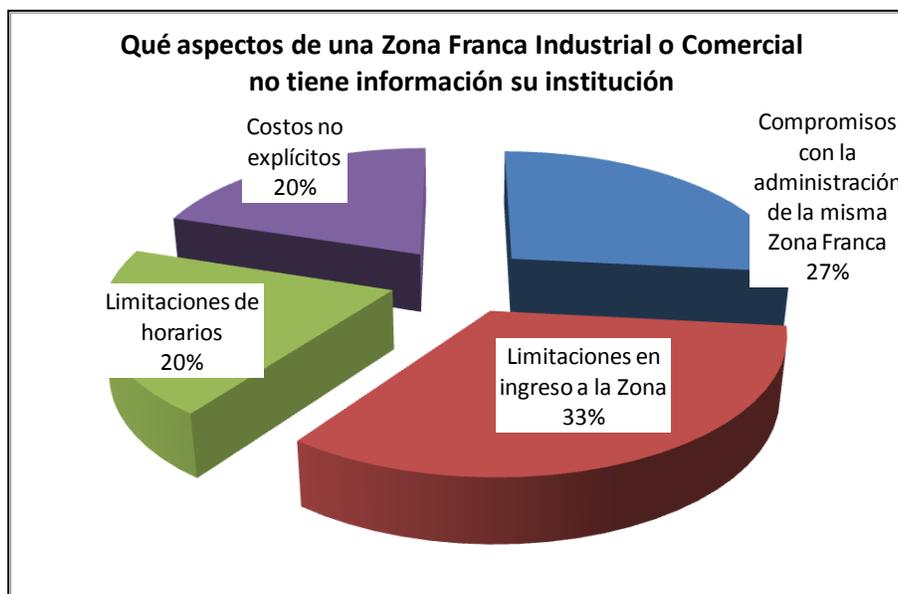
#### Qué aspectos de una zona franca industrial o comercial no conoce

		Frecuencia	Porcentaje
a)	Compromisos con la administración de la misma Zona Franca	7	16.00
b)	Limitaciones en ingreso a la Zona	12	28.00
c)	Limitaciones de horarios	10	24.00
d)	Costos no explícitos	14	32.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 8.

En el Cuadro N° 20 se registra las respuestas de los empresarios acerca de los aspectos que desconoce de las Zonas Francas, sean estas comerciales o industriales, destacándose el 32% de las respuestas que señalan a los costos no explícitos (14 empresarios); las limitaciones en el ingreso a este tipo de establecimientos (28%, 12 empresarios); luego se tiene las limitaciones en los horarios de trabajo de las zonas (24%, es decir 10 respuestas) y finalmente, los posibles compromisos con la administración de las Zonas Francas (16%, 7 personas).

**Gráfico N° 12**  
**Información desconocida**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 8.

Para los representantes de instituciones (ver Gráfico N° 12) el principal aspecto que desconocen del funcionamiento de las Zonas Francas se refieren al ingreso a estas áreas (33%), luego están los compromisos con la administración de las Zonas (27% de las respuestas), finalmente, con el 20% de las respuestas respectivamente, están los costos no explícitos y las limitaciones en los horarios.

**Cuadro N° 21**

**Sabe usted las ventajas a nivel tributario que tienen las zonas francas**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	26	60.00
b)	No	7	16.00
c)	No responde	10	24.00
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 9.

**Cuadro N° 22**

**Usted conoce las ventajas a nivel aduanero que tienen las zonas francas**

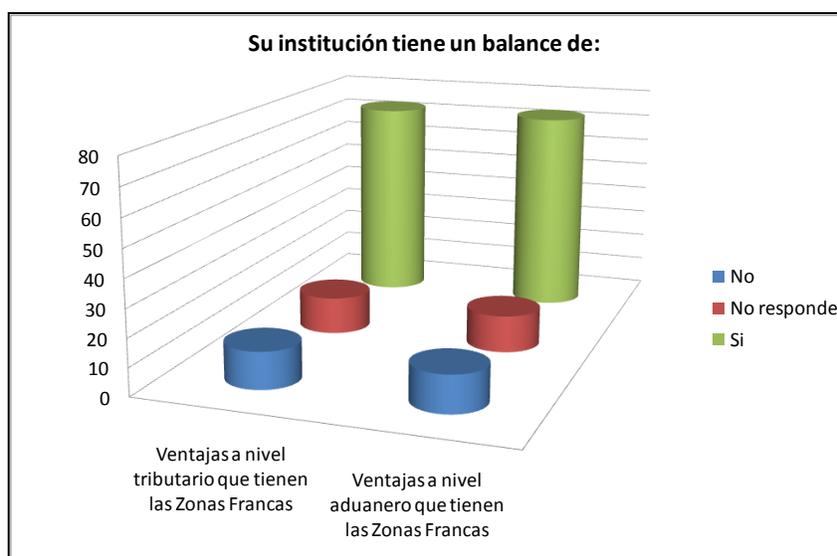
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	30	68.00
b)	No	12	28.00
c)	No responde	1	4.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 10.

En los Cuadros N° 21 y 22 se observa las respuestas de los empresarios acerca de las ventajas a nivel tributario y aduanero que tienen las Zonas Francas: el 60 y 68% de los consultados sabe que están presentes estas ventajas en estos regímenes aduaneros especiales. El 28% no conoce las ventajas a nivel aduanero, mientras que el 16% no conoce las tributarias. En lo que respecta a la ausencia de repuestas, el 24% y el 4% respectivamente no dicen nada respecto de las ventajas a nivel tributario y aduanero.

**Gráfico N° 13**

**Balance de ventajas sobre Zonas Francas**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Preguntas 9 y 10.

En el Gráfico N° 13, se tiene expuestas las respuestas del sector institucional relacionado a las Zonas Francas, donde se observa una completa coincidencia, pues el 73.33% (es decir, 19 representantes de instituciones) conoce de ambas ventajas (tributarias y aduaneras), mientras que el 13.33% o no sabe o no responde a estas preguntas respectivamente.

De las respuestas proporcionadas por ambos sectores, se puede valorar que el sector institucional tiene información más precisa sobre las ventajas tributarias y aduaneras que conllevan las Zonas Francas.

**Cuadro N° 23**

**Está informado sobre las ventajas a nivel laboral que tienen las zonas francas**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	7	16.00
b)	No	29	68.00
c)	No responde	7	16.00
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 11.

**Cuadro N° 24**

**Usted conoce las ventajas a nivel de preferencias en los acuerdos comerciales internacionales que tienen las zonas francas**

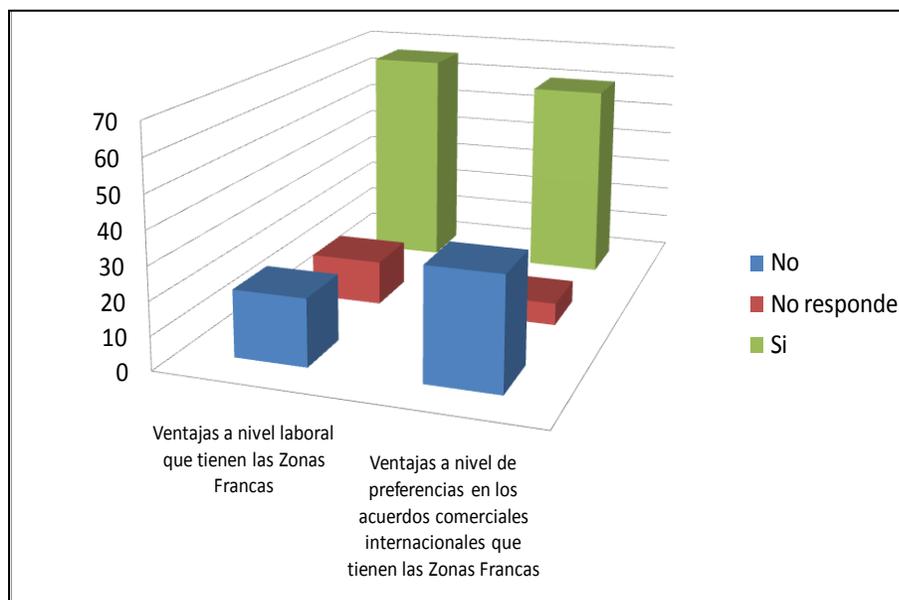
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	5	12.00
b)	No	26	60.00
c)	No responde	12	28.00
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 12.

En lo que respecta a las ventajas laborales y las referidas a las preferencias en los acuerdos comerciales internacionales (ver Cuadros N° 23 y 24), la mayoría de los empresarios desconocen estas situaciones (68 y 60% de las repuestas negativas respectivamente). Sólo el 16% sabe del tema de las ventajas laborales que presentan las Zonas Francas, al tiempo de que el otro 16% no responde.

En cuanto al conocimiento de las ventajas preferenciales relativa a los acuerdos comerciales internacionales comprometidos por las Zonas Francas, sólo un 12% de los empresarios los conocen, mientras que el 28% no responde nada al respecto.

**Gráfico N° 14**  
**Ventajas específicas de las Zonas Francas**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Preguntas 11 y 12.

En el Gráfico N° 14 se observa las respuestas positivas dadas por los representantes institucionales (es decir, que conocen el tema) tanto en lo que respecta a las ventajas laborales como a las preferencias de los acuerdos internacionales, con un 66% y 60% respectivamente. Lo que menos conocen las instituciones son las preferencias de los acuerdos comerciales en las que están involucradas las Zonas Francas, con un 33%, mientras que desconocen las ventajas laborales únicamente el 20%. No responden el 13% y 6%.

La comparación de la información que manejan los empresarios y las instituciones acerca de estas ventajas (laborales y preferencias comerciales internacionales) es significativa, pues las instituciones si manejan datos precisos sobre estos temas: 60% y 66% frente 16% y 12%.

### 6.3 Tipo de incidencia del uso del conocimiento umbral

En base a la información que tienen los empresarios acerca del régimen de Zonas Francas, se les pregunto acerca de los problemas que ellos creen enfrentar si sus empresas se instalaran en estas áreas, las respuestas fueron las siguientes.

**Cuadro N° 25**

**Qué problemas para su empresa representaría acogerse al régimen de zonas francas**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Seguridad en el paso que se va a dar	5	12.00
b)	Costos de inversión	9	20.00
c)	Traslado de maquinarias y otros	12	28.00
d)	Posible endeudamiento	14	32.00
d)	Falta de consenso interno	3	8.00
Total		43	100.00

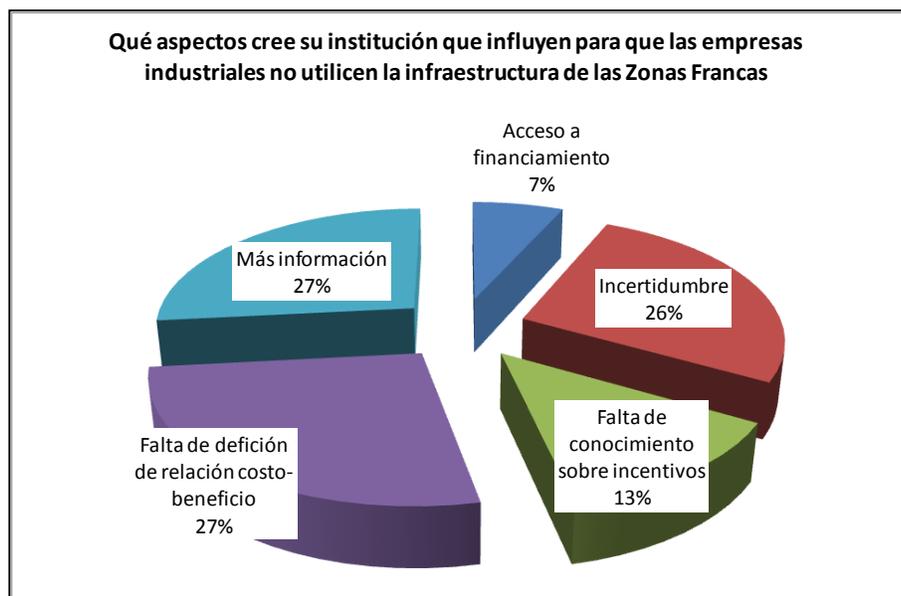
Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 24.

Según el Cuadro N° 25, expresando el 32% de las opiniones de los empresarios (14 personas) un posible endeudamiento sería el principal problema para su empresa si decidiría acogerse al régimen de Zonas Francas; el 28% (12 empresarios) la eventualidad (y el costo implícito) de tener que trasladar maquinaria, equipos e insumos; un incremento en sus costos de inversión lo afirma en 20% (9 personas); el 12% señala la inseguridad del paso que significaría irse a una Zona Franca Industrial, y finalmente el 8% señala que el problema sería la falta de consenso al interior de su empresa, pues este tipo de decisiones se trata a nivel de Directorio.

De los resultados se observa que ninguno de los empresarios consultados señala no tener problemas en acogerse al régimen de una Zona Franca Industrial, es decir, que todas las empresas, de una u otra manera enfrentan problemas al tomar esta posibilidad como cierta.

**Gráfico N° 15**

**Aspectos que influyen en no utilizar las Zonas Francas**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 18.

En el Gráfico N° 15 se observa que para el 27% de las instituciones lo que más influye en las empresas -para no utilizar las ventajas de las Zonas Francas- es la falta de definición de la relación entre el costo de trasladarse versus los beneficios que podrían obtener y la falta de información (27%); luego el 26% de las instituciones señalan la existencia de incertidumbre, el 13% falta de conocimientos sobre los incentivos (que principalmente son tributarios y aduaneros) y finalmente, el 7% señala a la falta de acceso a financiamiento como una de las condiciones que influyen en la actitud de los empresarios.

En realidad, si se suman algunas de las respuestas que están relacionadas con la falta de información, se tendría un criterio del 66% para explicar por qué los empresarios no asumen la posibilidad de trasladarse a una Zona Franca Industrial.

**Cuadro N° 26**

**Conoce alguna empresa, ya sea industrial o comercial que obtiene beneficios y ventajas al estar dentro del régimen de zonas francas**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	16	32.00
b)	No	22	56.00
d)	No responde	5	12.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 25.

En el Cuadro N° 26, se observa que la mayoría de los empresarios (56%, es decir 22 personas) no conocen empresas que estuvieran obteniendo beneficios directos por estar ubicadas en las Zonas Francas. Tan sólo el 32% conoce de empresas que gozan de estas ventajas y el 12% no responde.

En consecuencia, se puede afirmar que no existe una difusión de los beneficios que están obteniendo las empresas instaladas en las Zonas Francas, tanto las empresas comerciales, como las industriales.

#### 6.4 Uso de los conocimientos sobre Zonas Francas

Las respuestas sobre el uso de los conocimientos sobre Zonas Francas fueron las siguientes:

**Cuadro N° 27**

**La información general que tiene acerca de las zonas francas le permitió acercarse a la misma a indagar datos más precisos sobre su funcionamiento**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	3	8.00
b)	No	12	28.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	21	48.00
d)	No responde	7	16.00
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 13.

Respecto al uso que han hecho las empresas, de la información sobre las Zonas Francas para tratar de ampliarlas, un 48% (21 personas) señalan que aún no han tomado ninguna decisión en base a esta situación; mientras que el 28% (12 personas) niegan esta intención, el 16% no responde y tan sólo el 8% lo hizo (3 empresarios encuestados). Lo anterior significa que es una minoría muy reducida de empresarios los que han buscado ampliar la información que han tenido acerca de las Zonas Francas Industriales.

**Cuadro N° 28**

**Comento al personal de su empresa alguna vez la posibilidad de participar en las zonas francas**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	2	4.00
b)	No	36	84.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	5	12.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 14.

En el Cuadro anterior se tiene registrado la opinión del 4% de los empresarios (2 personas), la misma que afirma haber socializado la información adicional que obtuvo sobre las Zonas Francas Industriales con el personal de sus empresas.

Lo anterior significa que un grupo muy reducido de empresarios tienen presentes las ventajas que pueden obtener de este régimen especial, de manera que su socialización sólo da cuenta de una posibilidad por asumir la posibilidad de ubicar a su empresa en estas áreas.

### **6.5 Condiciones materiales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas**

Las opiniones empresariales acerca de las condiciones materiales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas se exponen en los siguientes Cuadros:

**Cuadro N° 29**

**La capacidad productiva de su empresa le permite pensar en trasladarse o abrir una sucursal en una zona franca**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	36	84.00
b)	No	5	12.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	2	4.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 15.

En el Cuadro N° 29 se muestra que el 84% (36 empresarios) admiten tener la suficiente capacidad productiva para trasladarse a una Zona Franca Industrial. El 12% no tiene dicha capacidad, mientras que sólo el 4% no ha pensado en la posibilidad de evaluar su capacidad productiva frente a la eventualidad de tomar este tipo de decisiones. El dato anterior es importante, pues evidencia que la mayoría de las empresas podrían migrar a estos regímenes aduaneros dada sus condiciones productivas.

**Cuadro N° 30**

**La capacidad tecnológica de su empresa le permite pensar en trasladarse o abrir una sucursal en una zona franca**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Aún no he pensado esta posibilidad	0	00.00
b)	No	9	20.00
c)	No responde	2	4.00
d)	Si	32	76.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 17.

En el Cuadro N° 30 se muestra que para el 76% de los empresarios (32 personas) existen condiciones tecnológicas para su probable traslado a una Zona Franca Industrial. Para el 20% no hay esta posibilidad y el 4% no responde nada. Como en el caso de la capacidad productiva, en la tecnológica, la mayoría de las empresas manufactureras no tradicionales consultadas están en condiciones de asumir esta perspectiva, es decir, la de trasladarse o abrir una sucursal en una Zona Franca Industrial.

**Cuadro N° 31**

**En caso de tomar la decisión de abrir una sucursal cuenta con la liquidez para ello**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	2	4.00
b)	No	28	64.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	10	24.00
d)	No responde	3	8.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 16.

En el Cuadro N° 31 se observan las respuestas dadas por los empresarios respecto de si cuentan con los recursos financieros inmediatos para dar un paso hacia las Zonas Francas: Una mayoría correspondiente al 64% (28 personas consultadas) no cuentan con la liquidez necesaria, mientras que el 24% no puede dar una respuesta inmediata, el 8% no responde nada y sólo el 4% (es decir 2 empresarios) si cuenta con los recursos disponibles para encarar esta situación.

La información recogida evidencia las limitaciones de liquidez por las que atraviesa el empresariado consultado, siendo este un problema financiero que

debería de considerarse como elemento que imposibilita o retrasa a las empresas el asumir el riesgo de instalarse en una Zona Franca Industrial.

**Cuadro N° 32**

**En caso de no tener liquidez, se endeudaría para garantizar esta decisión**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	5	12.00
b)	No	19	44.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	17	40.00
d)	No responde	2	4.00
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 18.

En el Cuadro siguiente se muestra que sólo el 12% de los empresarios (5 personas) estarían dispuestos a asumir una deuda con tal de tener liquidez y poder respaldar la decisión de trasladarse a una Zona Franca. El 44% no está dispuesto a hacerlo, el 40% aún no lo ha pensado, mientras que el 4% no responde. Evidentemente, el endeudarse implica un compromiso financiero factible si existen condiciones favorables, situación que aún no es considerada por los empresarios o es rechazada debido al nivel actual de información que tienen sobre las ventajas y desventajas de las Zonas Francas Industriales.

**Cuadro N° 33**

**Cree que las ventajas de las zonas francas son insuficientes**

**Frente a los costos que tendría trasladarse a estos espacios industriales**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	16	36.00
b)	No	12	28.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	12	28.00
d)	No responde	3	8.00
<b>Total</b>		<b>43</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 19.

En el Cuadro N° 33 se muestra que el 36% de los empresarios encuestados (16 personas) creen que las ventajas -hasta el momento conocidas por ellos- que las Zonas Francas les proporcionan son escasas frente a los gastos e inversiones que tendrían que efectuar. El 28% cree que las ventajas son mayores que los costos y también un 28% (12 personas) no han evaluado esta situación. Tan sólo el 8% no responde nada.

Se observa un grupo interesante de personas, que teniendo poca información está dispuesta a asumir el reto de poderse instalar en una Zona Franca Industrial.

## **6.6 Condiciones empresariales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas**

Otro aspecto de la investigación tiene relación con conocer las condiciones empresariales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas, siendo sus respuestas las siguientes.

**Cuadro N° 34**

**La forma como su empresa toma decisiones le permitiría asumir rápidamente el reto de trasladarse o abrir una sucursal en una zona franca**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	2	4.00
b)	No	31	72.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	8	20.00
d)	No responde	2	4.00
Total		25	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 20.

En el Cuadro anterior se observa que el 72% de los encuestados (31 personas) admiten que sus empresas no podría asumir la decisión de trasladarse a una Zona Franca de manera inmediata. El 10% de ellos no ha pensado en esa posibilidad, el 4% no responde y sólo el 4% estaría en condiciones de hacerlo, es decir, 2 empresas. Los datos muestran que las empresas no están en condiciones de asumir retos inmediatos y mucho menos cuanto estos comprometen sus inversiones en infraestructura, terrenos, maquinarias y otros.

**Cuadro N° 35**

**Su empresa asumiría los riesgos emergentes de beneficiarse de las ventajas de las zonas francas de manera inmediata**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	14	32.00
b)	No	19	44.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	10	24.00
d)	No responde	0	00.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 22.

En el Cuadro N° 35, se tiene registrado que el 44% de los consultados tampoco asumiría el riesgo inmediato de beneficiarse de las ventajas de las Zonas Francas Industriales (19 personas), mientras que el 32% si lo haría (14 empresarios). El 24% aun no lo ha pensado (10 personas).

**Cuadro N° 36**

**Su empresa asume riesgos cuando se le presenta una ventaja o grupo de ventajas a nivel tributario, arancelario, etc.**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	29	68.00
b)	No	12	28.00
c)	Aún no he pensado esta posibilidad	2	4.00
d)	No responde	0	00.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 21.

En el Cuadro precedente se muestra una actitud poco conservadora frente a la posibilidad de aprovechar ventajas tributarias y arancelarias, pues el 68% de los empresarios (29 personas) responden favorablemente, mientras tan sólo el 28% (12 encuestados) niegan la posibilidad de asumir riesgos frente a ventajas tributarias concretas. Luego, el 4% aún no ha pensado en esta posibilidad.

Se observa que las ventajas tributarias y arancelarias son una fuente importante de motivación para que los empresarios puedan asumir riesgos y situaciones innovadoras.

**Cuadro N° 37**

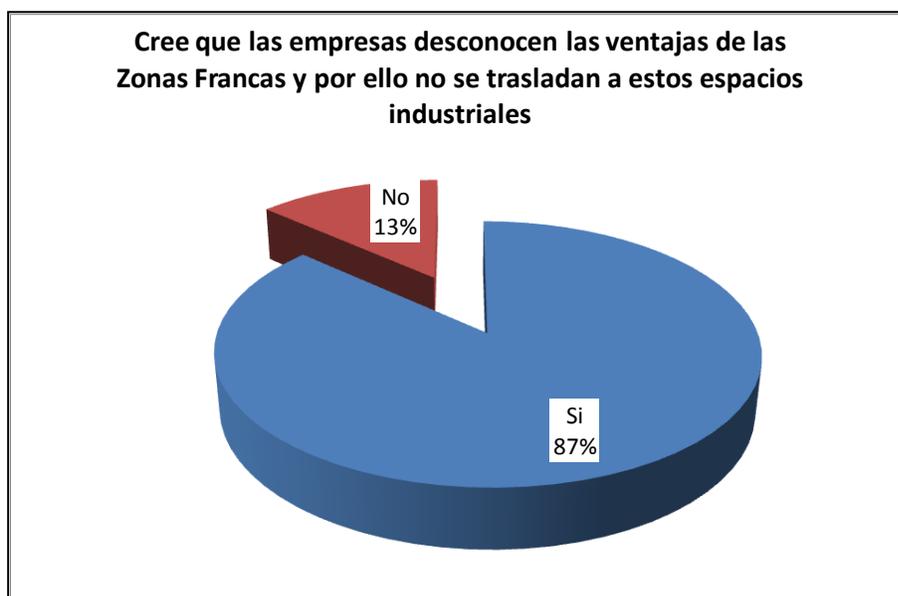
**Su empresa asume riesgos cuando se le presenta una ventaja que va a significar mejorar su imagen corporativa asociada a mejorar sus ingresos**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Si	26	60.00
b)	No responde	3	8.00
d)	Aun no he pensado esta posibilidad	14	32.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 23.

En el Cuadro N° 37 se muestra que los empresarios, en una mayoría del 60% (26 personas) están dispuestas a asumir riesgos cuando ellos comprometen una mejora de sus ingresos y de su imagen corporativa.

**Gráfico N° 16**  
**Desconocimiento de Zonas Francas**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 17.

En el Gráfico N° 16 se observa que el 87% de las instituciones (23 de ellas) relacionadas con las actividades de las Zonas Francas Industriales creen que los empresarios manufactureros no tradicionales desconocen las ventajas de estas áreas aduaneras especiales de manera que eso les impide trasladarse a las mismas.

## 6.7 Características del sistema de información sobre Zonas Francas

Las características del sistema de información sobre Zonas Francas, tanto de empresarios como de instituciones relacionadas al tema son las siguientes:

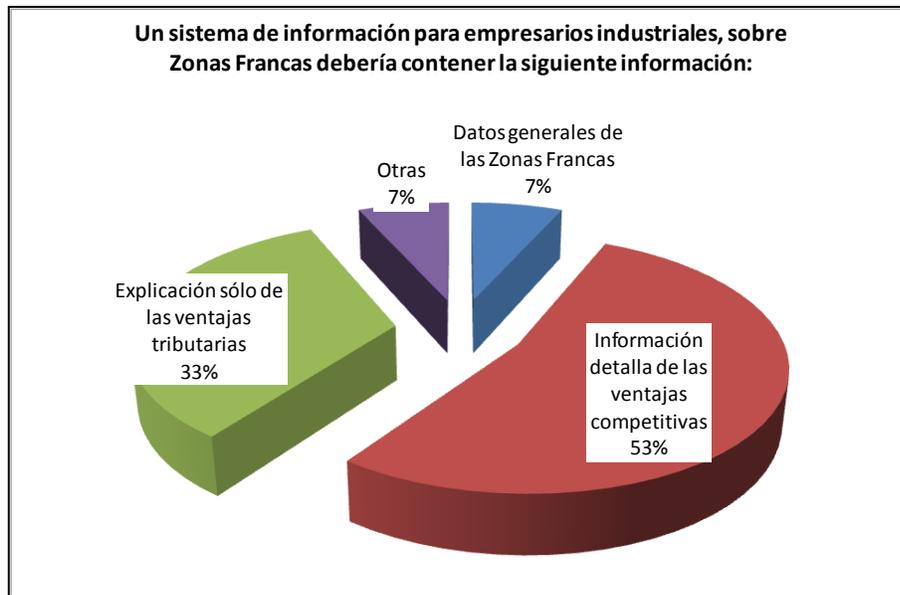
**Cuadro N° 38**  
**Un sistema de información para empresarios industriales,**  
**Sobre zonas francas debería contener la siguiente información**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Datos generales de las Zonas Francas	3	8.00
b)	Información detalla de las ventajas competitivas	31	72.00
c)	Explicación sólo de las ventajas tributarias	6	12.00
d)	Otras	3	8.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 26.

En el Cuadro previo se tiene el registro de las respuestas de los empresarios en torno a si un sistema de información sobre Zonas Francas debería contener información especializada, de manera que el 72% de los encuestados (31 personas) manifiesta que debería priorizarse el tema de las ventajas competitivas que se logran con este tipo de régimen aduanero especial. En segundo lugar se encuentra el grupo de personas (6, que significa el 12%) que sostienen que debería destacarse las ventajas tributarias. Finalmente, con el 8% respectivamente se encuentra el grupo de empresarios que señala que debería incorporarse datos generales de las Zonas Francas y otro tipo de información.

**Gráfico N° 17**  
**Información que debe ser parte del sistema**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 19.

En el Gráfico N° 17, están las respuestas del sector de instituciones, de las cuales la mayoría (53%) señala que debería destacarse el tema de las ventajas competitivas, luego las ventajas tributarias (33%) y los datos generales y otra información el 7% respectivamente.

En cuanto a las características que debería tener un sistema de información sobre Zonas Francas hay una coincidencia entre los sectores institucional y empresarial, pues ambos destacan la necesidad de informar con prioridad acerca de las ventajas competitivas que se obtienen al ingresar a una Zona Franca.

**Cuadro N° 39**

**Dicho sistema de información debería estar dirigido principalmente a**

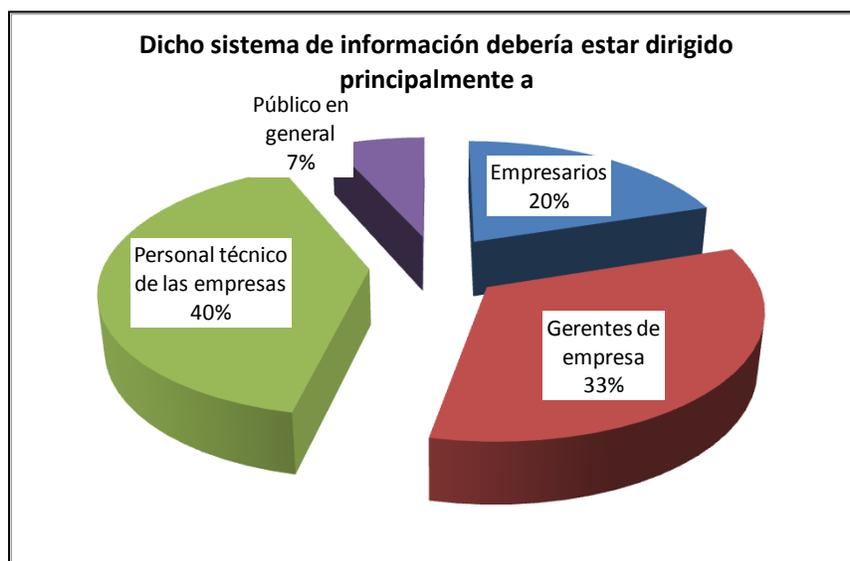
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	Empresarios y gerentes de empresa	26	60.00
b)	Personal técnico de las empresas	14	32.00
c)	Público en general	3	8.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 28.

En el Cuadro precedente se muestra que el 60% de los empresarios (26 personas) están a favor de que el sistema de información sobre Zonas Francas Industriales este prioritariamente dirigido a empresarios y gerentes, mientras que en un segundo lugar se encuentra la opinión de que los usuarios de dicha sistema sean el personal técnico de las empresas. En último lugar se tiene la opinión de que este sea un sistema dirigido al público en general (8%).

**Gráfico N° 18**

**Sistema de información dirigido a:**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 21.

En el Gráfico N° 18 se observa que el 40% de las instituciones prioriza que el sistema de información sobre Zonas Francas este dirigido al personal técnico de las empresas y luego, mediante el 33% de las opiniones, a los gerentes y el 20% a los empresarios. Finalmente, el 7% señala que debería estar dirigido al público en general.

Como se aprecia, tanto empresarios como instituciones coinciden en que el sistema de información sobre Zonas Francas Industriales debería ser especializado y dirigido a un segmento en particular: empresarios, gerentes y personal técnico de las empresas manufactureras.

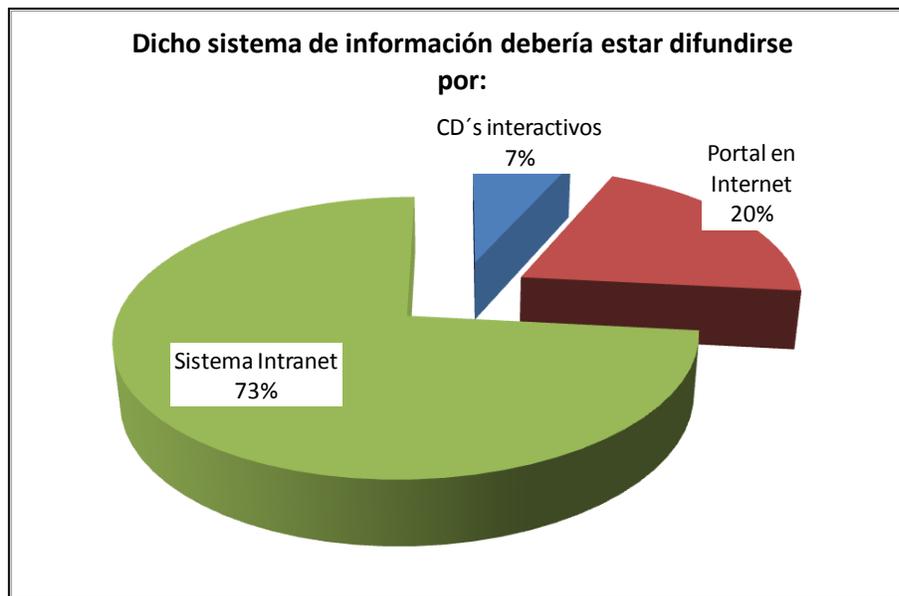
**Cuadro N° 40**  
**Dicho sistema de información debería estar difundirse por**

		Frecuencia	Porcentaje
a)	CD's interactivos	14	32.00
b)	Portal en Internet	24	56.00
c)	Sistema Intranet	5	12.00
d)	Otro	0	00.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 29.

En cuanto a los medios por los cuales debería difundirse el sistema de información sobre Zonas Francas, en el Cuadro N° 40 se muestra que el 56% de los empresarios consultados se inclinan por el uso del Internet, el 32% dicen mediante soportes físicos, como lo son los Cd's, finalmente un grupo que representa el 12% de los consultados se inclina por el uso de un sistema Intranet.

**Gráfico N° 19**  
**Difusión del sistema de información**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 22.

En el Gráfico N° 19 se observa que el 73% de las instituciones se inclina por el intranet, frente al 20% que dice que el medio ideal sería internet, y el 7% que habla de usar Cd's.

En todo caso, se observa que las respuestas institucionales son más coherentes, pues el medio elegido guarda relación con los destinatarios del sistema, que en su mayoría sería empresarios, gerentes y personal técnico de las empresas, de manera que el intranet podría ser el mejor mecanismo para estos propósitos.

## 6.8 Administración del sistema de información

En la búsqueda de alternativas para obtener las mayores ventajas posibles de las Zonas Francas, se indagó acerca de quienes deberían administrar un sistema de información sobre el tema, las respuestas fueron las siguientes:

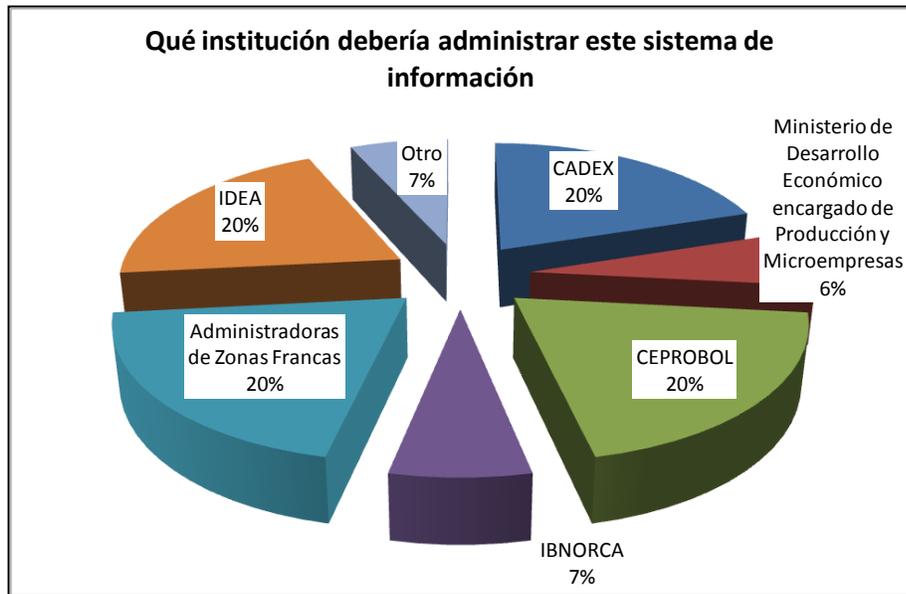
**Cuadro N° 41**  
**Qué institución debería administrar este sistema de información**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a)	CADEX	7	16.00
c)	CEPROBOL	8	20.00
d)	IBNORCA	2	4.00
e)	Administradoras de Zonas Francas	14	32.00
f)	IDEA	7	16.00
g)	Otro	5	12.00
Total		43	100.00

Fuente: Encuesta a Medianos y Grandes Empresarios Industriales No Tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz. 2013. Pregunta 27.

En el Cuadro N° 41 se observa que los empresarios en un 32% se inclinan a favor de que sean las mismas Administradoras de las Zonas Francas las que alimenten, operen y regenten el sistema de información sobre Zonas Francas Industriales, luego está un grupo que representa el 20% de las opiniones que se pronuncia a favor de CEPROBOL, 16% que administren el sistema CADEX e IDEA respectivamente.

**Gráfico N° 20**  
**Administración del sistema de información**



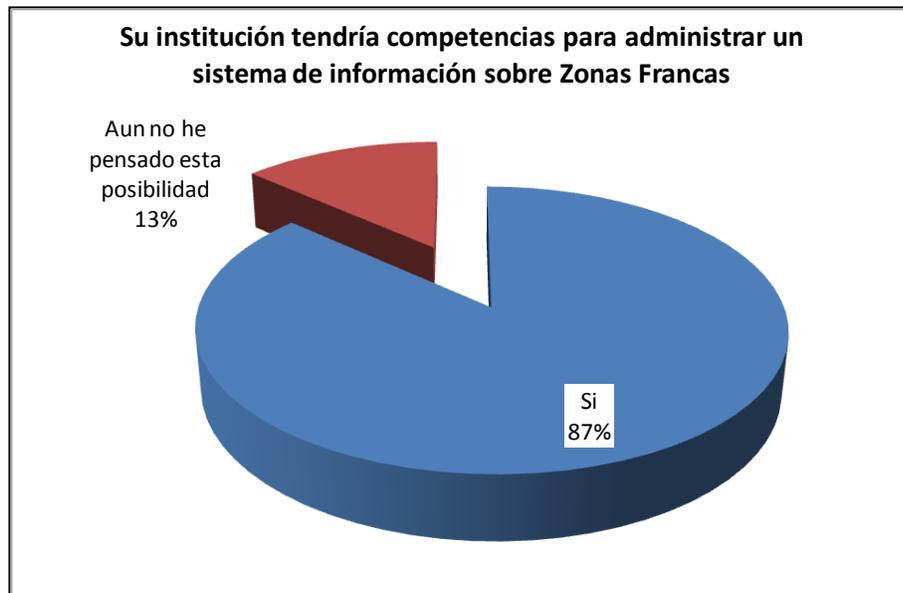
Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 20.

En el Gráfico N° 20, las instituciones se pronuncian mediante el 20% de opiniones respectivamente a favor de que sean CEPROBOL, CADEX, IDEA y las administradoras de las Zonas las que manejen este sistema.

Como se observa, de las opiniones de las empresas y las instituciones, se puede inferir que algunas de las administradoras de las Zonas Francas, CEPROBOL, CADEX o IDEA podrían administrar este sistema.

**Gráfico N° 21**

**Participación empresarial en el sistema de información**

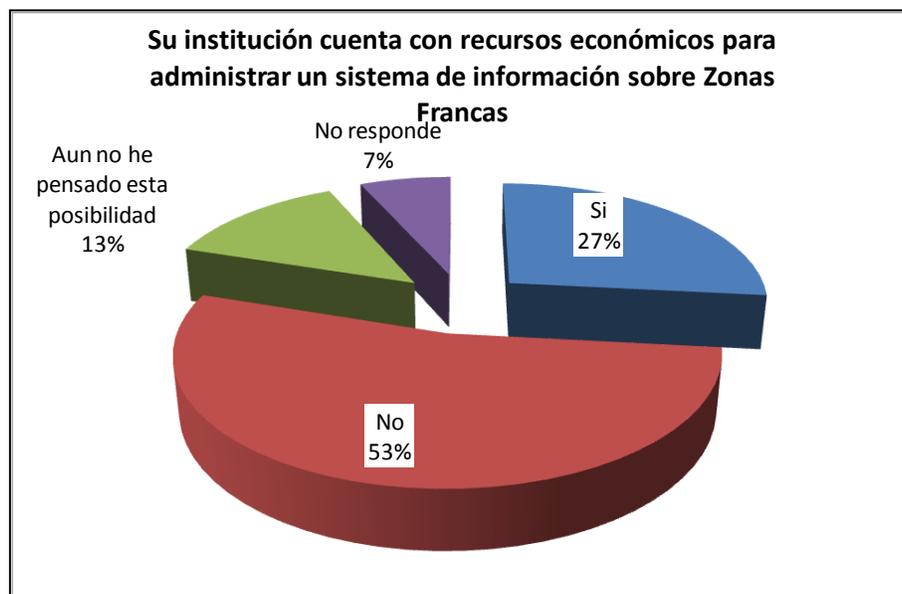


Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 13.

En el Gráfico N° 21 se observa el 87% de las mismas instituciones se declaran aptas para administrar el sistema de información sobre Zonas Francas, mientras que el 13% aún no han pensado en esta situación.

**Gráfico N° 22**

**Recursos económicos para administrar un sistema de información**

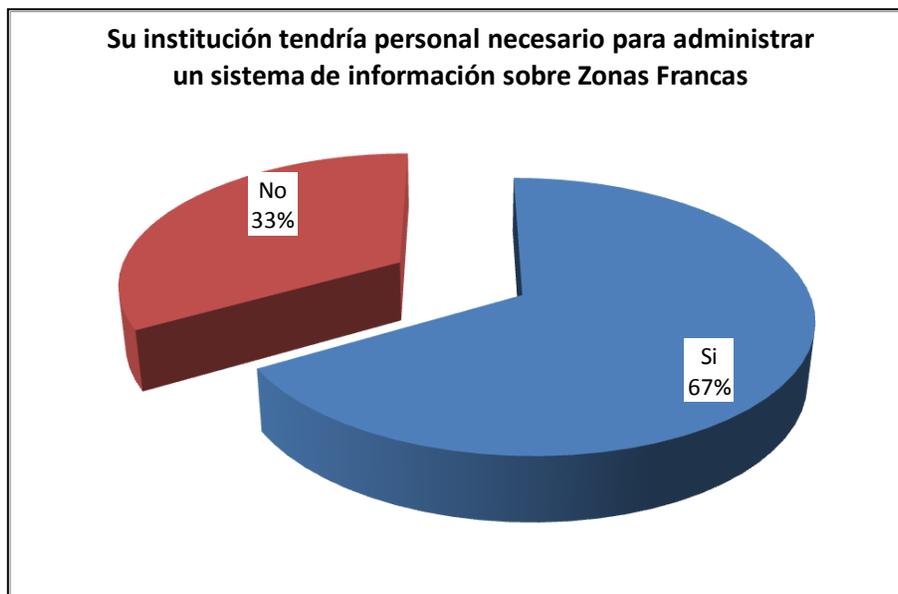


Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 14.

En el Gráfico N° 22 se muestra que el 53% de las instituciones relacionadas con los regímenes aduaneros especiales no cuentan con recursos económicos propios para administrar este sistema de información, mientras que el 27% si tiene este tipo de recursos. Luego, el 13% no cuenta con información al respecto por cuanto no han consultado esta eventualidad. El 7% no responde.

En el caso de que funcione el sistema de información sobre Zonas Francas, evidentemente este tendría un costo de producción y de funcionamiento, aspecto que debería ser resuelto entre las instituciones que lo administrarían y los usuarios, sin descartar la posibilidad de que alguna de las entidades de promoción de las exportaciones pueda cubrir estos costos.

**Gráfico N° 23**  
**Personal para administrar sistema de información**

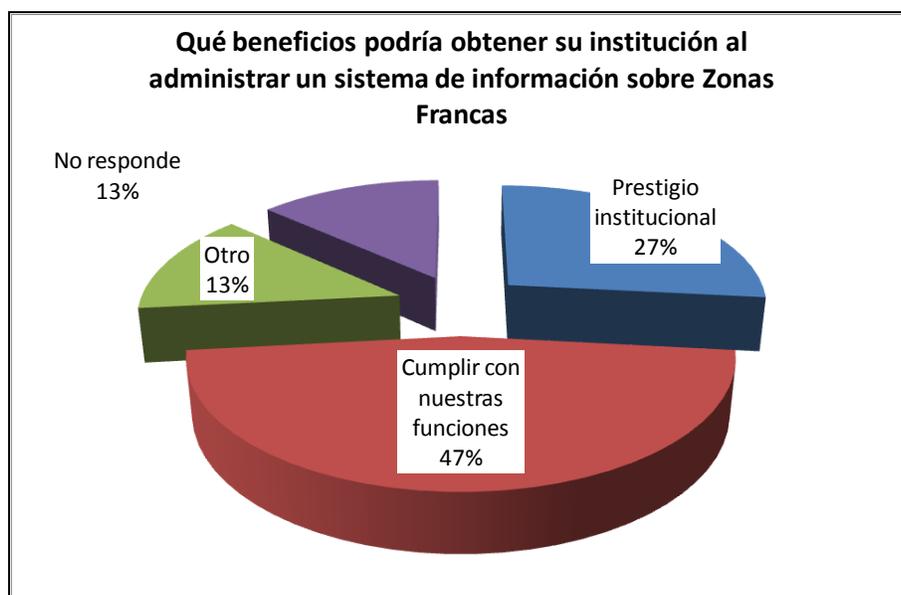


Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 15.

En el Gráfico N° 23 se registran las opiniones de las instituciones respecto a si tienen personal para administrar este tipo de sistemas, afirmando el 67% esta situación, mientras que el 33% de las instituciones no tendría el personal técnico (informáticos e ingenieros en sistemas) en el actual momento.

Cabe resaltar que un sistema de información requiere de personal técnico para hacerlo funcionar, así como de expertos en Zonas Francas, de manera que la conjunción de ambos conocimientos dan por resultado este producto, que es, por su ingeniería, altamente especializado.

**Gráfico N° 24**  
**Beneficios de la administración**



Fuente: Encuesta a Instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas. 2013. Pregunta 16.

En el Gráfico N° 24 se observa que para el 47% de las instituciones, el administrar el sistema de información sobre Zonas Francas Industriales sería parte de sus funciones, para el 27% esta administración no se encuentra entre sus funciones pero le conferiría un prestigio institucional adicional, finalmente, para el 13% le reporta otro tipo de beneficios o prefiere no responder, respectivamente.

En todo caso, y dadas las respuestas de las instituciones, no se observa un rechazo ni una incompatibilidad entre las funciones de las instituciones y la posibilidad de que estas puedan administrar el sistema de información sobre Zonas Francas Industriales.

### **6.8.1 Soporte institucional para un sistema de información sobre Zonas Francas para ejecutivos (SIZFE)**

Son varias las instituciones que podrían monitorear el Sistema de Información sobre Zonas Francas para Ejecutivos (SIZFE), tanto del sector público como del privado. Cuando se dice monitorear se hace referencia, no sólo a la administración física del sistema (mediante un programa o software), que luego podría utilizar el Internet para conectar a los usuarios, sino también a su alimentación, mediante la introducción de información actualizada sobre el tema. A nivel público y privado, existen varias instituciones aptas para este cometido, como se muestra en el Anexo N° 2.

Son 20 instituciones públicas o privadas que pueden difundir las ventajas de las Zonas Francas y alimentar con datos al Sistema de Información sobre Zonas Francas, de manera que el sector industrial pueda acceder a dichos datos y tomar las decisiones más pertinentes para cada caso.

### **6.8.2 Factores del éxito de un sistema de información sobre zonas francas para ejecutivos (SIZFE)**

Para tener éxito un Sistema de Información sobre Zonas Francas para Ejecutivos (SIZFE) es necesario que cumpla con los siguientes factores: el objetivo fundamental de este sistema es permitir el monitoreo y seguimiento por parte del ejecutivo de los factores crítico del éxito del negocio; para que se vea bien debe de estar orientado al uso gráfico de la pantalla; que sea relevante dar a los ejecutivo acceso a los datos que se importante a la organización y se necesita tiempo de respuesta corta sino los ejecutivo dirán que están perdiendo su tiempo.

Como se observa, el éxito de un Sistema de Información sobre Zonas Francas para Ejecutivos (SIZFE) radica en la forma como es presentada la información en pantalla, que como se sabe, no sólo se reduce a la existencia de textos de manera directa, sino al uso de títulos, ficheros, archivos por temas, fechas, etc.; siendo también substancial la rapidez del sistema y la capacidad para buscar y acceder a las informaciones sensibles.

Las principales mejoras que pueden lograrse al utilizar este tipo de sistema son:

- Cambio en el método de recopilación de información permitiendo que la dirección general no se involucre en la obtención de los datos.
- Ejecutivo con información clara de las capacidades y limitaciones de las Zonas Francas.
- La capacidad del personal que labora en el departamento es trascendental para el éxito, la tecnología apropiada de la selección del hardware y software debe corresponder a la demanda tecnológica.

El Sistema de Información sobre Zonas Francas para Ejecutivos (SIZFE) debe ser un esfuerzo de toda la empresa, de manera que su implementación, sobre algún tema relevante del comercio internacional, le permita cierta ventaja competitiva al sector o a la empresa.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

El objetivo general del trabajo fue determinar si la información de la Zona Franca Industrial de la ciudad de El Alto llega a los empresarios y promueve una toma de decisiones favorables al perfeccionamiento activo de sus bienes en dichos establecimientos.

El objetivo general fue cumplido y se evidenció que la información de la Zona Franca Industrial llega a los empresarios, sin embargo, dadas las limitaciones de dicha información (ausencia de un sistema de información empresarial), la misma no promueve la toma de decisiones favorables al perfeccionamiento activo de sus bienes en dichos establecimientos.

En general, el aporte del estudio consiste en la sistematización de conocimientos acerca de cómo se transmite toda la información relativa a la Zona Franca Industrial (ZFI) de la ciudad de El Alto a los empresarios interesados y potenciales clientes. La contribución que el trabajo supone, al campo de la ciencia administrativa, es importante para estimular la producción industrial y su comercialización de Bolivia hacia el mundo a través de un sistema de información empresarial acerca de las ventajas de la ZFI.

Una Zona Franca Industrial otorga posibilidades favorables a nivel tributario y aduanero, así está establecido en las normas vigentes, pero también otorga posibilidades de espacio físico, transporte, acceso a energía y comercialización que muchas empresas no encuentran en espacios urbanos en la ciudad de La

Paz. Muchas empresas no se acogen a estas ventajas porque no reciben la información oportuna al respecto, y por lo tanto no pueden tomar decisiones al respecto.

Entre los objetivos específicos de la investigación, se analizó la información y el sistema que se utiliza para promocionar las ventajas que la Zona Franca Industrial hacia los empresarios; se estableció el uso de los conocimientos sobre la Zona Franca Industrial que utilizan los empresarios; se determinó las condiciones materiales y empresariales para el uso de las ventajas de la Zona Franca Industrial y se definió las características que debería tener un sistema de información empresarial acerca de la Zona Franca Industrial que posibilite incrementar la competitividad empresarial y comercial.

La investigación, abordó el problema de si la información sobre las ventajas y desventajas de la Zona Franca Industrial de la ciudad de El Alto llega a los empresarios: el 56.81 % de los empresarios, grandes y medianos (25 de 49 personas consultadas), de las ciudades de El Alto y La Paz están informados acerca de lo que es una Zona Franca; también, el 67% pudo afirmar que una Zona Franca es un régimen aduanero especial; sin embargo, conocen que uno de los varios atributos propios de una Zona Franca es la generación de valor agregado (64% de las respuestas). De manera comparativa, las instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de Zonas Francas tienen una visión más equilibrada acerca de estos atributos y mencionan empleo sostenible, capacitación permanente y desarrollo de tecnología.

Las empresas ubicadas en una Zona Franca Industrial valoran contar con un mayor relacionamiento con otros mercados, una mejor promoción de sus productos, captación de tecnología e incremento de utilidades.

En cuanto al tipo de incidencia del uso del conocimiento umbral, hay dudas acerca del mal uso de las oportunidades al mismo tiempo que los empresarios no tienen información sensible sobre los siguientes aspectos: compromisos con la administración de la misma Zona Franca, limitaciones en ingreso a la zona, limitaciones de horarios y costos no explícitos.

Las condiciones materiales para el uso de las ventajas de las Zonas Francas deben considerar la evaluación de la capacidad productiva empresarial; identificar la existencia de liquidez, evaluar la existencia de condiciones integrales para trasladarse a la Zona Franca Industrial y predisposición institucional.

Por otra parte, la investigación permitió conocer que un sistema de información para empresarios industriales, sobre Zonas Francas debería contener, entre otra información general, la siguiente: normativa, ventajas tributarias y convenios internacionales que el país ha suscrito con otros países.

Los datos del estudio señalan que el sistema de información debería estar dirigido principalmente a empresarios y gerentes de empresa, también a personal técnico de las empresas.

Considerando el soporte institucional para un sistema de información sobre Zonas Francas para ejecutivos (SIZFE), no sólo se reduce a la existencia de textos de manera directa, sino al uso de títulos, ficheros, archivos por temas, fechas, etc.; siendo también substancial la rapidez del sistema y la capacidad para buscar y acceder a las informaciones sensibles.

Según los datos recogidos por el estudio, son varias las instituciones que podrían monitorear el Sistema de Información sobre Zonas Francas para Ejecutivos

(SIZFE), tanto del sector público como del privado. Cuando se dice monitorear se hace referencia, no sólo a la administración física del sistema (mediante un programa o software), que luego podría utilizar el Internet para conectar a los usuarios, sino también a su alimentación, mediante la introducción de información actualizada sobre el tema. A nivel público y privado, existen varias instituciones aptas para este cometido.

Con toda la información expuesta, la investigación dio respuesta a la pregunta de investigación y cumplió con los objetivos propuestos.

## **7.2 Recomendaciones**

Las Zonas Francas tienen un enorme potencial para fomentar las capacidades productivas y de comercialización del sector privado que debe ser potenciado desde aportes precisos. La principal recomendación se orienta a que otros investigadores puedan realizar estudios complementarios para establecer un sistema de información moderno sobre el conjunto de las Zonas Francas que existen en el país, tanto comerciales e Industriales, más allá de la comercialización de vehículos automotores que es el actual rubro que ocupa la mayor cantidad de empresas instaladas en estas áreas, de manera de dinamizar la industria y el comercio nacional.

Deben aprovecharse los conocimientos que existen acerca de los sistemas de información para ejecutivos, considerando los avances de recursos informáticos a los que acceden las personas ejecutivas de las empresas hoy en día, de manera que todo empresario en el país pueda acceder a la información de manera oportuna, ya sea a través del internet, los CD's e incluso las aplicaciones para celulares, de manera de motivar a los gerentes para dar el paso siguiente.

Se recomienda que la investigación se difunda entre las personas encargadas de la administración de las Zonas Francas y reparticiones estatales relacionadas con el tema del comercio, para que asuman acciones de promoción de estos regímenes aduaneros y aporten a una mejora de la producción nacional.

## Bibliografía utilizada

- ANA Lidia. Los Sistemas de Información. Consultado en Noviembre, 21, 2013 en <http://members.fortunecity.com/analidia/lidia.htm>.
- CASTAÑEDA, Ismael. Análisis y Diseño de Sistemas. Instituto Tecnológico Superior de San Andrés Tuxtla. México. 2002.
- CHANG-RODRÍGUEZ, E. (2007). Latinoamérica: su civilización y cultura. México: Cengage Learning Editores.
- FERNÁNDEZ, Abarca. Taller de Investigación Elaboración y Asesoría de Tesis. CICA. Arequipa. 1981.
- GOBIERNO DE BOLIVIA. Decreto Supremo N° 27944 de 20 de diciembre de 2004.
- GONZÁLEZ, Lidia. Sistema de información para ejecutivos (SIE). Serie: El bosque obliga a refugiarse en un árbol. Editorial: Integral Service. Bogotá. 2001.
- IBARRA PARDO, Martín Gustavo y BARBOSA MARIÑO, Juan David. Diseño de mecanismos legales sobre Zonas Francas de conformidad con las regulaciones de la OMC. Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos. República Dominicana. 2005.

- INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IIIA).  
Sistemas de Soporte a las Decisiones.  
<http://www.iiia.csic.es/udt/es/artificialintelligence/sistemas-soporte-decisiones>
- INE. Encuesta de la Industria Manufacturera. Base de Datos período 1995-2011.
- PERALTA, Manuel. Evolución del Sistema de Información. Ediciones Congreso. República Dominicana. 1999.
- Periódico Los Tiempos, Página A-3 del 27 de julio de 2005. Cochabamba.
- PUJOL B., Bruno. Diccionario de Comercio Exterior. Cultural S.S. España. 2000.
- RED ESCOLAR RENA. Ministerio del Poder Popular para Educación Universitaria, Ciencia y Tecnología. Caracas. 2013.
- REPÚBLICA DE BOLIVIA, Decreto Supremo N° 21060 de 29 agosto de 1985.
- RODRÍGUEZ ÁLVAREZ, Gary Antonio. Apertura Económica y Exportaciones en Bolivia: El Papel del Estado (1980-2003). SECO-IBCE. La Paz. 2004.

- SÁNCHEZ SOLIZ Daniel. La inversión privada e importancia de las zonas francas, urgen cambios. Revista Informativa Año 1. No 1. 2005.
- SINNEXUS. Sistemas de Información Ejecutiva (EIS). [http://www.sinnexus.com/business\\_intelligence/sistemas\\_informacion\\_ejecutiva.aspx](http://www.sinnexus.com/business_intelligence/sistemas_informacion_ejecutiva.aspx). 2015.
- UDAPE e INE basado en estudio de INE sobre Micro empresas, 1985. La Paz. 1987.
- UDAPE-INE. Pobreza y desigualdad en municipios de Bolivia. Tercera edición. La Paz, 2006.
- UDAPE. Sector Industrial Manufacturero 1990-2004. La Paz. 2005.
- UDAPE. Revista de Análisis Económico, Vol. 20. La Paz, Julio 2005.
- [www.exportebolivia.net/sde/camex.asp](http://www.exportebolivia.net/sde/camex.asp) - 37k, 28 de noviembre de 2014.

## Anexos

### Anexo N° 1

#### Encuesta a medianos empresarios industriales no tradicionales de la ciudad de El Alto y La Paz

1. ¿Tiene información acerca de lo que es una Zona Franca?

- |    |                        |                      |
|----|------------------------|----------------------|
| a) | Si, concreta y detalla | <input type="text"/> |
| b) | Si, muy general        | <input type="text"/> |
| c) | No, sola una idea      | <input type="text"/> |
| d) | Ninguna                | <input type="text"/> |

En caso de que su respuesta sea d) Ninguna, favor de suspender las respuestas, pues la encuesta ha terminado. Gracias.

2. ¿Puede afirmar que una Zona Franca es un régimen aduanero especial?

- |    |             |                      |
|----|-------------|----------------------|
| a) | Si          | <input type="text"/> |
| b) | No          | <input type="text"/> |
| c) | No responde | <input type="text"/> |

3. De la siguiente lista marque algunos atributos propios de una Zona Franca

- |    |                              |                      |
|----|------------------------------|----------------------|
| a) | Empleo sostenible            | <input type="text"/> |
| b) | Capacitación permanente      | <input type="text"/> |
| c) | Desarrollo de tecnología     | <input type="text"/> |
| d) | Generación de valor agregado | <input type="text"/> |

4. De la siguiente lista marque algunas mejoras empresariales propios de una empresa ubicada en una Zona Franca

- a) Mayor relacionamiento con otros mercados
- b) Mejor promoción de sus productos
- c) Captación de tecnología
- d) Incremento de utilidades

5. Usted considera que dentro de una Zona Franca se desarrollan las siguientes políticas:

- a) Fomento industrial
- b) Permanencia indefinida de mercancías   
Sujetas a régimen especial
- c) Mercaderías sin control habitual de la   
Aduana Nacional
- d) Créditos de fomento a bajos intereses

6. Puede señalar otras características de una Zona Franca Industrial

7. Puede señalar las características de una Zona Franca Comercial

8. Qué aspectos de una Zona Franca Industrial o Comercial no conoce

9. ¿Sabe usted las ventajas a nivel tributario que tienen las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

10. ¿Usted conoce las ventajas a nivel aduanero que tienen las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

11. ¿Está informado sobre las ventajas a nivel laboral que tienen las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

12. ¿Usted conoce las ventajas a nivel de preferencias en los acuerdos comerciales internacionales que tienen las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

13. ¿La información general que tiene acerca de las Zonas Francas le permitió acercarse a la misma a indagar datos más precisos sobre su funcionamiento?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

14. ¿Comento al personal de su empresa alguna vez la posibilidad de participar en las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

15. ¿La capacidad productiva de su empresa le permite pensar en trasladarse o abrir una sucursal en una Zona Franca?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

16. ¿En caso de tomar la decisión de trasladarse o abrir una sucursal en una Zona Franca cuenta con la liquidez necesaria para ello?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

17. ¿La capacidad tecnológica de su empresa le permite pensar en trasladarse o abrir una sucursal en una Zona Franca?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

18. ¿En caso de no tener liquidez, pensaría en endeudarse para garantizar esta decisión?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

19. ¿Cree que las ventajas de las Zonas Francas son insuficientes frente a los costos que tendría trasladarse a estos espacios industriales?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

20. ¿La forma como su empresa toma decisiones le permitiría asumir rápidamente el reto de trasladarse o abrir una sucursal en una Zona Franca?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

21. ¿Su empresa asume riesgos cuando se le presenta una ventaja o grupo de ventajas a nivel tributario, arancelario, etc.?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

22. ¿Su empresa asumiría los riesgos emergentes de beneficiarse de las ventajas de las Zonas Francas de manera inmediata?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

23. ¿Su empresa asume riesgos cuando se le presenta una ventaja que va a significar mejorar su imagen corporativa asociada a mejorar sus ingresos?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

24. ¿Qué problemas para su empresa representaría acogerse al régimen de Zonas Francas?

25. ¿Conoce alguna empresa, ya sea industrial o comercial que obtiene beneficios y ventajas al estar dentro del régimen de Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

26. Un sistema de información para empresarios industriales, sobre Zonas Francas debería contener la siguiente información:

- a) Datos generales de las Zonas Francas
- b) Información detalla de las ventajas competitivas
- c) Explicación sólo de las ventajas tributarias
- d) Otras

27. ¿Qué institución debería administrar este sistema de información?

- a) CADEX
- b) Ministerio de Desarrollo Económico encargado de Producción y Microempresas
- c) CEPROBOL
- d) IBNORCA
- e) Administradoras de Zonas Francas
- f) IDEA
- g) Otro

28. Dicho sistema de información debería estar dirigido principalmente a

- a) Empresarios y gerentes de empresa
- b) Personal técnico de las empresas
- c) Público en general
- d) Otro

29. Dicho sistema de información debería estar difundirse por:

- a) CD´s interactivos
- b) Portal en Internet
- c) Sistema Intranet
- d) Otro

## Anexo N° 2

### Encuesta a instituciones pertinentes para el manejo de información acerca de zonas Francas

1. ¿Su institución tiene información acerca de lo que es una Zona Franca?

- a) Si, concreta y detalla
- b) Si, muy general
- c) No, sola una idea
- d) Ninguna

2. ¿Puede afirmar que una Zona Franca es un régimen aduanero especial?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

3. De la siguiente lista marque algunos atributos propios de una Zona Franca

- a) Empleo sostenible
- b) Capacitación permanente
- c) Desarrollo de tecnología
- d) Generación de valor agregado

4. De la siguiente lista marque algunas mejoras empresariales propios de una empresa ubicada en una Zona Franca

- a) Mayor relacionamiento con otros mercados
- b) Mejor promoción de sus productos
- c) Captación de tecnología
- d) Incremento de utilidades

5. Usted considera que dentro de una Zona Franca se desarrollan las siguientes políticas

- |    |                                      |                      |
|----|--------------------------------------|----------------------|
| a) | Empleo sostenible                    | <input type="text"/> |
| b) | Capacitación permanente              | <input type="text"/> |
| c) | Captación y desarrollo de tecnología | <input type="text"/> |
| d) | Generación de valor agregado         | <input type="text"/> |

6. Puede señalar otras características de una Zona Franca Industrial

7. Puede señalar las características de una Zona Franca Comercial

8. Qué aspectos de una Zona Franca Industrial o Comercial no tiene información su institución

9. ¿Su institución tiene un balance de las ventajas a nivel tributario que tienen las Zonas Francas?

- |    |             |                      |
|----|-------------|----------------------|
| a) | Si          | <input type="text"/> |
| b) | No          | <input type="text"/> |
| c) | No responde | <input type="text"/> |

10. ¿Su institución tiene un balance de las ventajas a nivel aduanero que tienen las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

11. ¿Su institución tiene un balance de las ventajas a nivel laboral que tienen las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

12. ¿Su institución tiene un balance de las ventajas a nivel de preferencias en los acuerdos comerciales internacionales que tienen las Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) No responde

13. ¿Su institución tendría competencias para administrar un sistema de información sobre Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

14. ¿Su institución cuenta con recursos económicos para administrar un sistema de información sobre Zonas Francas?

- a) Si

- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

15. ¿Su institución tendría personal necesario para administrar un sistema de información sobre Zonas Francas?

- a) Si
- b) No
- c) Aun no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

16. ¿Qué beneficios podría obtener su institución al administrar un sistema de información sobre Zonas Francas?

- a) Prestigio institucional
- b) Cumplir con nuestras funciones
- c) Otro
- d) No responde

17. ¿Cree que las empresas desconocen las ventajas de las Zonas Francas y por ello no se trasladan a estos espacios industriales?

- a) Si
- b) No
- c) Aún no he pensado esta posibilidad
- d) No responde

18. ¿Qué aspectos cree su institución que influyen para que las empresas industriales no utilicen la infraestructura de las Zonas Francas?

19. Un sistema de información para empresarios industriales, sobre Zonas Francas debería contener la siguiente información:

- a) Datos generales de las Zonas Francas
- b) Información detalla de las ventajas competitivas
- c) Explicación sólo de las ventajas tributarias
- d) Otras

20. ¿Qué institución debería administrar este sistema de información?

- a) CADEX
- b) Ministerio de Desarrollo Económico encargado de Producción y Microempresas
- c) CEPROBOL
- d) IBNORCA
- e) Administradoras de Zonas Francas
- f) IDEA
- g) Otro

21. Dicho sistema de información debería estar dirigido principalmente a

- a) Empresarios y gerentes de empresa
- b) Personal técnico de las empresas
- c) Público en general
- d) Otro

22. Dicho sistema de información debería estar difundirse por:

- a) CD´s interactivos
- b) Portal en Internet
- c) Sistema Intranet
- d) Otro



### Anexo N° 3

#### Detalle de las 74 empresas industriales (grandes y medianas) que se encuentran asentadas en la ciudad de El Alto

N	Razón Social	Gerente	Dirección De Planta	Teléfonos
1	Aguas Del Illimani S.A.	Antoine Kuhn	Alto Lima Camino A Zongo	221 0295 Al 98
2	America Textil S.A. "Ametex"	Marcos Iberkleid	KM 8 Camino A Viacha Av. Estructurante	2219595-2215154
3	Corporación Boliviana De Bebidas S.A.	Guido Ochoa Solanos	Av. Panamericana S/N	2860133-2860135
4	Curtiembre Andina Ltda.	Ng. Roberto MustafaSchnor	Av. Rafael Pabon Nro. 6 Vila Tunari El Alto	2421819
5	Droguería "Inti" S.A.	Dr.Dieter Schilling Kriete	Carretera A Viacha Km. 17 Villa Soliviar	2408282 - 2220200
6	Embotelladoras Bolivianas Unidas S.A.	Orlando J. Piro Borquez	Av. Panamericana S/N - Rio Seco El Alto	2785278
7	Empresa Ferroviaria Andina S.A.	Eduardo Maclean Abaroa	Final Ingavi Nro.100	2418483
8	General Industrial & Trading S.A-G.I.T.	Luis Balanza Vacaflor	Carretera A Oruro Zona Franca	2851952-2851953
9	Hilanderías Bolivianas "Hilbo" S.A.	Ng. Rene Meier	Carretera A Oruro Km. 17 El Alto	2852179-2852650
10	La Cascada S.A.	Angelina Torchio De Eid	Carretera A Viacha Km 5 Calle Los Cedros	2210171
11	La Papelera S.A.	Ng. Juan Carlos Arnez	Carretera A Viacha Km 3 1/2	283321 6- 2833600-2831 34;
12	Laboratorios "Vita" S.A.	Dr. Carlos Kieffer Herrada	Camino A Viacha Villa Bolívar D	2455770-2455888
13	Molino Andino S.A.	Ng. Freddy Hidalgo	Carretera Oruro Km. 17 Frente Zona Franca S/N Zona Franca	2358867-2350661
14	Pil Andina S.A.	Jorge Aliaga	Av. Juan Pablo liKm. 15 El Alto	2860011-2202881
15	Plasmar S.A.	Reynaldo Morales	Juan Pablo liEl Alto Rio Seco	2282819
16	Praxair Solivia S.R.L	Dr. Viktor De Los HerosAlvarez	Rio Seco Av. Luis Espinal Ex Tranca Nro. 10 Rio Seco	2440948 - 2440659
17	Sociedad Boliviana De Cemento S.A.	Lic. Armando Gumucio K.	Planta Viacha, Emisa, Warnes, El Puente	2406040
18	Sociedad Comercial Agropecuaria "Tusequis" Ltda.	Ng. Peter Bauer Kyllman	Av. 6 De Marzo S/N Senkata	2491008-2491003
19	Sociedad Industrial Y Comercial "La Francesa" Ltda.	Mario A. Yaffar De La Barra	Camino A Viacha	2221939-2221018
20	Calaminas Bolivianas "Calbol" Ltda.	Pedro Macario Riveros Quezada	Av. Chacaltaya S/N Alto Lima El Alto	2831662/81
21	Centro De Cooperativas "El Ceibo"	Abran Apaza	Av. Juan Pablo liNro. 2560	2841078-2841178

22	Centro De Procesamiento De Plásticos "Centerplast"	Ng. José RomuloAsbunGuzman	Carretera A Viacha	2441875-2441014
23	Cerámica Santinis.A.	Ng. Omar Vargas	Carretera A Viacha Km.25	2453301
24	Compañía Administradora De Empresas Solivia S.A.	Marco Antonio Gonzales	Zona El Alto	2354355-2222200-235547c
25	Curtiembre Unicuero S.R.L	JaeSung Kim Bae	Urb. Pucarani Manz. 2 Nro. 220 Carretera A Oruro	2850106-2850539
26	Fabrica La Estrella S.R.L.	Lic. Nicolás Peña Días Romero	SenkataDetras Zona Franca	2459966-2850851
27	Fabrica Metal Mecánica Famac Ltda.	Igor ArnouldKarpovics Casanovas	Intermaco Km4 Carretera A Oruro El Alto	2424714-2424464
28	Fábrica Nacional De Gomas	SmaelSepulveda Molina	Alihuata Nro. 1065 Camino A Viacha Puente	2851472-2853250
29	Faderpa Ltda.	Ing. Roberto Sánchez Archondo	Carreteraaoruro Km3s/N Vila Bolívar El Alto	2825349-2823225-2825345
30	Global Industries S.A.	Jorge ArtegaWeill	Av. Panorámica Nro.100	2851078-2850778
31	Industria Boliviana De Sacos Ltda.	Lic. Pedro Macario Riveros Quezada	Carretera A Viacha (DetrasAlmapaz)- Villa Bolívar	2831662/81
32	Industria De Alimentos Inal Ltda.	Samuel BrofmanStudentis	Carretera A Viacha Km.8 S/N Villa Concepción El Alto	2852210-2852287
33	Industrias De Cerámica Paz Ltda.	Luis Paz Rojas	Carretera A Viacha Km. 27 Viliroco	2200020
34	Industrias De Cuero Bonanza XxiLtda.	Dr.Ramiro Aguirre Y Lic.FernandoTof	Urb. 24 De Diciembre Mzno. A Villa Adela	2880074
35	Korigoma Ltda.	Rodolfo PoepselBallivian	Carretera A Oruro Km 17 C.Inka Nro. 100 Pucarani Industrial - El	2451454-2852020
36	La Precisa Ltda.	Ing.Edgar Maldonado Bellido	Calle Nro.105 Esq. Calle Nro. 107	2221807-2141965
37	Matriplast S.A.	Javier Alcoreza Melgarejo	Av. Nr0.5 Zona Rio Seco Av. Mejillones Nro. 100	2860019-2120521-211441'
38	Novara S.R.L.	Lic. Leonardo HandalJauregui	Calle Lisboa Nro. 888 Zona Los Andes	2784995-2784905
39	Pan Cris S.R.L.	José ChainSabaj	Calle 103 Nro. 50	2822255
40	Plástica 2000 S.R.L.	David Salas Cañedo	Av. 6 De Marzo Nr0.500	2852837
41	Sociedad De Alimentos Procesados Santiago S.R.L.	Godefrido Gerardo Cárdenas Sanchí	Av. Jaime Mendoza Nro.1574 Charapaqui-El Alto	2832636-2832928
42	Sociedad Industrial Taunus S.A.	Jorge Saunero	Av. Independencia Nro.200 - Rosaspampa	2852054-2850206
43	Sol-Plasts.R.L	Juan Claudio Lechín W.	C. Jacinto Yaffar Nro.222 Cam. Viacha 2 Cuad Cruce V. Adela	2852315-2852559
44	Tecnoplastica Oriental Limitada	Ing. Franklin Antezana	El Alto Carretera A Laja Nro. 1000	2460630 - 2460646
45	A Todo Volumen Oros Loup Javier	Lic. Javier Douglas Oros Loup	Carretera A Viacha Tres	2416121

	Douglas		Cuadras Antes C.V. Adela S/N	
46	Arando Industrial Y Comercial (Solivia) S.A.	Germán ZuazoChavez/Horacio Román	Av. America (Camino A Viacha) El Alto S/N Villa Bolívar "D	2832576-46283251947
47	Boliplast Ltda.	Moisés Winnerd.	Calle Union Nro. 95 El Alto Villa Bolívar A	2831719-2831831
48	Cerámicas Walter Inkatpacha	Walter Melendrez Quiso	Villa Bolívar C C1 De Villa San Pedro Nro.5123	2832359
49	Comercio E Industria De Manufacturas De Acero Gisbert	Cesar Róñalo Gisbert Miranda	El Alto Carretera A Oruro	2811749-2810076
50	Compañía De Alimentos Ltda.	Ing.Felipe Vera Loza	Camino A Viacha Av. Abrojo Nro.5100	2500700-2500701
51	Compañía De Productos De Camélidos S.A. (Coproca S.A.)	Luis Ticona Mamani	Av. Puerto De Ilo Nro.10	2852040
52	Embotelladora "America" S.R.L.	Ing. Óscar Vilela Sánchez	Tellez Ross Nro. 500 Villa Bolívar "A"	2823030-2823020
53	Ensambladura De Vehículos Motorizados Unisia Ltda.	Luis LluscoVillca	Av.Juan Pablo Segundo Nro.10	2862299
54	Escala Design S.R.L.	Gonzalo Quisbert	Villa Santiago Primero Av.2 Nro.772	2440828
55	Fabrica Tejidos "Yuan Tung" S.R.L.	Sr. Marcelino Rodríguez Maita	Carretera La Paz La Paz - Viacha Km7 Calle Tomas Nro. 1036	2307923 - 2852446
56	Gav Sport	Jaime Ángel Díaz Soliz	José Chacón Calle Nro. 100 Ballivian	2406640-2409559
57	Ilumibol	Alejandro Maldonado Lozano	Calle 2 Nro. 2710 Tilata (Viacha)	2807315
58	Inacorme Sociedad Ramirez Ltda.	Rosa Ramírez Ch.	Av. Tiahuanacu Nro. 100 Ceja El Alto	2810046-2811465
59	Industria Nacional De Cierres Automáticos "Inca" Ltda.	Miguel Jacobo NemerChain	Carretera A Viacha Nro.400	2407065
60	Industria Química Utanapu "Fabrica Ceras Tigre"	Modesto Mollo Laura	Calle Ayata 4871	2452327
61	Industrias Marín S.R.L. "Indumar"	Diego Marín Naeter	C. Ibáñez Nro.450 Rosas Pampa	2423461-2423604
62	Industrias Fatimí	Ing. David Duran Torrez	Arioca Nro. 100 Rosas Pampa El Alto	2814875-2814488
63	Inquidor S.R.L. Industrias Químicas Del Oriente	Daniel Eduardo Sánchez Soliz	Carr. Viacha Esq. Muñecas Nro. 100	2433306
64	Metal Mecánica Hersan S.R.L.	Rubén Darío Santos Arauco	Tarapaca Nro. 120 Santiago I El Alto	2820725
65	Packplast S.R.L.	Cristian Roberto	C. Tgral. Germán Busch Y	2286028

		ReznicekFalkenste	Tupac Katari S/N	
66	Panadería Ramírez De Federico Tijo Ramírez	Federico Tijo Ramírez	Calle San Cristóbal Nro. 2124 - Villa Exaltación	70592322
67	Panificadora El Pan Casero	Gerónimo Choque Apaza	C. Juan Vela De Cordova Nro. 25 El Alto	2832169
68	Panificadora La Exquisita De Roberto C. Bustillos	Roberto C. Bustillos	Calle Cárdenas Nro. 1315 Villa Concepción	7748897
69	Pullman Industria Y Comercio S.R.L.	Dr. Arturo Parrado Herrera	Av. Busch Nro. 2 Bolívar "E" El Alto	2423074
70	Rectificadora Rodríguez	Arturo Vicente Rodríguez Torrico	Calle Tellez Ross Nro. 120 Villa Bolívar "A" El Alto	2820315
71	Sami S.R.L.	Lic. Olga Brígida Espinoza Murga	C. Garcilazo De La Vega E Inca Roca Nro.25	2494858-71546901
72	Somilk S.R.L.	Juan Carlos Blanco Quintanilla	Calle 104 Nro.310 Villa Bolívar "D"	2823343-2406861
73	Talleres De Servicios "Universal" Ramírez E Hijos Ltda.	Freddy Ramírez Chavarria	Av. Tiahuanacu Nro. 100 Ceja El Alto	2810046-2811465
74	Terologia Y Técnica S.A.	Rodrigo Soria Viscarra	Av. 2 Nro.34 (Lado Fabrica La Estrella)	2412239-2114835

Fuente: Cámara Nacional de Industria y Comercio. 2006.

## Anexo N° 4

### Instituciones Públicas y Privadas

NIVEL	NOMBRE
Ministerio	Ministerio de Desarrollo Económico
	Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto
	Ministerio de Hacienda
	Vice ministerio de Industria, Comercio y Exportaciones
	Vice ministerio de Relaciones Económicas Internacionales
Instituciones estatales	Prefecturas
	Municipios
	Aduna Nacional
	Servicio de Impuestos Internos
	SENASAG (Servicio Nacional de Seguridad Agrícola y Ganadería)
	CEPROBOL
	Consejo Nacional de Competitividad
	IBNORCA (Instituto Boliviano Nacional de Normas de Calidad)
	Administradoras de Zonas Francas
Instituciones privadas	Cámara de Despachantes de Aduana
	Cámara de exportadores
	Cámara de Industria y Comercio
	Confederación de Empresarios Privados
	Fundación Bolivia Exporta
	IDEA

Fuente: Elaboración propia, 2015.