

INDICE

CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes del proyecto.....	2
1.1.1. Generalidades de la logística	2
1.1.2. Logística en Latinoamérica	3
1.1.3. Logística en Bolivia	3
1.1.4. Industria logística en Bolivia.....	3
1.2 Planteamiento del problema u oportunidad de negocio	4
1.2.1 Formulación del problema.....	6
1.3. Objetivos	7
1.3.1. Objetivo general	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
1.4. Justificación del proyecto.....	8
1.4.1. Justificación económica.....	8
1.4.2. Justificación teórica.....	9
1.4.3. Justificación metodológica	10
1.4.4. Justificación práctica	11
1.5. Alcances.....	11
1.5.1. Alcance geográfico.....	11
1.5.2. Alcance temporal.....	12
1.5.3. Alcance temático o substantivo	12
1.5.4. Alcance contextual	12
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO.....	13
2.1. Marco conceptual	13
2.1.1. Industria de servicios.....	13
2.1.2. Características de los servicios	14

2.1.3. Conceptos de logística.....	15
2.1.4. La logística datos históricos	15
2.1.5. Proceso creativo para determinar el producto o servicio de la empresa.....	15
2.1.5.1 Nombre de la empresa.....	16
2.1.6. Formulación y evaluación de proyecto.....	16
2.1.6.1 Proyecto	16
2.1.6.2. Proyecto de inversión.....	17
2.1.6.3 Etapas básicas de un proyecto	17
2.1.7. Estudio de mercado	18
2.1.8. Estudio técnico del proyecto.....	18
2.1.9. Localización y tamaño del proyecto	20
2.1.9.1 Localización	20
2.1.9.2 Tamaño.....	21
2.1.9.3 Ingeniería del proyecto.....	22
2.1.10. Estudio organizacional	22
2.1.10.1 Estructura de la organización.....	22
2.1.10.2 Organigrama.....	23
2.1.11. Estrategia y mercadotecnia.....	23
2.1.11.1 Análisis de las 5 fuerzas de Porter	23
2.1.11.2 Cadena de valor.....	25
2.1.11.3 Marketing.....	26
2.1.12. Marketing estratégico	26
2.1.13. Inversiones y financiamiento.....	27
2.1.14. Presupuesto de ingresos y egresos.....	27
2.1.15. Evaluación del proyecto	28
2.1.15.1 Evaluación económica de proyectos.....	28
2.1.15.2 Evaluación financiera de proyectos.....	29
2.1.16. Análisis de sensibilidad	30

2.2. Marco Referencial	30
2.2.1. Logística.....	30
2.2.2. Logística de transporte y distribución.....	31
2.2.3. Principales funciones de la logística.....	31
2.2.4. Importancia de la distribución física.....	32
2.2.5. Automatización de centros de distribución.....	33
2.2.6. Transporte	33
2.2.7. Clasificación de medios de transporte	33
2.2.8. Calidad en el transporte.....	33
2.2.9. El producto de la logística y de la cadena de suministros.....	34
2.2.10. Organización de la logística y de la cadena de suministros	34
2.2.11. Servicios de un operador logístico.....	35
2.3. Marco legal	36
2.3.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia.....	36
2.3.2. Código de comercio.....	37
2.3.3. Ley general del trabajo	39
ESTUDIO DE MERCADO.....	41
3.1 Introducción	41
3.2 Objetivos del estudio de mercado.....	41
3.3 Principales aspectos relacionados al estudio de mercado	42
3.3.1 Descripción del servicio principal	42
3.3.2 Descripción de los servicios complementarios	42
3.4 Análisis de la oferta.....	46
3.4.1 Competencia directa	46
3.4.2 Competencia indirecta.....	46
3.5 Análisis de la demanda.....	47
3.5.1 Definición geográfica del mercado.....	47
3.5.2 Determinación de la muestra	47

3.6. Análisis de la oferta y la demanda.....	50
3.6.1. Análisis de la oferta proyectada.....	50
3.6.2. Análisis de la demanda proyectada.....	51
3.6.3. Balance entre la oferta y demanda proyectada.....	53
3.6.4. Análisis de precio	54
3.7. Resultado de la investigación de mercado	56
3.8. Análisis del macro-entorno- PEST	63
CAPÍTULO IV.....	67
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.....	67
4.1. Objetivos del área.....	67
4.2. Localización	67
4.2.1 Macrolocalización	67
4.2.2 Microlocalización.....	68
4.3. Determinación del tamaño.....	70
4.3.1 Factores que determinan el tamaño	70
4.3.2 Determinación de la capacidad del proyecto	71
4.3.3 Conclusión del tamaño y localización	72
CAPÍTULO V	73
ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA	73
5.1. Introducción	73
5.2. Objetivos del área.....	73
5.3. Establecimiento de la Dirección Estratégica.....	73
5.3.1. Misión	73
5.3.2. Visión.....	74
5.3.3. Objetivos.....	74
5.4. Análisis competitivo.....	74
5.4.1. Poder de negociación de los clientes	75
5.4.2. Rivalidad entre los competidores actuales.....	75

5.4.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores	75
5.4.4. Poder de negociación de los proveedores	76
5.4.5. Amenaza de servicios sustitutos	76
5.5. Cadena de valor	76
5.6. Formulación de la Estrategia	77
5.6.1. Estrategia genérica	77
5.7. Marketing Mix - 7 P's	79
5.7.1. Objetivos	79
5.7.2. Servicio	79
5.7.3. Precio	80
5.7.4. Plaza	81
5.7.5. Promoción	81
5.7.5.1. Nombre de la operadora logística	82
5.7.5.2. Logo	82
5.7.5.3. Portada e imagen de la página de Facebook	83
5.7.5.4 Diseño corporativo	84
5.7.5.5 Merchandising	85
5.8. Estrategia de marketing y publicidad en esfuerzos económicos valorados monetariamente	90
CAPÍTULO VI	91
INGENIERÍA DEL PROYECTO	91
6. Análisis del proceso de servucción	91
6.1 Proceso de generación del servicio	91
6.1.1 Diseño del sistema de transporte “Elemento Logistic Bolivia”	92
6.1.2 Manejo de productos	92
6.1.3 Políticas de distribución del producto	93
6.1.4 Definición de rutas	93
6.1.4.1 Optimización de rutas	93
6.1.5 Flujograma del proceso	94

6.2 Distribución física o (Lay Out) de la empresa Elemento Logistic Bolivia.....	95
6.3 Requerimientos	96
6.3.1 Inversión fija	96
6.3.2 Inversión diferida	98
6.3.3. Capital de trabajo y/operaciones.....	98
6.4 Programa de servucción	100
CAPÍTULO VII	102
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	102
7.1. Organización Legal	102
7.1.1. Organización social de la empresa	102
7.1.2 Tipo de sociedad.....	102
7.1.3 Características de la Empresa Unipersonal.....	103
7.1.4 Proceso de inscripción.....	103
7.1.4.1 Documentos para la Constitución y Registro en FUNDEMPRESA	103
7.1.4.2 Registro en el servicio de impuestos internos.....	104
7.1.5 Obligaciones sociales	105
7.1.5.1 Caja Nacional de Salud	105
7.1.5.2 Registro en el Ministerio de Trabajo	106
7.1.5.3 Registro en el Seguro de Vejez o Jubilación (AFP).....	106
7.2 Organización Administrativa.....	106
7.2.1 Organigrama Estructural	107
7.2.2 Sueldos y salarios del personal	107
CAPÍTULO VIII	109
INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	109
8.1 Inversiones y financiamiento.....	109
8.2 Inversiones	109
8.2.1 Inversión fija	109
8.2.2 Maquinarias y equipos de oficina	109

8.2.3 Muebles y enseres	110
8.2.4 Motorizados	111
8.2.5 Softwares.....	111
8.3 Inversión diferida	112
8.4 Capital de operaciones.....	112
8.4.1 Planilla de sueldos	113
8.4.2 Gastos Administrativos	113
8.5 Inversiones de reemplazo o reposición.....	114
8.6 Cronograma de inversiones	115
8.7 Financiamiento.....	116
8.7.1 Financiamiento interno/externo.....	117
CAPÍTULO IX.....	119
PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	119
9.1 Objetivos del capítulo.....	119
9.2 Precio de venta.....	119
9.3 Ingresos del proyecto	120
9.4 Costos del proyecto	121
9.4.1 Clasificación de costos según su variabilidad.....	121
9.4.1.1 Costos variables.....	121
9.4.1.2 Costos fijos.....	122
9.5 Calculo del activo diferido - depreciación de activos fijos	123
CAPÍTULO X.....	126
ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	126
10.1 Balance de apertura	126
10.2 Estados de resultados	127
10.3 Fuente de Usos y Fondos.....	127
CAPÍTULO XI.....	129

EVALUACIÓN ECÓNOMICA FINANCIERA, TÉCNICO ADMINISTRATIVA DEL	
PROYECTO	129
11. Evaluación económica financiera, técnico administrativo del proyecto	129
11.1. Flujos de caja.....	129
11.1.1. Flujo de caja económico.....	129
11.1.2. Flujo de caja financiero	130
11.2. Indicadores	130
11.2.1. Valor actual neto	130
11.3 Periodo de recuperación de capital	131
11.4. Relación beneficio-costos	131
11.5.Punto de equilibrio	132
11.6. Análisis de sensibilidad	132
CAPÍTULO XII	133
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	133
12.1 Conclusiones.....	133
12.2 Recomendaciones.....	134
BIBLIOGRAFÍA	135
ANEXOS	