

INDICE

	Pág.
CAPITULO 1. INTRODUCCION	
1.Introducción	1
1.1 Proceso Creativo	2
1.1.1 Lluvia de Ideas	3
1.1.2 Evaluación y Filtración de las Ideas	4
1.2.3 Elección y Evaluación ideas para el nombre de la empresa	5
1.2 Antecedentes	5
1.2.1 Carreteras	5
1.2.1.1 Movimiento Carretero en Bolivia	11
1.2.2 Turismo	13
1.3 Justificación Del Proyecto	14
1.3.1 Justificación Económica	14
1.3.2 Justificación Técnica	15
1.3.3 Justificación Social	15
1.4 Objetivos del Proyecto	16
1.4.1 Objetivo General	16
1.4.2 Objetivos Específicos	16
1.5 Alcance	17
1.5.1 Alcance Espacial	17
1.5.2 Alcance Temático	17
CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO	
2.1 Definición y Objetivos del Estudio de Mercado	18

2.1.1	Objetivos del Estudio de Mercado	18
2.2	Principales Aspectos Relacionados al Estudio de Mercado	19
2.2.1	Descripciones los Servicios	19
2.2.1.1	Venta de Combustible	20
2.2.1.2	Dormitorios	20
2.2.1.3	Garaje	21
2.2.2	Análisis de la Demanda	21
2.2.2.1	Antecedentes	21
2.2.2.2	Volumen de Transito Anual	22
2.2.2.3	Importancia del Comercio Bilateral y Regional	23
2.2.2.4	Frecuencia de Viaje del Transportista	23
2.2.2.5	Destinos más Frecuentes de Viaje	25
2.2.2.6	Reabastecimiento de Combustible	26
2.2.2.7	Consumo de Diesel	28
2.2.2.8	Realiza Paradas en Patacamaya	29
2.2.2.9	Razón de Parada den Patacamaya	30
2.2.2.10	Servicios que le gustaría Recibir en un solo punto de Prada	31
2.2.2.11	Conclusiones	33
2.2.3	Determinación de la Demanda	33
2.2.3.1	Demanda Insatisfecha	36
2.2.4	Análisis de la Oferta	37
2.2.4.1	Gasolinera	37
2.2.4.2	Dormitorios	38
2.2.4.3	Garaje	40

2.2.5	Análisis de la Oferta y Demanda	41
2.2.5.1	Gasolinera	41
2.2.5.2	Garaje	41
2.2.5.3	Conclusiones	41
2.2.6	Oferta y Demanda Histórica	41
2.2.6.1	Demanda de Transporte Carretero	41
2.2.6.1.1	Demanda Histórica de Transporte Carretero	42
2.2.6.2	Oferta Histórica	45
2.2.6.2.1	Demanda Proyectada Anual de Transporte en Carretera	45
2.2.7	Análisis de Precios	46
2.2.7.1	Combustible	46
2.2.7.2	Dormitorios	48
2.2.7.3	Conclusión	48

CAPITULO 3. TAMAÑO Y LOCALIZACION

3.1	Tamaño del Proyecto	49
3.1.1	Factor Mercado	50
3.1.1.1	Oferta Demanda	50
3.1.2	Factor Financiero	51
3.1.3	Factores ambientales	51
3.1.4	Costo y Disponibilidad de Terrenos	52
3.1.5	Estructura Impositiva y Legal	52
3.1.6	Disponibilidad de Agua, Energía y Comunicaciones	54
3.1.6.1	Energía	54
3.1.6.2	Agua	54

3.1.7 Comunicaciones	54
3.2 Determinación de Localización	55
3.2.1 Macro localización	56
3.2.1 Micro localización	58
CAPITULO 4. ESTRATEGIA Y MARKETING	
4.1 Introducción	59
4.2 Establecimiento de la Dirección estratégica	59
4.2.1 Misión	60
4.2.2 Visión	60
4.2.3 Valores	61
4.3 Análisis del entorno	62
4.3.1 Factores Económicos	62
4.3.2 Factores Geográficos	63
4.3.3 Factores Políticos	64
4.3.4 Factores Legales	64
4.3.5 Factores Sociales	65
4.3.6 Factores Culturales	65
4.3.7 Factores tecnológicos	66
4.3.8 Factores Ambientales	66
4.4 Análisis Ambiental Competitivo	68
4.4.1 Noción de Rivalidad Ampliada	68
4.4.2 Evaluaciones los Factores Críticos de Éxito	73
4.4.2.1 Análisis de la Matriz de Evaluación Externa	73
4.4.2.2 Elaboración Matriz EFI	77
4.5 Matriz FODA	80

4.6	Objetivos Estratégicos	83
4.6.1	Objetivos Generales	83
4.6.2	Objetivos Específicos	83
4.7	Formulación de Estrategia	84
4.7	Formulación de Estrategia	81
4.7.1	Estrategia de Diferenciación	86
4.7.2	Cadena de Valor	90
4.7.3	Ventajas de la Estrategia de Diferenciación	94
4.8	Plan de Marketing	94
4.8.1	Objetivos del Plan de Marketing	95
4.8.2	Análisis de Comercialización	96
4.8.2.1	Flujo de Comercialización	96
4.8.3	Mercado	96
4.8.3.1	Mercado Objetivo	97
4.8.3.2	Competencia	97
4.8.4	Posicionamiento	98
4.9	Mezcla de Mercadotecnia	101
4.9.1	Servicios	102
4.9.2	Precio	103
4.9.4	Promoción	104
4.9.5	Presupuesto de Marketing	105

CAPITULO 5. INGENIERIA DEL PROYECTO

5.1	Análisis del Proceso de Servucción	107
5.1.1	Descripción del Proceso Productivo	107
5.1.1.1	Aprovisionamiento de Materia Prima Gasolinera	108

5.1.1.2 Prestación de Servicios Gasolinera	110
5.1.1.3 Proceso Prestación de Servicios Dormitorios	111
5.1.1.4 Aprovechamiento Materia Prima Duchas y Baños	113
5.1.1.5 Proceso de Prestación de Servicios Duchas y Baños	115
5.1.2 Programa de Producción	116
5.1.3 Calendario de Trabajo	116
5.1.4 Programa de Servucción Gasolinera	117
5.1.4.2 Programa de Servucción Garaje	118
5.1.4.3 Programa de Servucción Dormitorios	119
5.1.4.4 Programa de Servucción Duchas y Baños	120
5.2 Requerimientos	121
5.2.1 Requerimiento Infraestructura	122
5.2.2 Requerimiento Gasolinera	129
5.2.3 Requerimiento Sistemas y Dispositivos de Seguridad	130
5.2.4 Señalizaciones	131
5.2.5 Requerimiento Dormitorios	133
5.2.6 Requerimiento Oficinas	134
5.2.7 Requerimiento de Personal	136
5.2.8 Requerimiento Servicios Básicos	137
5.2.9 Mantenimiento	140
5.2.10 Cronograma de Implementaciones	141

CAPITULO 6. ORGANIZACION

6.1 Organización Jurídica	144
6.1.1 Tipo de Organización	144
6.1.2 Aspectos Legales Generales para abrir una S.R.L	145

6.1.2.1 Requisitos Legales y técnicos para la Instalación de Gasolinera a nivel municipal	146
6.2 Organización Administrativa	146
6.2.1 Organización Interna	147
6.2.2 Objetivos del Área de Recursos Humanos	147
6.2.3 Políticas del Área de Recursos Humanos	148
6.2.4 Elaboración y Descripción del Manual de Funciones	149
6.2.5 Análisis de Cargos y Evaluación de Puestos	150
6.2.6 Evaluación y Análisis de Cargos por el Método de Evaluación por Factores y Puntos	151
6.2.7 Organigrama Estructural	164
6.2.8 Área de Recursos Humanos	165
6.2.8.1 Reclutamiento	165
6.2.8.1.1 Técnicas de Reclutamiento	166
6.2.8.2 Selección de Personal	166
6.2.8.2.1 Contratación de Personal	169

CAPITULO 7 INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

7.1 Inversiones	171
7.1.1 Inversión Fija	171
7.1.2 Inversión Diferida	177
7.1.3 Capital de Operaciones	181
7.2 Plan y Cronograma de Inversiones	187
7.3 Financiamiento	189

7.3.1 Estructura Financiera	190
7.4 Servicio a la Deuda	192

CAPITULO 8. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

8.1 Costos	194
8.1.1 Costos Fijos	194
8.1.1.1 Sueldos y Salarios	195
8.1.2 Costos de Energía, Agua y Comunicaciones	198
8.1.3 Otros Costos Fijos	198
8.1.4 Calculo de amortización Diferida	199
8.1.5 Calculo Depreciación Anual	200
8.1.6 Interés de Crédito Bancario	201
8.1.7 Imprevistos	201
8.2 Costos Variables	202
8.2.1 Costos Compra de Gasolina	203
8.2.2 Costo Compra de Diesel	204
8.2.3 Flete Camión Cisterna	204
8.2.4 Otros Costos Variables	205
8.3 Costos Anuales Proyectados	206
8.4 Ingresos	207
8.4.1 precio de Venta	208
8.4.1.1 Duchas y Baños	208
8.4.1.2 Garaje	208
8.4.1.3 dormitorios	209
8.4.1.4 Precio Alquiler Locales Comerciales	209
8.4.1.5 Precio de Venta de Combustible	210

8.4.2 Ingresos proyectados	210
8.5 Punto de Equilibrio	211
8.5.1 Duchas	212
8.5.2 Garaje	213
8.5.3 Dormitorios	214
8.5.4 Diesel	214
8.5.5 Gasolina	215
8.6 Balance General	216
8.7 Impuesto Al Valor Agregado	218
8.8 Estado de Resultados	219
8.9 Fuente de Usos y Fondos	220
CAPITULO 9. EVALUACION ECONOMICA	
9.1 Flujo Productivo	222
9.1.1 Flujo Efectivo	223
9.2 Indicadores Económicos	224
9.2.1 Valor Actual Neto	224
9.2.2 Tasa Interna de Retorno	227
9.2.3 Periodo de Recuperación de la Inversión	228
9.2.4 Relación beneficio costo	229
9.3 Análisis de Sensibilidad	230
9.3.1 Sensibilidad Frente al Incremento En Costos Operativos	232
9.3.2 Sensibilidad Frente a Decremento de ingresos por venta en gasolina	232
9.3.3 Sensibilidad frente a decremento de venta de diesel	233

9.3.4 Sensibilidad Frente a decremento de venta de Combustible	234
Conclusiones y recomendaciones	235