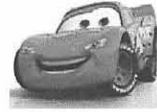


ÍNDICE GENERAL

	Págs.
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1 PROCESO CREATIVO	1
a) Lluvia de ideas	1
b) Evaluación y filtración de las ideas	2
c) Selección y evaluación del nombre de la empresa	2
1.2 ANTECEDENTES DEL PROYECTO	3
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	8
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	8
1.5 ALCANCES	9
CAPÍTULO II	
ESTUDIO DE MERCADO	
2.1 OBJETIVOS	10
2.2 DEFINICIÓN DEL SERVICIO	10
2.3 DETERMINACIÓN DEL MERCADO	12
2.3.1 Segmentación de mercado	12
2.4 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	14
2.4.1 Desarrollo del plan de investigación	14
2.4.1.1 Fuente y técnicas de información secundarias	15
2.4.1.2 Fuentes y técnicas de información primaria	15
2.4.1.2.1 Encuesta tipo	15
2.5 PLAN DE MUESTREO	17
2.5.1 Cálculos del tamaño muestral	17
2.5.2 Tipo de muestreo a utilizar	19
2.5.3 Plan de levantamiento de la información	20
2.5.4 Gastos totales del muestreo	22
2.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	22
2.6.1 Preferencias del cliente	23
2.6.2 Proyección de la demanda	28
2.6.2.1 Proyección de la demanda para el cambio de aceite	28
2.6.2.2 Proyección de la demanda para el lavado de Vehículos	29
2.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA	30
2.7.1 Análisis de la oferta para el cambio de aceite	32
2.7.2 Proyecciones de la oferta para el cambio de aceite	32
2.7.3 Análisis de la oferta para el lavado de vehículos	34
2.7.4 Proyecciones de la oferta para el lavado de vehículos	35



2.8	BALANCE OFERTA- DEMANDA	37
2.8.1	Balance oferta – demanda para el cambio de aceite	37
2.8.2	Balance oferta – demanda para el lavado de vehículos	38
2.8.3	Resultados de la oferta – demanda para los servicios a Ofrecer	39
2.9	ANÁLISIS DE PRECIOS	40
2.9.1	Precios para el cambio de aceite	40
2.9.2	Precios para el lavado de vehículos	40
2.10	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	40
2.11	CONCLUSIONES	41
CAPÍTULO III		
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO		
3.1	OBJETIVOS	42
3.2	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO	42
3.2.1	Factor mercado	42
3.2.1.1	Participación del mercado para el cambio de aceite	42
3.2.1.2	Participación del mercado para el lavado	43
3.2.2	Factor tecnología	44
3.2.3	Factor Insumos	44
3.2.3.1	Insumos para el cambio de aceite	44
3.2.3.2	Insumos para el lavado de vehículos	45
3.3	DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN	46
3.3.1	Determinación de la macrolocalización	46
3.3.2	Determinación de la microlocalización	47
3.4	CONCLUSIONES	51
CAPÍTULO IV		
ESTRATEGIA Y MARKETING		
4.1	OBJETIVOS	53
4.2	ESTRATEGIA Y MARKETING	53
4.3	PLAN ESTRATÉGICO	53
4.3.1	Direccionamiento estratégico	53
4.3.1.1	Misión	54
4.3.1.2	Visión	54
4.3.1.3	Objetivos	55
4.3.1.4	Valores corporativos	56
4.3.2	Análisis estratégico	56
4.3.2.1	Análisis del entorno externo	57



4.3.2.1.1 Matriz de E.F.E	57
4.3.2.2 Análisis del entorno interno	59
4.3.2.2.1 Matriz E.F.I	60
4.3.2.3 Matriz I.E	62
4.4 ANÁLISIS AMBIENTAL Y COMPETITIVO	64
4.4.1 Matriz F.O.D.A	64
4.5 ANÁLISIS DEL SECTOR INDUSTRIAL	66
4.5.1 Rivalidad entre competidores existentes	67
4.5.2 Amenazas de nuevos ingresos	67
4.5.3 Presión de productos sustitutos	68
4.5.4 Poder de negociación de los proveedores	69
4.5.5 Poder de negociación de los compradores	69
4.6 FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA GENÉRICA	70
4.6.1 Identificación de los factores claves de éxito	71
4.7 PLAN DE MARKETING	72
4.7.1 Objetivos	72
4.7.2 Estrategia de mercadotecnia	72
4.7.2.1 Estrategia de posicionamiento	73
4.8 MEZCLA DE MARKETING	74
4.8.1 Servicio	75
4.8.1.1 La parte visible	75
4.8.1.2 La parte invisible	76
4.8.2 Precio	77
4.8.3 Plaza	79
4.8.4 Promoción	80
4.8.4.1 Publicidad	80
4.8.4.2 Promoción de ventas	82
4.9 PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING	83
4.10 CONCLUSIONES	83

CAPÍTULO V

INGENIERÍA DEL PROYECTO

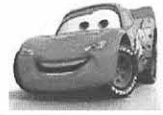
5.1 OBJETIVOS	85
5.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	85
5.3 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	86
5.3.1 Cambio de aceite	86
5.3.2 Lavado de vehículos	87
5.4 PROGRAMA DE CAPACIDAD DEL SERVICIO	89
5.4.1 Programa de capacidad para el cambio de aceite	89
5.4.2 Programa de capacidad para el lavado de vehículos	89



5.5 TERRENO E INFRAESTRUCTURA	90
5.5.1 Planos de las obras civiles	90
5.5.2 Obras civiles e instalaciones	91
5.6 CALENDARIO DEL SERVICIO	93
5.7 REQUERIMIENTOS	94
5.7.1 Requerimientos de activos fijos	94
5.7.2 Requerimiento de personal	97
5.7.3 Requerimiento de insumos	97
5.7.3.1 Insumos para el cambio de aceite	97
5.7.3.2 Insumos para lavado de vehículos	100
5.7.3.3 Productos para vehículos	100
5.7.3.4 Productos para el snack	101
5.7.3.5 Productos para los bocaditos	102
5.7.4 Requerimiento de materiales	103
5.7.5 Requerimiento de servicios	104
5.7.6 Requerimiento de ropa de trabajo	105
5.7.7 Requerimiento de publicidad	105
5.8 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN	106
5.9 CONCLUSIONES	106
CAPÍTULO VI	
ORGANIZACIÓN	
6.1 OBJETIVOS	108
6.2 ORGANIZACIÓN	108
6.3 ORGANIZACIÓN JUÍDICA DE LA EMPRESA	108
6.3.1 Tipo de organización	108
6.3.2 Razón Social	109
6.3.3 Impuestos	109
6.3.4 Socios	110
6.4 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA	110
6.4.1 Estructura organizacional	111
6.4.2 Organigrama	111
6.4.3 Manual de funciones	113
6.4.4 Reglamento interno administrativo	119
6.5 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	119
6.5.1 Reclutamiento del personal	119
6.5.2 Selección del personal	120
6.5.3 Contratación del personal	121
6.5.4 Capacitación de personal	122
6.5.5 Proceso de inducción	122



6.5.6 Motivación laboral	123
6.5.7 Sueldos y salarios	123
6.5.8 Horarios de trabajo	124
6.5.9 Condiciones de higiene y seguridad	125
6.7 CONCLUSIONES	126
CAPÍTULO VII	
INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	
7.1 OBJETIVOS	127
7.2 INVERSIONES	127
7.2.1 Inversión fija	127
7.2.1.1 Terreno	127
7.2.1.2 Obras civiles e instalaciones	127
7.2.1.3 Maquinaria y equipos	128
7.2.1.4 Herramientas	129
7.2.1.5 Muebles y enseres	130
7.2.1.6 Equipos de computación	130
7.2.2 Inversión diferida	131
7.2.2.1 Estudios e investigaciones	131
7.2.2.2 Gastos de organización	132
7.2.2.3 Publicidad	132
7.2.2.4 Imprevistos	133
7.2.2.5 Interés preoperativo	133
7.2.3 Capital de operaciones	133
7.2.3.1 Insumos principales	133
7.2.3.2 Materiales	136
7.2.3.3 Sueldos y salarios	136
7.2.3.4 Servicios necesarios	137
7.2.3.5 Ropa de trabajo	138
7.2.3.6 Caja	138
7.3 PLAN Y CRONOGRAMA DE INVERSIÓN	139
7.4 FINANCIAMIENTO	139
7.4.1 Financiamiento interno	139
7.4.2 Financiamiento externo	140
7.4.3 Estructura del financiamiento	140
7.4.4 Servicio a la deuda	141
7.5 CONCLUSIONES	141



CAPÍTULO VIII

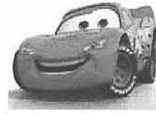
PRESUPUESTO DE INGRESO Y EGRESOS

8.1 OBJETIVOS	143
8.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS	143
8.2.1 Costos variables	143
8.2.1.1 Costos de los insumos	143
8.2.1.1.1 Insumos para el cambio de aceite a gasolina	143
8.2.1.1.2 Insumos para el cambio de aceite a diesel	146
8.2.1.1.3 Insumos para el lavado de vehículos	147
8.2.1.1.4 Productos para vehículos a gasolina	149
8.2.1.1.5 Productos para vehículos a diesel	150
8.2.1.1.6 Productos para el snack	151
8.2.1.1.7 Productos para los bocaditos	154
8.2.2 Costos fijos	155
8.2.2.1 Materiales	155
8.2.2.2 Sueldos y salarios	156
8.2.2.3 Servicios necesarios	157
8.2.2.4 Depreciación	157
8.2.2.5 Ropa de trabajo	158
8.2.2.6 Publicidad	159
8.2.2.7 Amortización activo diferido	159
8.2.2.8 Intereses	160
8.2.3 Costos proyectados	160
8.3 COSTO DEL SERVICIO	163
8.4 INGRESOS PROYECTADOS	165
8.5 ESTADO DE RESULTADOS	165
8.6 FUENTE Y USO DE FONDOS	166
8.7 CONCLUSIONES	167

CAPÍTULO IX

EVALUACIÓN ECONÓMICA

9.1 OBJETIVOS	169
9.2 INDICADORES ECONÓMICOS	169
9.2.1 Valor Actual Neto	169
9.2.2 Tasa Interna de Retorno	171
9.2.3 Rentabilidad	171
9.2.4 Tiempo de Recuperación del capital	172
9.3 APALANCAMIENTO FINANCIERO	173
9.3.1 Flujo de caja Financiero	173
9.3.2 Flujo de caja Económico	174



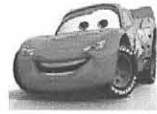
9.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	175
9.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	176
9.6 CONCLUSIONES	178
CAPÍTULO X	
CONCLUSIONES GENERALES	179
BIBLIOGRAFÍA Y SITIOS WEB	
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS

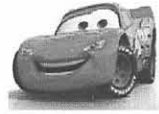
CUADRO 1.1 Lluvia de ideas	1
CUADRO 1.2 Evaluación y filtración de las ideas	2
CUADRO 1.3 Elección y evaluación del nombre de la empresa	2
CUADRO 2.1 Lista de lugares a encuestar	20
CUADRO 2.2 Demanda proyectada para el cambio de aceite	28
CUADRO 2.3 Demanda proyectada para el lavado de vehículos	29
CUADRO 2.4 Frecuencia de vehículos en las estaciones de servicios para el cambio de aceite	32
CUADRO 2.5 Oferta proyectada para el cambio de aceite	33
CUADRO 2.6 Frecuencia de vehículos en las estaciones de servicios para el lavado de vehículos	35
CUADRO 2.7 Oferta proyectada para el lavado de vehículos	36
CUADRO 2.8 Balance oferta-demanda para el cambio de aceite	37
CUADRO 2.9 Balance oferta-demanda para el lavado de vehículos	39
CUADRO 3.1 Participación del mercado para el cambio de aceite	43
CUADRO 3.2 Participación del mercado para el lavado de vehículos	43
CUADRO 3.3 Equipos a utilizar	44
CUADRO 3.4 Insumos para el cambio de aceite	45
CUADRO 3.5 Insumos para el lavado de vehículos	45



CUADRO 3.6 Matriz de importancia de localización	50
CUADRO 4.1 Matriz EFE	58
CUADRO 4.2 Matriz EFI	61
CUADRO 4.3 Matriz IE	63
CUADRO 4.4 Matriz FODA	65
CUADRO 4.5 Diamante de Porter para la empresa servicars	66
CUADRO 4.6 Lista de precios	77
CUADRO 4.7 Presupuesto del plan de marketing	83
CUADRO 5.1 Símbolos para el diagrama de flujo	86
CUADRO 5.2 Programa de capacidad para el cambio de aceite	89
CUADRO 5.3 Programa de capacidad para el lavado de vehículos	89
CUADRO 5.4 Obras civiles e instalaciones	93
CUADRO 5.5 Maquinaria y equipos	95
CUADRO 5.6 Herramientas	95
CUADRO 5.7 Muebles y enseres	96
CUADRO 5.8 Equipos de computación	96
CUADRO 5.9 Personal operativo	97
CUADRO 5.10 Insumos para el cambio de aceite	97
CUADRO 5.11 Insumos para el lavado de vehículos	100
CUADRO 5.12 Productos para vehículos a gasolina	101
CUADRO 5.13 Productos para vehículos a diesel	101
CUADRO 5.14 Productos para el snack	102
CUADRO 5.15 Insumos para los bocaditos (anual)	102
CUADRO 5.16 Material de limpieza	103
CUADRO 5.17 Material de escritorio	103
CUADRO 5.18 Menajes de cocina	104
CUADRO 5.19 Revistas	104



CUADRO 5.20	Servicios necesarios	104
CUADRO 5.21	Ropa de trabajo	105
CUADRO 5.22	Cronograma de actividades	106
CUADRO 6.1	Remuneración del personal	124
CUADRO 6.2	Horario de trabajo del personal	124
CUADRO 7.1	Inversión en obras civiles e instalaciones	128
CUADRO 7.2	Inversión en maquinaria y equipos	129
CUADRO 7.3	Inversión en herramientas	129
CUADRO 7.4	Inversión en muebles y enseres	130
CUADRO 7.5	Inversión en equipos de computación	130
CUADRO 7.6	Resumen de la inversión fija	131
CUADRO 7.7	Inversión en estudio e investigaciones	131
CUADRO 7.8	Inversión en gastos de organización	132
CUADRO 7.9	Inversión en publicidad	132
CUADRO 7.10	Resumen de la inversión diferida	133
CUADRO 7.11	Insumos para el cambio de aceite gasolina	134
CUADRO 7.12	Insumos para el cambio de aceite diesel	134
CUADRO 7.13	Insumos para el lavado de vehículos	134
CUADRO 7.14	Productos para vehículos a gasolina	135
CUADRO 7.15	Productos para vehículos a diesel	135
CUADRO 7.16	Productos para el snack	135
CUADRO 7.17	Bocaditos	136
CUADRO 7.18	Materiales	136
CUADRO 7.19	Sueldos y salarios	137
CUADRO 7.20	Servicios básicos	137
CUADRO 7.21	Ropa de trabajo	138
CUADRO 7.22	Resumen del capital de operaciones	138



CUADRO 7.23	Cronograma de inversiones	139
CUADRO 7.24	Estructura financiera	140
CUADRO 7.25	Plan de pagos	141
CUADRO 8.1	Cambios de aceite gasolina a realizar	144
CUADRO 8.2	Insumos para el cambio de aceite a gasolina	145
CUADRO 8.3	Cambios de aceite diesel a realizar	146
CUADRO 8.4	Insumos para el cambio de aceite a diesel	147
CUADRO 8.5	Lavado de vehículos a realizar	148
CUADRO 8.6	Insumos para el lavado de vehículos	148
CUADRO 8.7	Productos para vehículos a gasolina	150
CUADRO 8.8	Productos para vehículos a diesel	151
CUADRO 8.9	Productos para el snack	152
CUADRO 8.10	Productos para bocaditos	154
CUADRO 8.11	Materiales	156
CUADRO 8.12	Sueldos y salarios	156
CUADRO 8.13	Servicios necesarios	157
CUADRO 8.14	Depreciación	158
CUADRO 8.15	Depreciación anual	158
CUADRO 8.16	Ropa de trabajo	159
CUADRO 8.17	Publicidad	159
CUADRO 8.18	Amortización de la inversión diferida	160
CUADRO 8.19	Intereses	160
CUADRO 8.20	Costos Netos proyectados	161
CUADRO 8.21	Compras IVA (cuadro auxiliar)	162
CUADRO 8.22	Costo de servicio	164
CUADRO 8.23	Ingresos proyectados sin IVA	165
CUADRO 8.24	Estado de Resultados sin IVA	165



CUADRO 8.25 Estado de fuentes y uso de fondos	166
CUADRO 9.1 Estado de Flujo Productivo	170
CUADRO 9.2 Estado de Flujo Neto	170
CUADRO 9.3 Tiempo de Recuperación del Capital	173
CUADRO 9.4 Flujo de Caja Financiero	173
CUADRO 9.5 Flujo de Caja Económico	174
CUADRO 9.6 Punto de Equilibrio año 1	176
CUADRO 9.7 Análisis de Sensibilidad	177

FIG
FIG
de
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
de
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG
FIG



ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.1	¿Con qué frecuencia hace lavar su vehículo?	4
FIGURA 1.2	Fotografía de un lavadero de autos	4
FIGURA 1.3	Fotografía de una lavadero de autos	5
FIGURA 1.4	¿Cuánto es el tiempo que espera por el servicio que pidió?	5
FIGURA 1.5	¿Qué hace durante el tiempo de espera?	6
FIGURA 1.6	¿Qué comodidades extras le gustaría que tenga la estación de servicios mientras espera ser atendido?	7
FIGURA 2.1	Modelo Molecular	11
FIGURA 2.2	Tipo de vehículo	23
FIGURA 2.3	Frecuencia del lavado de auto según el tipo de vehículo	24
FIGURA 2.4	Precio que paga por el lavado de su vehículo	24
FIGURA 2.5	Frecuencia del cambio de aceite según el tipo de vehículo	25
FIGURA 2.6	Precio que paga por el cambio de aceite	26
FIGURA 2.7	¿Por qué razones estaría dispuesto a pagar esa cantidad de dinero?	27
FIGURA 2.8	Preferencias sobre comodidades extras	28
FIGURA 2.9	Demanda proyectada para el cambio de aceite	29
FIGURA 2.10	Demanda proyectada para el lavado de vehículos	30
FIGURA 2.11	Estaciones de servicios	31
FIGURA 2.12	Oferta proyectada para el cambio de aceite	34
FIGURA 2.13	Oferta proyectada para el lavado de vehículos	36
FIGURA 2.14	Balance oferta-demanda para el cambio de aceite	38
FIGURA 2.15	Balance oferta-demanda para el lavado de vehículos	39



FIGURA 3.1 Mapa de Santa Cruz de la Sierra	47
FIGURA 3.2 Alternativa de ubicación 1	48
FIGURA 3.3 Alternativa de ubicación 2	48
FIGURA 3.4 Alternativa de ubicación 3	49
FIGURA 3.5 Ubicación de la estación de servicios	51
FIGURA 4.1 Slogan y logotipo de la empresa	74
FIGURA 5.1 Procedimiento de un cambio de aceite	87
FIGURA 5.2 Procedimiento del lavado de vehículos	88
FIGURA 5.3 Plano del proyecto	90
FIGURA 5.4 Fosa del proyecto	91
FIGURA 5.5 Rampa del proyecto	92
FIGURA 6.1 Organigrama	112