

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Postgrados

Plan de negocios para detergente líquido de autos: Brilla MAX

Esteban Cárdenas Mulki

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Máster en Administración de empresas MBA.

Quito, Octubre de 2010

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Postgrados

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Plan de negocios para detergente líquido de autos: Brilla MAX

Esteban Cárdenas Mulki

Néstor Jaramillo, Dr.
Director de Tesis

.....

Matías Santana, PhD (c)
Miembro del Comité de Tesis

.....

Fabrizio Noboa, PhD
Director de la Maestría en Administración de
Empresas y Miembro del Comité de Tesis

.....

Giuseppe Marzano, PhD
Decano del Colegio de Administración

.....

Víctor Viteri, PhD
Decano del Colegio de Postgrados

.....

Quito, Octubre de 2010

© Derechos de Autor

Esteban Cárdenas Mulki

2010

Dedicatoria

A Dios y a la Virgen Dolorosa del Colegio

A mi esposa por su cariño, guía y apoyo incondicionales

A mis padres y mi familia por su consejo y compañía

ABSTRACTO

Este proyecto analiza la factibilidad de crear una empresa, cuyo objetivo es fabricar, vender y distribuir un shampoo de autos que se llama Brilla _{MAX}.

La investigación de mercado que determina y comprueba los insights de los clientes y consumidores, indica que éstos están reflejados en los beneficios de Brilla _{MAX} que agregan valor a sus clientes; quienes tienen completa disposición de compra de Brilla _{MAX}.

La visión, misión y estrategia de liderazgo de costos se alinean para cumplir con los objetivos planteados. Las actividades de la cadena de valor apoyan la estrategia.

La mezcla de Marketing de Brilla _{MAX} pretende llegar a clientes y consumidores cubriendo sus necesidades y expectativas, asegurando disponibilidad a un precio que refleje su disposición a pagar.

El shampoo a fabricarse es genérico, su producción es continua y sin personalización.

El valor presente neto positivo valida la inversión económica en este proyecto. El proyecto es sensible al decremento de las ventas y al precio.

ABSTRACT

This project analyzes the possibilities to create a company to manufacture, sell and distribute liquid car shampoo called Brilla _{MAX}.

Market research tests and probes that client and customer insights are reflected through all Brilla _{MAX} benefits and add value too. Clients and customers have complete buying intentions on Brilla _{MAX}.

Vision, mission and cost strategy are lined up to accomplish current objectives. Value chain activities support this strategy

Brilla _{MAX} marketing mix pretends to cover client and customer needs and expectations, and also assuring stock with adequate price.

Brilla _{MAX} shampoo is a generic product, it's produced continuously without personalization.

Positive net present value makes this project acceptable for inversion. This project has sensitivity to sales decrement and selling price.