

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto analiza la factibilidad de crear una empresa para fabricar, vender y distribuir shampoo (Real Academia Española, 2010) de autos. El nombre elegido para este detergente líquido es Brilla <sub>MAX</sub>; es un detergente líquido, azul, concentrado para carrocerías de autos.

Se ha realizado una investigación de mercado para determinar y probar los insights de los clientes y consumidores; determinándose que los beneficios de Brilla <sub>MAX</sub> agregan valor a sus clientes, son valorados positivamente y además éstos tienen una absoluta disposición de compra de Brilla <sub>MAX</sub>. El tamaño del mercado en toneladas es de 440 MT por año, lo que representa 661 MUSD.

Se define una visión, misión y estrategia de liderazgo de costos para cumplir con los objetivos planteados. Se diseña todas las actividades de la cadena de valor para apoyar la estrategia. Brilla <sub>MAX</sub> se venderá a las lavadoras de autos de la ciudad de Quito, la venta y distribución conjunta se llevará a cabo mediante vendedores que serán a la vez los que distribuyan el producto, haciendo reforzamiento comercial con los clientes.

Con una mezcla de Marketing adecuada Brilla <sub>MAX</sub> llegará a los clientes cubriendo necesidades y expectativas, asegurando su disponibilidad para clientes y consumidores con a un precio que refleje su disposición a pagar.

El producto a fabricarse es genérico; el diseño de la producción está alineado completamente con una estrategia de liderazgo de costos; sin personalización y producción continua.

El valor del proyecto se valida mediante el valor presente neto que tiene un valor de \$ 40.569,43 usd. En la parte final se realiza un análisis de sensibilidad siendo el decremento de las ventas y el precio las variables más sensibles.

## INDICE

### CAPÍTULO UNO

#### OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

1.1. Insight	2
1.2. Diseño de la investigación de mercado	2
1.2.1. Análisis Cualitativo	2
1.2.2. Análisis Cuantitativo	3
1.3. Realización de la Investigación de Mercado	4
1.4. Tamaño de Mercado	7

### CAPITULO DOS

#### ANÁLISIS EXTERNO

2.1. Situación General del Ecuador	9
2.2. Análisis Sectorial	9
2.3. Análisis de la Competencia	11

### CAPITULO TRES

#### PLAN ESTRATÉGICO

3.1. Estrategia Genérica	15
3.1.1. Cadena de valor	15
3.2. Estrategias Sectoriales	16
3.3. Misión Visión y Objetivos Iniciales	17
3.4. Organigrama Inicial	18

## **CAPITULO CUATRO**

### **PLAN COMERCIAL**

4.1. Estrategia de Marketing	20
4.1.1. Objetivo	20
4.1.2. Producto	20
4.1.3. Precios	20
4.1.4. Plaza	21
4.1.5. Promoción	21
4.1.6. Publicidad	22

## **CAPÍTULO CINCO**

### **PLAN DE OPERACIONES**

5.1. Estrategia de Operaciones	24
5.1.1. Diseño de la Planta	24
5.2. Política de Producción	26
5.2.1. Capacidad de la Planta	26
5.2.2. Política Operacional de Inventarios	27
5.2.3. Política Contable de Inventarios	27
5.3. Política de calidad	28

## **CAPÍTULO SEIS**

### **PLAN FINANCIERO**

6.1. Estructura del capital y financiamiento	30
6.2. Estados financieros proyectados	30

6.3.	Flujo de efectivo proyectado	31
6.4.	Punto de equilibrio.	32
6.5.	Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno	33
6.6.	Análisis de Sensibilidad	33

## **CAPÍTULO SIETE**

### **CONCLUSIONES Y COMENTARIOS**

7.1.	Conclusiones y Comentarios	36
------	----------------------------	----

## **ANEXOS**

Anexos	38
--------	----

## **BIBLIOGRAFÍA**

Bibliografía	89
--------------	----

## INDICE DE ANEXOS

### ANEXOS

#### ANEXOS CAPITULO 1

ANEXO 1.1	ANÁLISIS CUALITATIVO	38
ANEXO 1.2	ANÁLISIS CUANTITATIVO – PRODUCT AND CONCEPT	39
ANEXO 1.3	PERFIL DE LOS COLABORADORES DE LA INVESTIGACIÓN	40
ANEXO 1.4	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	40
ANEXO 1.5	RESULTADOS ANALISIS CUALITATIVO	41
ANEXO 1.6	ANÁLISIS VOLUMÉTRICO DEL MERCADO	52

#### ANEXOS CAPITULO 2

ANEXO 2.1	PIB DEL SECTOR DE FABRICACIÓN DE DETERGENTE Y SHAMPOO Y SECTORES RELACIONADOS	53
ANEXO 2.2	DETALLE DE FUERZAS COMPETITIVAS DEL SECTOR	53
ANEXO 2.3	ESTIMACIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO DE LOS COMPETIDORES	55

#### ANEXOS CAPITULO 3

ANEXO 3.1	DETALLE DE ESTRATEGIAS SECTORIALES	56
ANEXO 3.2	DESCRIPTIVOS DEL CARGO	56

**ANEXOS CAPITULO 4**

ANEXO 4.1 DISEÑO DE CANECA	71
ANEXO 4.2 TABLAS DE DESCUENTO POR VENTAS	71
ANEXO 4.3 AFICHE BRILLA <sub>MAX</sub>	72
ANEXO 4.4 FORMATOS DE SOLICITUD DE CRÉDITO	73

**ANEXOS CAPITULO 5**

ANEXO 5.1 MATRIZ DE PRODUCTO PROCESO	77
ANEXO 5.2 LAY OUT DE LA PLANTA	77
ANEXO 5.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LA PLANTA BRILLA <sub>MAX</sub>	78
ANEXO 5.4 MODELO DE LOTE ECONÓMICO EOQ.	78
ANEXO 5.5 MAPA DE PROCESOS DE CONTROL DE CALIDAD	80

**ANEXO CAPITULO 6**

ANEXO 6.1 INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	81
ANEXO 6.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	82
ANEXO 6.3 CAPITAL DE TRABAJO INICIAL DETERMINADO POR LOS PRIMEROS MESES	85
ANEXO 6.4 DETERMINACIÓN DEL VAN Y LA TIR	86
ANEXO 6.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	87

## INDICE DE TABLAS

### CAPÍTULO UNO

#### OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

Tabla 1.1	Resultados del Análisis Cuantitativo para Clientes	5
Tabla 1.2	Resultados del Análisis Cuantitativo para Consumidores	6
Tabla 1.3	Tamaño del Mercado	7
Tabla 1.4	Participación de Mercado	7

### CAPÍTULO SEIS

#### PLAN FINANCIERO

Tabla 6.1	Consideraciones Iniciales para Estado de Pérdidas y Ganancias	30
Tabla 6.2	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	31
Tabla 6.3	Flujo de Efectivo Neto Proyectado	32
Tabla 6.4	Punto de Equilibrio	33

## INDICE DE GRÁFICOS

### CAPITULO DOS

#### ANÁLISIS EXTERNO

Grafico 2.1	Diagrama de las fuerzas competitivas del sector	10
Gráfico 2.2	Posicionamiento de Brilla MAX	12

### CAPITULO TRES

#### PLAN ESTRATÉGICO

Gráfico 3.1	Cadena de Valor	15
Gráfico 3.2	Organigrama Inicial	18

### CAPÍTULO CINCO

#### PLAN DE OPERACIONES

Gráfico 5.1	Procesos de producción	24
Gráfico 5.2	Lay Out de la planta de producción	26