

Liquid Brush



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

PROGRAMA EMPRENDEDOR

LIQUID BRUSH

LIRIA MONICA VALDERRAMA ROZO COD. 43022032
VIVIANA MARIA GUERRERO CHIMBI COD. 43022035
JOHN ALEXANDER BARRERA RUIZ COD. 43971098

Profesor: Maribel Ahumada

Bogotá, D.C., noviembre de 2004

LIQUID-BRUSH

MARIBEL AHUMADA

LIRIA MONICA VALDERRAMA ROZO

43022032

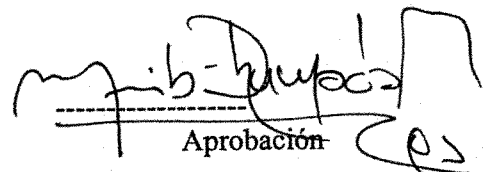
VIVIANA GUERRERO

43022035

JOHN ALEXANDER BARRERA

43971098

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC
BOGOTA DC, NOVIEMBRE DE 2004**


Aprobación



Easy plastic



**PROGRAMA: DESARROLLO DE EMPRENDEDORES
PLANTILLA PARA PRESENTACION DE PROYECTOS**

Nombre del proyecto.....: LIQUID BRUSH

Director del proyecto: MARIBEL AHUMADA

1. Código: 43022032 Nombres y Apellidos: LIRIA MONICA VALDERRAMA
Mail : lirimonik@yahoo.co
2. Código: 43022035 Nombres y Apellidos: VIVIANA MARIA GUERRERO CHIMBI
Mail : vivisgch@hotmail.com
3. Código: 43971098 Nombres y Apellidos: JOHN ALEXANDER BARRERA RUIZ
Mail : jalxb2@yahoo.com

Fecha NOVIEMBRE DE 2004

Facultad DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRAFICA

D E S C R I P C I O N D E L P R O Y E C T O

Es un cepillo para ropa, que a diferencia de los cepillos tradicionales este cuenta con dispensador para líquido, para jabón, blanqueador, o todos los líquidos que las amas de casa suelen utilizar para desperudir la ropa.

Está diseñado de manera práctica para su uso, cuenta con una base con cerdas ligeramente suaves para restregar la ropa, que tiene como punto de desfogue la parte inferior. El mango se encuentra desprendido de este, y cuenta con un sistema de almacenamiento de jabón líquido y a su vez en la parte superior tiene un botón que al ejercer presión bombea el jabón de tal manera que permite la salida del líquido..

El proyecto se elabora con la intención de ayudar a promover una mejor calidad de vida para un mejor desarrollo humano, por medio de un producto innovador, muy útil y práctico, pensando en que las mujeres de hoy necesitan productos que faciliten sus labores, brindando mejor desempeño y ahorro de tiempo.

RESUMEN EJECUTIVO

Liquid Brush



Easy plastic

Modelo del negocio

Producto o servicio:

LIQUID-BRUSH

Es un cepillo para ropa y demás, que a diferencia de los cepillos tradicionales este cuenta con un dispensador para líquido, ya sea jabón, blanqueador, o todos los líquidos que las amas de casa suelen utilizar, de acuerdo a la necesidad.

En su forma es ligeramente más alto que uno normal, cuenta con un espacio entre la base de las cerdas y el mango, donde se encuentra ubicado el espacio de dispensador, cuenta con un sistema para abrir y cerrar el dispensador, que tiene como punto de desfogue la parte inferior del cepillo.

Aspecto innovador y diferencial:

Es un producto novedoso, muy útil y práctico, por supuesto, se ha iniciado con un proceso de estudio de posibles proveedores, ya se ha estudiado el diseño y esta en curso el estudio del respectivo funcionamiento. Su innovación se debe a que no existe un producto similar en el mercado lo cual lo diferencia y los ubica como único en la plaza en la cual se va a desarrollar.

Impacto social y creatividad:

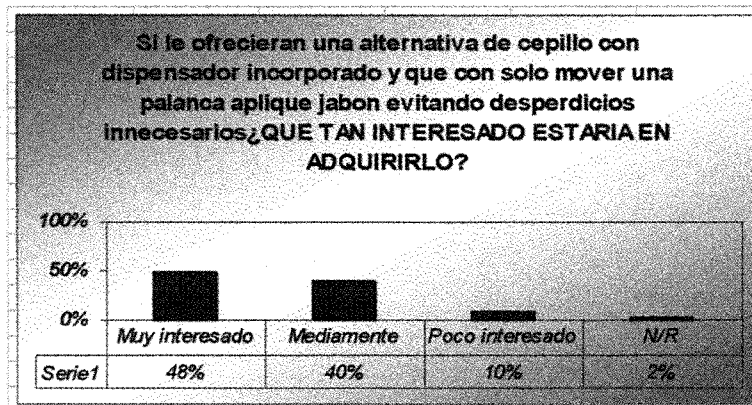
Liquid-Brush es un artículo creativo realizado pensando en que las mujeres de hoy necesitan productos que faciliten todas sus labores, brindándole mejor desempeño y ahorro de tiempo. Su creatividad se basa fundamentalmente en ser un producto único que reúne las características de dos artículos por separado es decir unimos un cepillo común y un dispensador y creamos LIQUID BRUSH.

Mercadeo

Según las encuestas realizadas, el producto logra una posición innovadora y atractiva, lo que responde al objetivo de aceptación por su comodidad, su economía y sobre todo su rapidez, para realizar la actividad del lavado de ropa.

Teniendo en cuenta las encuestas realizadas, estas nos arrojan los siguientes resultados en porcentajes % según el tamaño de la muestra, 250 personas encuestadas.

7ma Pregunta



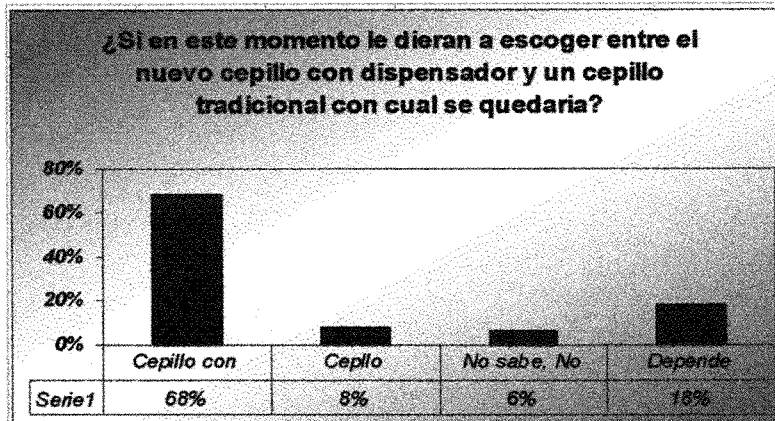
El 48% de los encuestados están interesados y el 40% medianamente. Los resultados que nos arroja este punto de la encuesta son de gran beneficencia para nosotros ya que aquí estamos comprobando que las personas si les interesa tener un producto nuevo en su casa y sobre todo muy útil.

11 va Pregunta



Este punto es crucial para la realización de nuestro proyecto, como se observa el 96% de los encuestados no tienen conocimiento ni han visto un cepillo que les ofrezca las ventajas que el nuestro les ofrece.

13va Pregunta

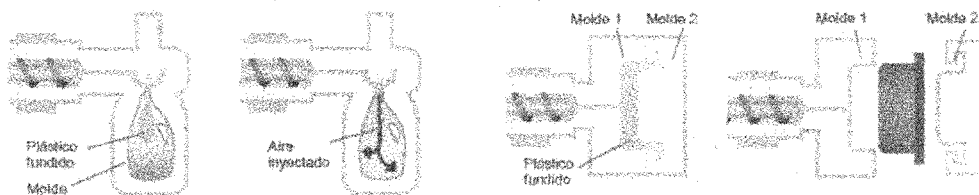


Liquid Brush a creado una gran expectativa es por eso el 68% de los encuestados han elegido tener nuestro producto si tuviesen que elegir.

Producción y diseño del sistema o servicio.

Easy-plastic como se ha mencionado, se encarga de diseño de cada una de las piezas que lanza al mercado, en este caso del cepillo de para el lavado de la ropa LIQUID-BRUSH, sin embargo, para el ensamble y elaboración de este se contrata a un satélite, que cuenta con la infraestructura necesaria para la producción de elementos de plástico para moldeado por inyección, que es el utilizado para esta novedosa pieza.

Diagrama del proceso de elaboración del producto.



Explicación:

El material de plástico se calienta hasta el punto de fusión, se inyecta a una alta presión en moldes con refrigeración, donde se enfría y se solidifica con la forma del cepillo.

El molde se construye en dos mitades que se separan después de la inyección para retirar el artículo de plástico.

En este momento se incluye la pieza plástica para dosificador de jabón.

El proceso genera residuos sólidos, filtraciones de aceites hidráulicos y la utilización de aceites de refrigeración de herramientas.

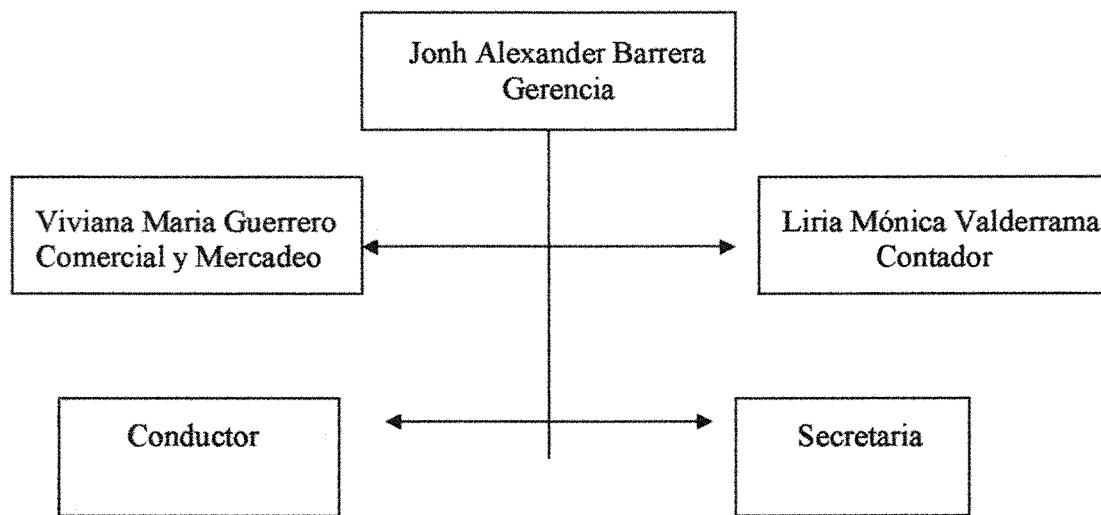
Definición del tiempo unitario de producción del producto.

Teniendo en cuenta que la fabricación de la pieza está en manos de un satélite que cuenta con la planta necesaria para la producción. Se concluye que la elaboración de cada pieza cuenta con un tiempo estimado de 12 minutos 33 segundos más enfriamiento de 7 minutos (total aproximados, se tiene en cuenta que el ciclo es de una máquina rotativa que saca producción en bloque o por lotes de N número de unidades (aproximadamente 30 unidades) en serie, con un lapso de 5 minutos para la entrada de cepillo por cepillo..

De esta manera se habla de una producción de 30 a 40 cepillos de buena calidad, en el transcurso de un día, para lograr una producción de 790 a 800 cepillos mensuales.

Organigrama de la empresa

4.5. Organigrama de la empresa



Descripción de las fuentes de financiación-monto aporte social

Las fuentes de financiación utilizadas en el proyecto están distribuidas de la siguiente manera:

Viviana María Guerrero	\$4.000.000.00
John Alexander Barrera	\$4.000.000.00
Liria Mónica Valderrama	\$4.000.000.00
Préstamo Entidad	\$18.000.000.00

Total **\$30.000.000.00**

INDICE

Capítulo 1

Naturaleza del Proyecto

Introducción	2
1. Naturaleza del proyecto	3
1.1 El emprendedor	3
1.1.1 DOFA de cada uno de los estudiantes	3
1.1.2 Saber-saber, Saber-hacer, Saber-ser	6
1.1.3 Rueda de la vida	8
1.1.4 Justificación del equipo	9
1.2 Proyecto Emprendedor	9
1.2.1 Lluvia de ideas	9
1.2.2 Diferenciación	13
1.2.3 Nombre y característica de la empresa	14

Capítulo 2

Estudio de Mercadeo

Introducción	20
2. Mercadeo	21
2.1. Nombre del producto o servicio y justificación	21
2.2. Diseño del instrumento de medición	21
2.3. Descripción de metodología utilizada (sondeo mercado)	22
2.4. Resultado cualitativo y cuantitativo del sondeo mercado	22
2.5. Análisis de resultados que justifican el producto y proyecto emprendedor	23
2.6. Análisis de 4P's	31
2.6.1. Producto o Servicio (descripción de Logo y Marca)	32

2.6.2.	Precio (Análisis comparativo y justificación del precio sugerido)	33
2.6.3.	Plaza (Estrategias para distribución y canales de distribución)	33
2.6.4.	Promoción (Estrategias, material publicitario, muestras y otros)	34
2.7.	Grupo objetivo o <i>target</i> , Explicación de la segmentación	35
2.8.	Análisis de la competencia (Cuadro comparativo)	35
2.9.	Conclusiones	

Capítulo 3

Producción y Diseño

Introducción

3.	Producción y diseño del sistema o servicio.	39
3.1.	Diagrama del proceso de elaboración del producto.	39
3.2.	Definición del tiempo unitario de producción del producto.	39
3.3.	Descripción de requerimiento de material, insumo y mano de obra.	41
3.4.	Análisis de proveedores.	41
3.5.	Prototipo del producto o servicio.	42
3.6.	Plano de distribución de la planta.	42

Capítulo 4

Organización y anexos legales

4.	Organización (Estudio técnico).	44
4.1.	Nombre y características de la empresa.	44
4.2.	Visión, misión, valores y objetivos a un año.	44
4.3.	Tipo de sociedad seleccionada, justificación minuta (Explicar aporte social).	46
	Diligenciamiento de documentos de Cámara y Comercio	
	Permisos de acuerdo a tipo de empresa.	
	Organigrama de la empresa	47
	Descripción de funciones de cada área (Especificación de perfil de cargos)	47

4.7. Conclusiones

Anexos

Capítulo 5

Costos y Finanzas 51

Introducción

5. Definición del precio unitario. 51

5.1. Flujo de caja neto proyectado. 51

5.2. Flujo de efectivo. 51

5.3. Balance Inicial 51

5.4. Indicadores financieros 51

5.5. Estado de Pérdidas y Ganancias 51

5.6 Descripción de las fuentes de financiación-monto aporte social 52

5.7. Conclusiones

Anexos

Bibliografía

Capítulo 1

Naturaleza del Proyecto



INTRODUCCIÓN

El proyecto Emprendedor es elaborado con el propósito de explotar nuestros conocimientos, ingenio e ideales, de tal manera que creemos las bases para un futuro con éxito.

Para llegar a tal fin es necesario estudiar necesidades que haya en el alrededor, y aún más en sectores específicos, los que lleva lluvia de ideas, estas pueden ser productos o servicios, de las cuales se realizará un estudio en el que se tendrá en cuenta factores innovador, social, económico, comercial, de necesidad, etc.

Estas llevarán a una conclusión, a una idea, y sobre esta trabajara y estudiara durante un semestre. Es decir, una idea que con interés y dedicación se convierta en un proyecto de vida.

NATURALEZA DEL PROYECTO

Los Emprendedores

Estudio psicológico de cada uno de los integrantes.

Estudio DOFA

➤ Liria Mónica Valderrama Rozo

Debilidades

Quizá la que más tengo presente es el ser en ocasiones muy flexible con las personas que me rodean, esto puede parecer en momentos una virtud, pero en otras es una debilidad, por que ante mi intención de no tener inconvenientes, lo que se provoca es una imposición de quehaceres o acciones de los demás sobre mi.

Oportunidades

La más grande, tener la oportunidad de estudiar y actualizarme, a decir verdad fue muy complicado comenzar, bueno y mantenerse. Aquí radican las oportunidades de mi vida, por que con el estudio se han ido abriendo las puertas en mis labores, quizá sin tener los méritos que se debería, pero reconozco que personalmente crezco.

Por otra parte aspiro en compañía de otras personas con quiénes tenemos pensamientos a fines poder realizar unos proyectos a mediano y espero no tan largo plazo.

Fortalezas

Reconozco que la constancia y perseverancia son claves para lograr metas, y por lo visto poseo estas características, esto acompañado a los deseos de salir adelante, de proponerme no pasar un solo día de la vida sin que halla aprendido algo nuevo.

Estar segura de que poseo habilidades que explotar sin olvidar que todo tiene un proceso que requiere de responsabilidad.

Amenazas

Sin duda en ocasiones se piensa que las amenazas están en las personas y cosas que nos rodean, y en parte es cierto solo se trata de manejar estos casos, que pueden incluir

amigos, enemigos, o simplemente personas indiferentes a nosotros que a veces nos afectan, y ciertamente me da temor, quizá miedo de no aprenderlas a reconocer y diferenciar.

Pero que pasa si las amenazas están dentro de nosotros mismo, haciendo una autorreflexión, el llegar algún día a sentirme sola me asusta, incluso el sentir que pasas desapercibido, como una persona más, me preocupa.

➤ Viviana María Guerrero Chimbi

Debilidades

Una gran debilidad que tengo es la falta de carácter para tomar decisiones definitivas.

Oportunidades

Pienso que teniendo la oportunidad de estudiar esta carrera y tener la posibilidad de especializarme, se abrirán muchísimas puertas en el campo laboral y claro no solo depende de tener un título sino también de el talento que se tenga para desempeñarse en el trabajo. Todos tenemos muy buenas oportunidades lo importante es saber aprovecharlas.

Fortalezas

Una de las fortalezas que considero que es la mas grande que tengo es de la responsabilidad para con todo y con todos, de hay parten otras fortalezas que algunas se podrían calificar como valores tales como la honestidad, sinceridad, el respeto hacia las personas que me rodean. Soy una persona que aprende rápido lo que se le enseña y lo que no también ya que no hay que esperar a que le enseñen cosas a uno para aprender.

Amenazas

Considero que es una gran amenaza para mi futuro el no tener el carácter suficiente para tomar decisiones, sin embargo, he estado trabajando en el mejoramiento de este problema. Tal vez el no ser muy expresiva hace que mis ideas no lleguen a ser escuchadas.

➤ John Alexander Barrera Ruiz

Debilidades

Ser excesivamente confiado con las personas.

Perder interés en algo cuando algo sale mal.

Antipatía hacia ciertas personas o situaciones de la cotidianidad.

Oportunidades

Capacidad de decisión inmediata ante cualquier situación.

Entendimiento de las posibilidades de una situación.

Fortalezas

Perseverancia en un proyecto grupal a pesar de perder el interés ante una eventualidad.

Responsabilidad ante los demás en cualquier actividad.

Criterio y autonomía en la toma de decisiones.

Amenazas

Ser tratado como ignorante por no entender algo complejo.

No permitir ser escuchado por una autoridad superior.

Falta de planeación anticipada y consecuente pérdida de tiempo.

Saber-Saber, Saber-Hacer, Saber-Ser

Estudio de las habilidades de cada uno de los integrantes.

Liria Mónica Valderrama Rozo

Saber - saber

Con respecto a mis conocimientos, igual que mis compañeros curso 5to semestre de Diseño y Producción Gráfica, estoy contenta porque me gusta es una profesión muy agradable y enriquecedora, independiente a esta realice un curso básico de inglés por mi, y para facilitar oportunidades laborales y académicas.

Saber - hacer

Por supuesto al estudiar diseño, tengo nociones y manejo de programas correspondientes a la materia, artísticamente me desempeño bien.

Me desempeño como Secretaria de Presidencia y aunque es un poco dispendioso son muchas las cosas que se aprenden aunque no se estudien, como nociones en gestiones de documentos, trámites, contabilidad, etc.

Colaboré con el Departamento de Coordinación Editorial-Gráfica, esto permite que afiance mis conocimientos y habilidades en estas áreas, saber el proceso desde que empieza hasta que termina la producción gráfica.

Reviso actualizaciones en revistas médicas de Estados Unidos por que cuentan con la actualidad informativa que en Colombia no es muy rica. De la misma forma se realizar solicitudes, compras y renovaciones en países extranjeros.

Saber - ser

Una persona constante, me forje desde muy pequeña a ser responsable, sincera aunque en ocasiones se confunde con imprudencia y este si es un defecto que estoy tratando de combatir.

En las dificultades con los demás trato de solucionarlas de inmediato y no dejar que crezcan y se salgan de las manos, de la misma forma en el trabajo tratar de mejorar las fallas antes que suban a otro nivel.

Una especie de perfeccionismo resulta cualidad y defecto al mismo tiempo, estoy aprendiendo a manejarlo. Y bueno desde la casa me enseñaron a ser honesta, respetuosa y a valorar a los demás como a mí.

➤ Viviana María Guerrero Chimbi

Saber – saber

La trayectoria que llevo en la universidad me ha hecho obtener muchos conocimientos en todas las áreas posibles, como lo son en Dibujo, Administración, Constitución, Tecnología, Programas de Diseño como lo son Frenad, Corel Draw., Page Maker, Photoshop entre otros.

Saber – hacer

Me parece muy interesante y me gusta mucho diseñar por medio de un computador, se me facilita mucho trabajar con esta herramienta y en los programas que este contiene. También me considero buena para pintar y dibujar con las diferentes tintas y pinturas que se encuentran en el mercado.

Saber – ser

Soy una persona muy colaboradora, amable y sincera con las personas que me rodean. Tal vez algunas veces a diferentes personas les parezco una persona introvertida; afortunadamente siempre estoy rodeada de buenas amistades que me aceptan y me quieren como soy.

John Alexander Barrera Ruiz

Saber - saber

Se programas de diseño básicos conozco de impresión, producción, dirección, ejecución, planeación de actividades relacionadas al diseño.

Nivel básico de idioma ingles.

Algunos apartes de cultura general.

Saber - hacer

Dominio de computadores, habil en matematicas, en retorica y habiliades manuales.

Investigativo en temas de interes.

Saber - ser

Soy una persona seria, honesta y responsable,. Con gran sentido humano y social que busca conocer y aplicar nuevos proyectos de vida a traves de la interacción con mi entorno.

Rueda de la Vida

Liria Mónica Valderrama Rozo

Espiritual 2

Académico 2

Personal 3

Laboral 2

Social 2

Viviana María Guerrero Chimbi

Espiritual 2

Académico 2

Personal 3

Laboral 3

Social 2

John Alexander Barrera Ruiz

Espiritual 2

Académico 1

Personal 3

Laboral 2

Social 1

1.1.4 Justificación de la Formación Del Grupo

El grupo de trabajo nace a partir de la unión de las habilidades y capacidades de cada uno de los integrantes.

Sus raíces inician desde hace algún tiempo, con la conformación de grupo en módulos anteriores, donde se ha llegado a la conclusión que se encuentra la mezcla de habilidades y caracteres, que permite estabilidad y buenas relaciones entre todos.

En el se encuentra responsabilidad, perseverancia, paciencia, empeño, creatividad, es una intersección de diferentes valores, lo que le permite al grupo un buen desempeño en la variedad de tareas que se deben desarrollar.

El Proyecto Emprendedor

Clasificar ideas, en primera estancia existe una lluvia de ideas por parte del grupo, para estudiar su necesidad y la viabilidad de cada una de ellas escoger un grupo selecto de las mejores y viables, para finalmente llegar a la idea líder, mejor llamada Idea Emprendedora .

1.2.1 Lluvia de Ideas

Aquí se hallan anotadas todas las ideas que fueron producidas por el grupo de trabajo.

Identificador de billetes

La creación un identificador de billetes portátil, que lógicamente tiene como fin asegurarse que todo billete que pase por sus manos sea completamente original.

Resulta innovador y con beneficios enormes, además es un elemento viable y práctico, elaborado con forma de esfero por lo tanto resulta fácil de llevar.

Actualmente una necesidad por razones de inseguridad, es claro, que hay personas quiénes diariamente están en contacto con trámites o gestiones con dinero en efectivo, en un banco, la calle.

Sartén portátil

Es una herramienta, con la forma de un sartén tradicional con la ventaja que cuenta con una un mecanismo en el mango, que como una resistencia actúa de tal manera de produce calor para que se utilice para frito de alimentos o calentarlos sin necesidad e utilizar algún medio adicional

Es cómodo para las personas que van de camping o que sus trabajos están relacionados con viajes, es práctico para paseos.

Bandeja para el cine

La elaboración de una bandeja para el cine, trae como objetivo facilitar a los fanáticos cineastas y a los que no lo sean, una forma práctica de que al momento de comprar puedan llevar sus crispetas y gaseosas de una forma ligera.

Y es más si van con niños pequeños, la compra crece, se embolata con la maleta, las gaseosas, los niños que se despistan mientras cargan su enorme tarro de crispetas, y un sin fin de situaciones que se presentan.

Cepillo para ropa

En este caso es un cepillo para la ropa, que a diferencia de los cepillos tradicionales este cuenta con un dispensador para jabón líquido.

Es un producto novedoso, debido a su magnifico dispensador, lo que permite que al momento de utilizarlo le ahorre tiempo, ya que no tiene que estar aplicando y restregando, sido que dentro del mismo movimiento de restriegue puede irlo aplicando.

Sombrilla con forro

La creación de un forro o mejor una sombrilla que lleve un forro adherido, **no** independiente, permite que al momento de cerrarla este inmediatamente disponible en forro sin correr el riesgo de que se perdió, se enredo, se refundió y finalmente cuando aparezca sea tarde.

La idea de este crece con la necesidad generalmente de mujeres, esto sin descartar hombres, de tener una manera cómoda y segura para llevar la sombrilla y que no se presenten complicaciones en el momento de su uso, su viabilidad y comercialización factible.

Portamonedas

Es un monedero en forma agenda, para que las personas tengan un sistema rápido de identificar el valor de la moneda que necesitan, es una manera de organización, de tal forma no se le da una cantidad de vueltas o se desocupa el monedero hasta que aparezca lo que se busca.

Esta contiene hojillas plásticas grapadas en forma de librillo y de un tamaño práctico de llevar dentro del bolsillo o el bolso.

Pijama para hospital

Pensando en las necesidades que pasan las personas que en algún momento tienen que permanecer en un hospital o clínica, se pensó en una pijama que tenga la forma más práctica de utilizar, más cuando en el hospital utilizan tantas agujas y mangueras que no permiten que los pacientes puedan cambiarse de una manera cómoda, esta armado como una pijama normal pero en sus mangas y demás partes tienen cierres con velcro.

Estación móvil de diseño

Consiste en un maletín que al desplegar cuenta con las piezas necesarias para armar una pequeña oficina de trabajo para un diseñador gráfico, cuenta de una mesa y una silla resistente, es completamente práctico tanto para llevar como para armar.

Nace de la necesidad común de los diseñadores que sin importar el lugar o el momento, de tener una forma práctica de organizar sus ideas, y que mejor que tener las herramientas necesarias para cumplir con su creatividad.

Zapatos con suelas removibles

Es visto que las personas en ocasiones terminan con las suelas o los tacones de los zapatos, mientras que el resto del zapato o por encima quede en buenas condiciones, esto hace que se sufra con el cambio de estas piezas, y el tiempo de llevarlos a la remontadora, que estén listos, bueno resulta de un tiempo dispendioso.

Por tal motivo los zapatos de suelas removibles permiten que usted mismo pueda repararlos sin ningún problema.

Equipo multiusos

Es un aparato que tiene como fin el facilitar y ahorrar espacio en las cocinas de ahora, que mejor que una máquina que con solo cambiar una pieza, pueda licuar jugos, exprimir naranjas y picar alimentos.

Consta de un mismo motor y un vaso como el de licuadora que con solamente el cambio de la pieza de abajo puede volverse en el amigo de la cocina.

Nace de la necesidad de las cocinas de ahora y la economía en todo aspecto.

Trapero con dispensador

Costa de un trapero con mango hueco, por medio del cual se agrega o se puede utilizar jabon con agua y/o limpiadores con aroma, eto quiere decir aque no es necesario estar mojando el trapero constantemente ni vaciar el liquido en el piso, sino que es aplicable al instante.

Sombrilla-bastón

Es una sombrilla, que se guarda en el mango, dando la apariencia de baston, consta de un mecanismo interno que por medio de un resorte impulsa la sombrilla, para cerrar, es similar a una sombrilla tradicional y por medio de presion es introducida dentro del mango.

Tinte para ropa

Como los tintes tradicionales, pero con la novedad que el producto viene con presentación en spray, de tal manera que es más práctico al momento de teñir las prendas, olvidando los arduos procesos tradicionales.

Sucurity-car

Sistema de seguridad para automoviles, consiste en un dispositivo que se activa como si fuera una alarma, de tal manera que en el momento que se hurtado su vehículo, este se activa e inmedicatamente el vehículo segrega un gas paralizante con la oportunidad de recuperarlo.

Programa virtual

La creación de un programa de educación virtual pensando aumentar las posibilidades de actualización y educación del médico en Colombia, más ahora que el Ministerio de

Protección Social, implementará como norma la recertificación de los profesionales. Incluso en lugares inimaginables de nuestro país existen médicos quiénes no tienen la manera de desplazarse a ciudades centrales para asistir a seminarios, congresos o eventos de actualización es completamente necesaria.

Revista Médica

Consiste en la conformación de una empresa editorial médica, con una publicación seriada mensual, que tiene como objetivo llevar información actual dirigida a los profesionales de la salud y ciencias a fines, también brinda una orientación médica a los estudiantes de las mismas áreas con el fin de promover la educación.

1.2.2 Diferenciación

	Técnico	Innovador	Mercado	Rentabilidad	Ecológico	Social	Total
Cepillo	3	5	4	4	3	4	23
Trapero	2	4	4	3	3	4	20
Pijama	2	4	5	4	3	4	22
Sartén	5	4	2	2	1	3	17
Identificador	5	4	3	2	1	3	18

De acuerdo a las características de cada una de las ideas y conforme a su descripción que anteriormente fueron explicadas, y después de un estudio calificándolas por diferentes conceptos y puntajes respectivos, se llegó a la Idea Emprendedora.

LIQUID-BRUSH

Es un cepillo para ropa, que a diferencia de los cepillos tradicionales este cuenta con dispensador para líquido, para jabón, blanqueador, o todos los líquidos que las amas de casa suelen utilizar para desperudir la ropa.

Está diseñado de manera práctica para su uso, cuenta con una base con cerdas ligeramente suaves para restregar la ropa, que tiene como punto de desfogue la parte inferior. El mango se encuentra desprendido de este, y cuenta con un sistema de almacenamiento de jabón líquido y a su vez en la parte superior tiene un botón que al ejercer presión bombea el jabón de tal manera que permite la salida del líquido..

El proyecto se elabora con la intención de ayudar a promover una mejor calidad de vida para un mejor desarrollo humano, por medio de un producto innovador, muy útil y práctico, pensando en que las mujeres de hoy necesitan productos que faciliten sus labores, brindando mejor desempeño y ahorro de tiempo.

Es un producto novedoso, muy útil y práctico.

1.2.3 Nombre y característica de la empresa

Empresa EASY PLASTIC LTDA

Eassy Plastic, se funda a partir de un grupo de estudiantes, que se reúnen con el fin de lograr metas y luchar por ellas, y sobre todo que creen en la importancia de crear su propia empresa prestando un servicio.

La empresa tiene como misión llevar a los consumidores un producto de óptima calidad, innovador y práctico, dándole a conocer una pieza importante para sus labores domésticas.

Además conocer y satisfacer plenamente las necesidades los clientes, excediendo sus expectativas de servicio, creando canales de comunicación efectivos y respondiendo sus inquietudes en forma eficaz y oportuna.

Como visión se espera lograr una aceptación por parte de los consumidores, de tal manera que nos proyectemos al lanzamiento de otras líneas de plásticos conservando la creatividad e innovación, procurando el bienestar y facilidad del mundo actual.

Capítulo 2

Estudio de Mercadeo



INTRODUCCIÓN

En este documento se estudia la segunda fase del **LIQUID-BRUSH** correspondiente a la parte de mercadeo, proyecto que ese está trabajando tomando como base innovación y satisfacción de una necesidad en un determinado sector, por tal motivo, el siguiente trabajo esta elaborado con el fin de desarrollar puntos de estrategia, que se deben tener en cuenta por parte del target para averiguar la aceptación de nuestro producto, a lo que se le denomina demanda, de igual manera se detalla la oferta.

2. MERCADEO

La siguiente corresponde a la segunda fase del Proyecto Emprendedor **LIQUID-BRUSH**, orientada en el estudio de mercadeo.

2.1 Nombre del Producto y justificación.

LIQUID-BRUSH

Es un cepillo para ropa, que a diferencia de los cepillos tradicionales, este cuenta con un dispensador para líquido para jabón, blanqueador, o todos los líquidos que las amas de casa suelen utilizar, para sacudir manchas o más conocido como restregar la ropa, de acuerdo a la necesidad.

Es un cepillo ligeramente más alto que los tradicionales, cuenta con un espacio en la base de las cerdas y el mango, donde se encuentra el dispensador, tiene un sistema por medio de un pequeño botón que con un movimiento sirve para abrir y cerrar las hendiduras del dispensador, que tiene como punto de desfogue la parte inferior del cepillo, no es eléctrico.

Liquid-Brush es un producto novedoso, innovador, muy útil y práctico, pensando en que las mujeres de hoy necesitan productos que faciliten todas sus labores, brindándole mejor desempeño y ahorro de tiempo.

2.2 Diseño del instrumento de medición

El diseño de estudio, se realizó a través de encuesta, con la supervisión y auditoria de los colaboradores de CEM, en ella se tuvo en cuenta el target al que va dirigido el producto Liquid-Brush.

La encuesta contiene una serie de preguntas abiertas y específicas, para conocer los ideales que tiene el mercado al que va dirigido, esto proporciona la información

necesaria a nuestra empresa, que consiste en llegar a tener una idea global de la necesidad y aceptación de nuestro producto.

(Anexo encontrará muestra del documento en mención).

De acuerdo con los resultados se tuvo en cuenta como puntos de venta favorables los almacenes de cadena y almacenes especializados en venta de productos de aseo.

Descripción de la metodología utilizada para el sondeo del mercado

Con el fin de adquirir la información necesaria para el mercadeo del Cepillo Liquid-Brush, y conforme al punto anterior, se desarrollo la encuesta, teniendo como punto de referencia los almacenes de cadena, que es allí donde se encuentra el mercado potencial para nuestro producto Liquid-Brush.

En primera instancia fue necesario realizar una encuesta piloto, a partir de esta se desarrollo una encuesta general, donde se tomó dos puntos Exito 80, y Cafam Suba, realizando un bloque de 250 encuestas, para obtener un porcentaje decisivo y trabajar sobre estos parámetros con el fin de lograr éxito en nuestro producto.

Resultado cualitativo y cuantitativo del sondeo mercado:

RESULTADO CUALITATIVO: Según las encuestas realizadas, el producto logra una posición innovadora y atractiva, lo que responde al objetivo de aceptación por su comodidad, su economía y sobre todo su rapidez, para realizar la actividad del lavado de ropa.

Como se trata de satisfacer una necesidad, no se enfoca tanto el lavado de las prendas, sino a la economía y al tiempo, pues las personas hoy en día no cuentan con mucho tiempo para hacer los quehaceres domésticos, a lo que nosotros respondemos con este producto.

RESULTADO CUANTITATIVO: Teniendo en cuenta las encuestas realizadas, estas nos arrojan los siguientes resultados en porcentajes % según el tamaño de la muestra, 211 personas encuestadas.

ENCUESTA CEPILLO PARA ROPA LIQUID-BRUSH

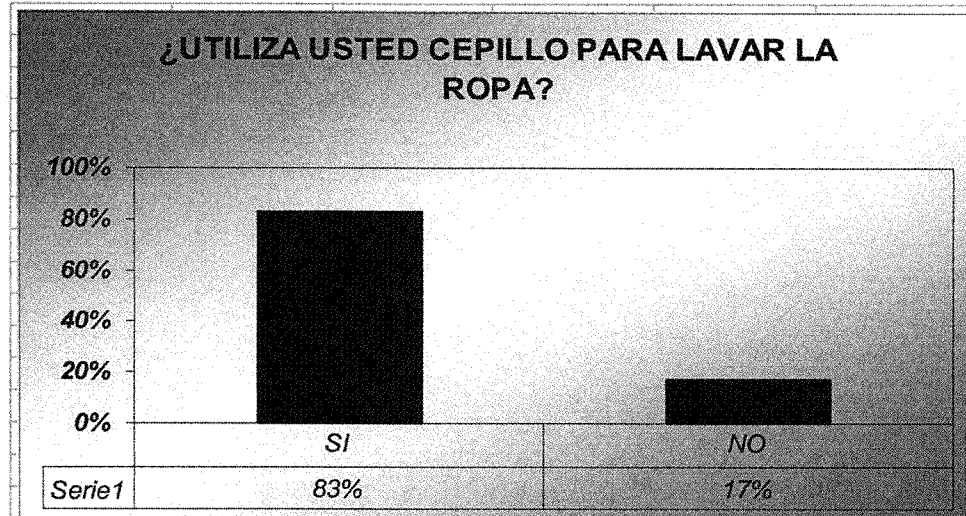
PILOTO

No.	Pregunta	SI	NO	A	B	C	D
1	¿Utiliza usted cepillo para lavar la ropa?	13	2				
2	¿Con qué frecuencia lo utiliza?				1	7	7
3	¿Que tipo de jabón utiliza?				4	11	
4	¿Cree usted que se desperdicia mucho jabón o detergente al realizar esta actividad?	8	7				
5	¿Usa usted algún dispensador de jabón?	0	15				
6	¿Se le ha presentado algún inconveniente al usar el cepillo y el jabón al mismo tiempo?	6	9				
7	¿Que tan interesado estaría en adquirirlo?				10	4	1
8	Si el producto le interesa. ¿Cómo le gustaría que fuera?				0	14	0
9	De que color le gustaría que fuera?				4	2	1
10	¿Cómo le gustaría que fueran las cerdas?				8	4	2
11	¿Ha conocido / visto este producto en el mercado?				0	14	1
12	¿En que lugares preferiría encontrar el producto?				7	8	0
13	¿con cual se quedaría cepillo: dispensador o tradicional			N=13		0	2
14	¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el.				6	6	3

D Indiferente

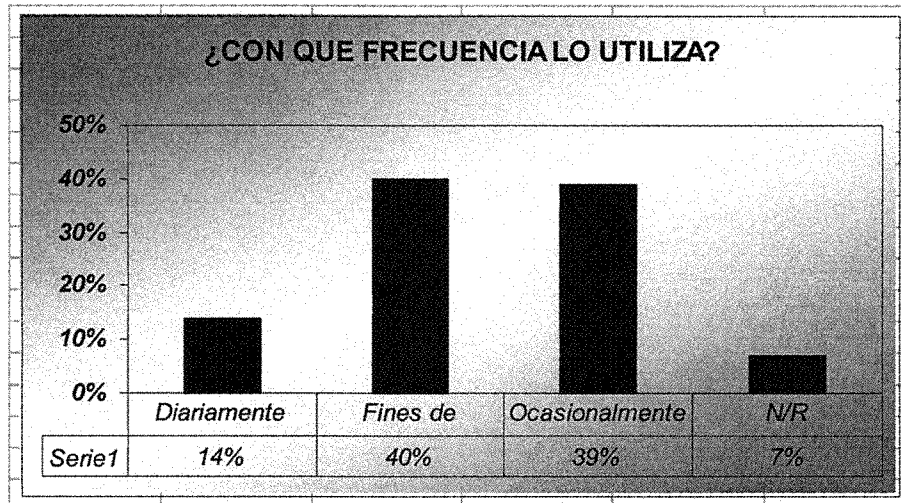
Resultados tabulados de encuestas piloto.

1ra Pregunta



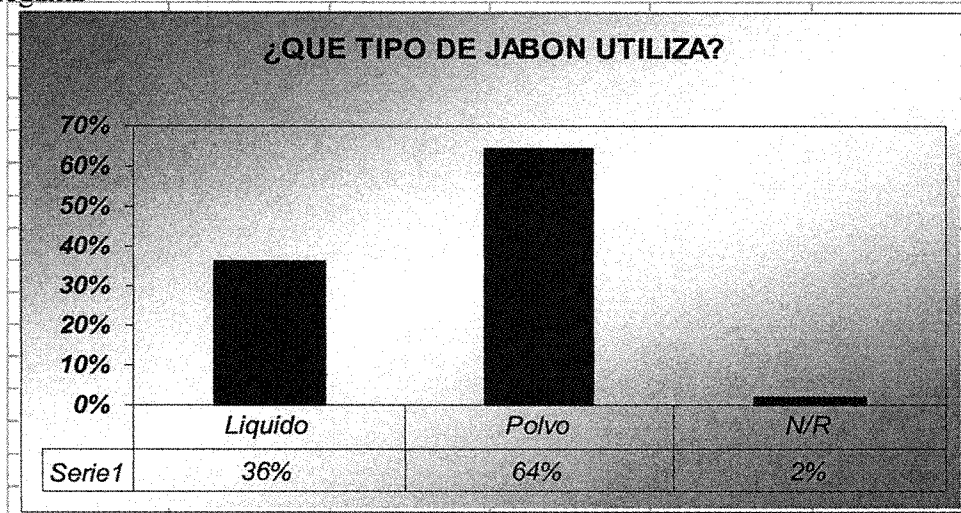
Según la respuesta a la pregunta numero 1, el 83% de los encuestados han utilizado un cepillo para lavar, lo cual nos favorece mucho para el desarrollo de nuestro producto.

2da Pregunta



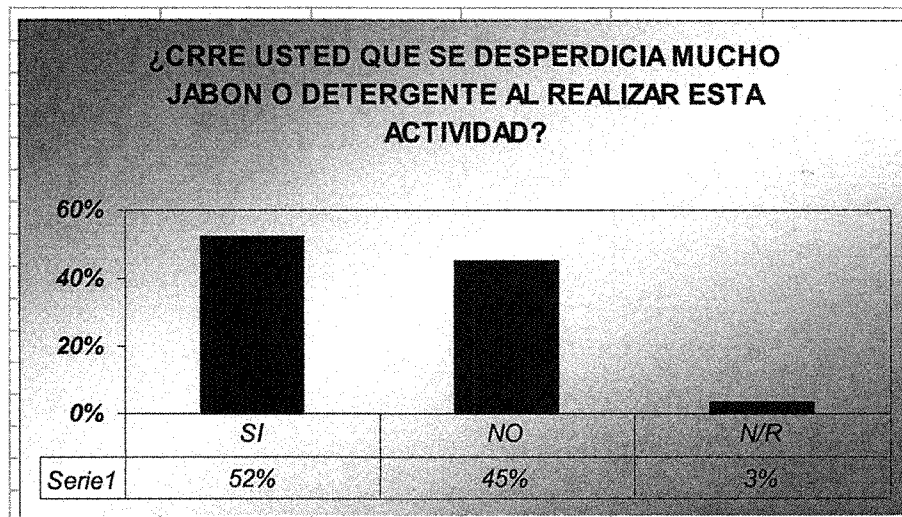
A la respuesta de la pregunta numero 2, el 40% de los encuestados respondieron que lavan la ropa fines de semana, y el 39% de los encuestados utilizan ocasionalmente el cepillo para lavar la ropa, esto no nos beneficia mucho, pero al presentarles el nuevo LIQUID BRUSH seguramente lo usaran mas veces por su comodidad.

3er Pregunta



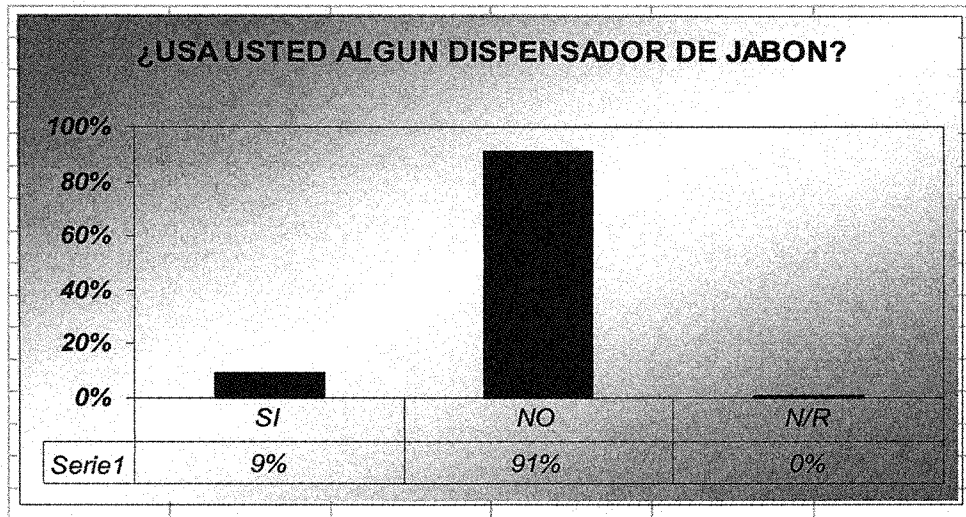
A la respuesta de la pregunta numero 3, el 64% de los encuestados se inclinan mas por el detergente en polvo sin embargo, el 36% de los encuestados prefiere jabón liquido.

4ta Pregunta



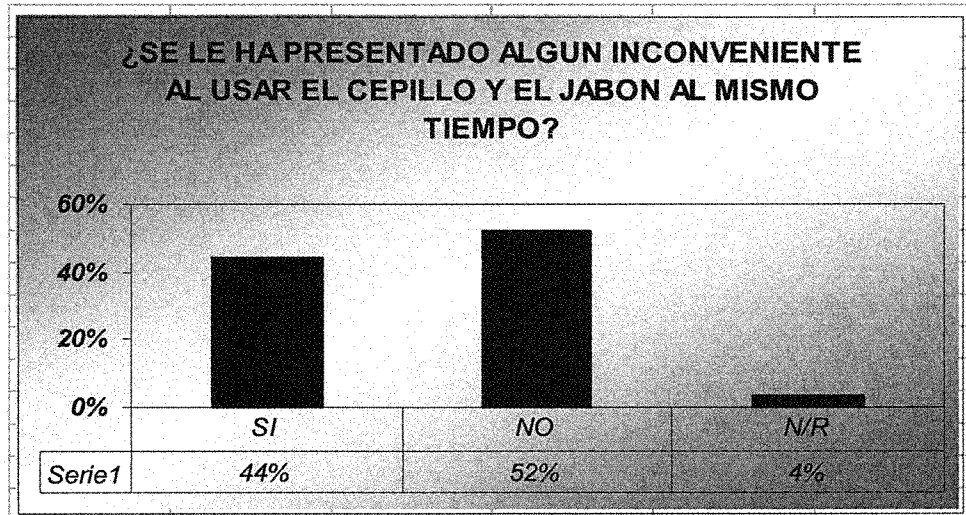
Según respondieron nuestro encuestados los porcentajes son muy similares para cada una de las respuestas, El 52% desperdicia jabón y el 45% no. Esto nos da como respuesta final que la gente desperdicia mucho jabón así haga lo posible para evitarlo a la hora de lavar la ropa.

5ta Pregunta



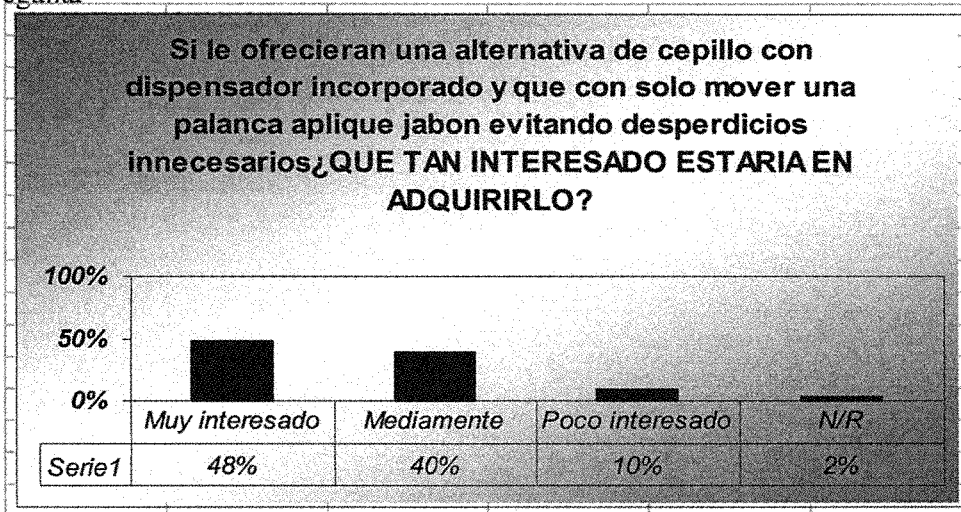
Según vemos el 91% de las personas en encuesta, en la actualidad, no utilizan dispensador para el jabón de lavar, esta razón es una por las cuales el jabón se desperdicia de forma considerable.

6ta Pregunta



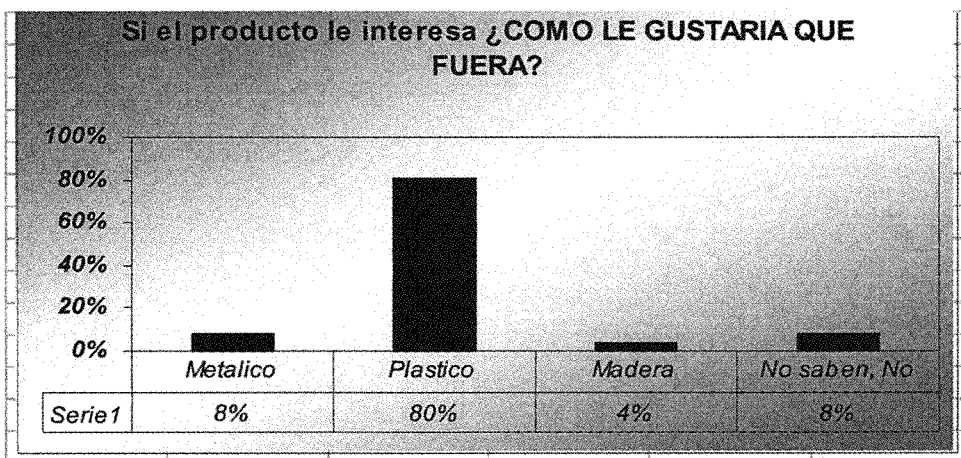
El 44% de las personas según la encuesta se incomodan mucho a la hora de lavar su ropa, se enredan con los objetos o simplemente se les caen.

7ma Pregunta



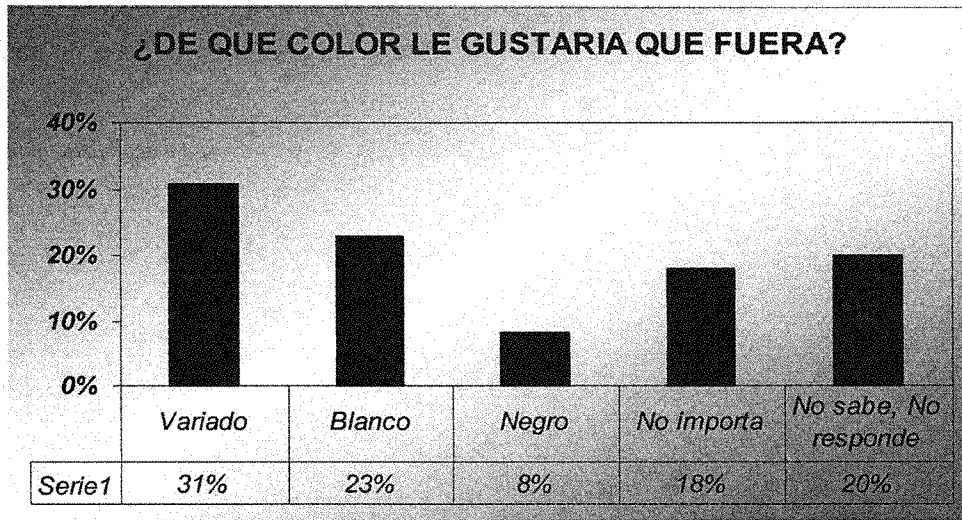
El 48% de los encuestados están interesados y el 40% medianamente. Los resultados que nos arroja este punto de la encuesta son de gran beneficencia para nosotros ya que aquí estamos comprobando que las personas si les interesa tener un producto nuevo en su casa y sobre todo muy útil.

8va Pregunta



Como se observa los porcentajes el 80% está a favor del uso del plástico para la elaboración del cepillo, esto les brinda más comodidad a las amas de casa.

9na Pregunta



Como se observa a los encuestados no les interesa mucho el color de nuestro cepillo, 31% de los encuestados prefiere los colores variados, un 23% los prefiere blanco, un 18% le es indiferente, por tal razón es conveniente manejar el color del cepillo de varios colores para el gusto de cada quien.

10ma Pregunta



Según los resultados de este punto de la encuesta el 48% de las personas prefieren las cerdas del cepillo suaves ya que estas no maltratan la ropa como las cerdas del cepillo tradicional. Esta es otra ventaja que ofrecemos a nuestros clientes.

11va Pregunta



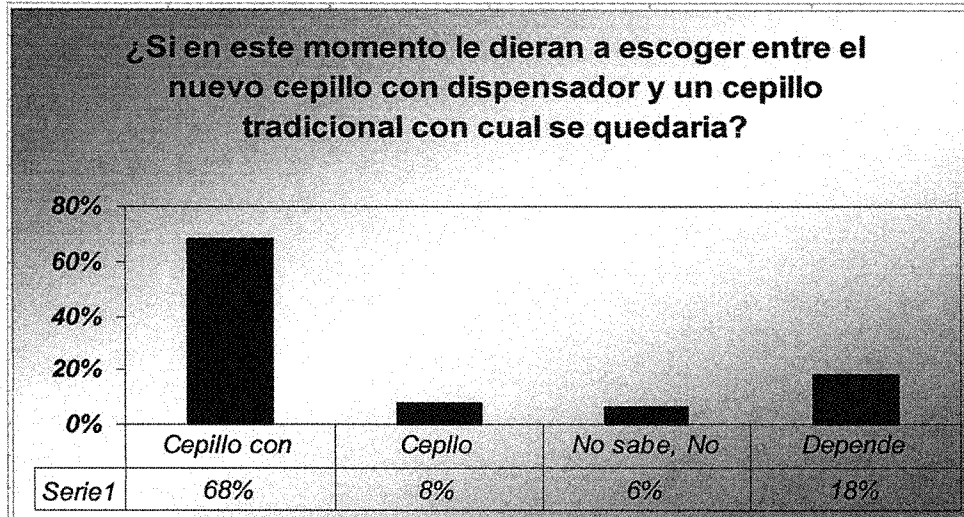
Este punto es crucial para la realización de nuestro proyecto, como se observa el 96% de los encuestados no tienen conocimiento ni han visto un cepillo que les ofrezca las ventajas que el nuestro les ofrece.

12va Pregunta



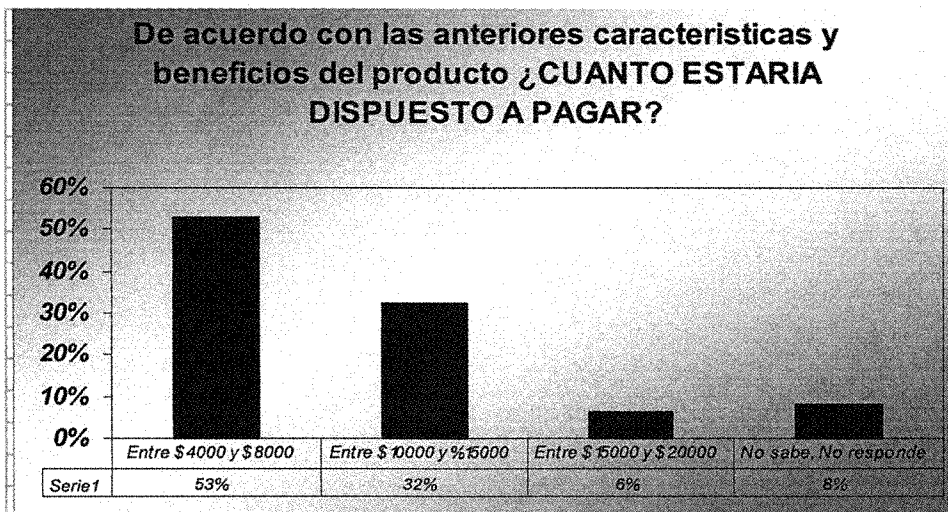
Se obtuvo que el 48% lo obtuvo en almacenes de cadena, son los más visitados por los encuestados es por esta razón que a estas personas les gustaría ver nuestro producto en uno de ellos ya esto les da facilidad a la hora de adquirirlo, un 33% en tiendas y supermercados y un 12% en almacenes especializados.

13va Pregunta



Liquid Brush a creado una gran expectativa es por eso el 68% de los encuestados han elegido tener nuestro producto si tuviesen que elegir.

14va Pregunta



Según los resultados el 53% de los encuestados un gran porcentaje de ellos estarían dispuestos a pagar entre \$8000 y \$10.000 por nuestro producto.

2.6. Análisis de las 4p's

Aquí se analizarán las llamadas 4 Ps, Producto, Precio, Plaza y Promoción.

2.6.1. Producto o servicio

Ha llegado el momento de enfrentar el siglo XXI, el nuevo milenio.

Bienvenidos al nuevo milenio.

Una era de competencia feroz, de fusiones que generan megaconglomerados, de rivales con productos tan buenos como los nuestros.

Y ya no es cuestión de sólo sobrevivir en un mercado altamente competitivo sino de ganar todas las batallas y al final la guerra.

Queremos más consumidores a nuestro haber. Queremos más productos entregados a satisfacción. Queremos más presencia y mayor penetración en el mercado.

Debemos proyectar un grupo sólido y poderoso, pero discreto en el buen sentido de la palabra.

Poderoso para que quienes nos compran sientan que hay un gigante amable detrás de cada Liquid Brush.

Un grupo sólido y dinámico a la vez que cambia con los tiempos. Que evolucione. Que salga de su concha prehistórica y comience a enfrentarse a las realidades de mercadeo, demanda, oferta y consumo.

La tarea no es fácil. Debemos proyectar una sombrilla que ampare la marca que producimos y distribuimos. Una marca, muchos colores, muchos símbolos, muchas imágenes bajo un sólo techo, todas buscando sobresalir pero en armonía. Suena fácil.

Aquí abrimos un capítulo nuevo para Easy Plastic.

¿Qué es identidad corporativa,?

Comienza la prosa. Cada empresa tiene un identidad que existe en la mente del público.

Esta identidad es influenciada por todas las actividades de la empresa. Por eso es importante proyectar una imagen consistente con sus metas y objetivos.

importante proyectar una imagen consistente con sus metas y objetivos.

El diseño es marca que tiene gran influencia en la identidad corporativa. Obtenemos la imagen de una persona de acuerdo a su físico, a su estatura, o a sus expresiones. Igual con las corporaciones.

Un programa exitoso de diseño coordina todos los aspectos visuales de la empresa, para crear un estilo claro y preciso que contribuye a crear esa imagen corporativa deseada.

Objetivos del Programa de Identidad.

El objetivo del Programa de Identidad Corporativa de Easy Plastic Ltda es proyectarse como una empresa progresiva, bien administrada, rentable, que será altamente reconocido en Colombia y próximamente en el exterior gracias a la calidad de sus empleados y productos.


Para lograr este objetivo, el Programa de Identidad Easy Plastic Ltda desarrollará expresiones de diseño propias para todo lo identifique como empresa, tales como fachadas, señales, puntos de atención y servicio, material impreso y empaques.

El programa de diseño básico.

Consistente con los objetivos del programa de Identidad Corporativa, las metas son:

1. Incrementar el reconocimiento de la marca Easy Plastic y su producto.
2. Expresar los conceptos de calidad y progreso en toda la comunicación hacia clientes, empleados y competencia.
3. Unificar la aparición en puntos de venta a nivel nacional.

Liquid Brush


 Easy plastic

EL LOGO

Dos palabras - Liquid Brush - Una tipografía especial.

Un sistema de comunicación de diseño

La tipografía: Moderna.

Un grafismo que acompaña y denota en si las bondades del producto.

Las gotas simulan el dispensador.

Los colores sobrios, cálidos y lo más importante ecológicos

El nombre: Liquid Brush. Una institución. Un grupo. Sinónimo de respetabilidad.

Sinónimo de tradición: el nombre por excelencia.

2.6.2. Precio

Viendo el posicionamiento que tiene algunos productos similares, como los cepillos sencillos y los detergentes, el producto que nosotros ofrecemos:

Es de buena calidad.

Ahorra tiempo.

Es económico.

Es cómodo.

Es estético.

El precio elegido influye directamente en la decisión de lanzamiento del producto y determina su permanencia en el mercado.

El precio sugerido al público es de \$12.000 según los costos de fabricación que este requiere, además por las encuestas, existe una comparación de precios sugeridos al público que nos muestra unos rangos sobre los cuales incurrir en un precio justo es decir gana la empresa y gana el cliente.

2.6.3. Plaza

(Estrategias para Distribución y Canales de Distribución)

Gracias a TLC y a la apertura económica el plástico es un material que se consigue a bajos costos además es uno de los productos que más aceptación ha tenido en el público colombiano, ya que el país se ha dado cuenta del tema ecológico y lo que significa no cuidar nuestros recursos naturales.

Guiados por estas premisas pensamos tener una penetración masiva en medios de comunicación para lograr posicionamiento de marca utilizando para ello:

- Inicialmente distribuidores mayoristas y minoristas de productos de aseo, con quienes las gestiones de comercialización son más asequibles.
- Logrando posicionamiento en el mercado se llegará a hipermercados y almacenes de cadena, quienes nos exigen requisitos más dispendiosos
- Supermercados
- También, teniendo en cuenta los estratos y la facilidad para adquirir el producto y así poder distribuirlo en lugares clave para ir logrando el posicionamiento del producto junto con promociones de lanzamiento.

2.6.4. Promoción

Estrategias, Material Publicitario, Muestras y otros.

Objetivos:

Informar a los clientes.

Persuadir a las personas con el producto.

Hacer que la gente recuerde el producto.

Decisiones:

- Organizar el presupuesto para alcanzar los objetivos.
- Generar competencia.

Mensajes:

El contenido del mensaje será de tipo racional haciendo alusión a las bondades físicas del producto; también se manejaran sentimientos como la Felicidad para adquirir el producto.

Medios:

Se puede utilizar medios escritos

- Volantes media carta sectorizados de acuerdo a la encuestas
- Publicidad en una publicación.

e) Promoción Merchandising:

Es de donde ubicaremos el producto, en stand es el lugar dentro de los almacenes, lo mas recomendable seria un bloque con publicidad en la entrada después de los impulsores.

- Demostraciones para que los clientes vean su funcionalidad.
- Merchandising para compradores

2.7. Grupo objetivo o target.

Explicación de la segmentación:

2.7.1. **Factor Geográfico:** nacional Urbano, es decir es para todo el país pero es a su vez de uso cotidiano.

2.7.2. **Factor socioeconómico:** Para el sexo Femenino preferiblemente, solteras y casadas sin distinción de raza o credo. Es aquí donde se hace énfasis sobre la asequibilidad del producto pues es para todas las personas sin distinción alguna.

2.7.3. **Factor Comportamiento:** Se cubren necesidades básicas a los clientes haciendo posible lo que ellos esperan del producto.

2.7.4. **Factor Psicográfico:** Como se refiere a los estilos de vida, se supone para las personas descomplicadas que necesitan tiempo y rapidez en su vida.

2.8. Análisis de la competencia.

Nuestra Empresa

Otras Empresas

- **El Producto:**

- Es novedoso
- Es cómodo
- Es económico

- Es lo convencional.
- Es normal
- Es económico.

- Ahorra tiempo
- Es fácil de adquirir
- Se encuentra casi en todos los almacenes.
- Cubre necesidades de las personas y su Ritmo de vida.
- No maltrata la ropa.
- Se gasta mucho detergente.
- Es fácil de adquirir.
- Se encuentra fácil.
- Es un poco incomodo
- Deteriora la ropa.
- Ya no se usa casi.

8. DOFA

Situación	Descripción	Alta	Media	Baja
Debilidades (las propias de la empresa)	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa Joven. • Imagen Nueva. • No disponibilidad de Merchandising. • Es un poco experimental el producto. 	X	X X	X
Oportunidades (las del medio)	<p>Situación económica. Necesidad de tiempo. Fácil accesibilidad. Es un producto no antes visto. Nadie tiene la idea original.</p>	X X		X
Fortalezas (las de la empresa)	<ul style="list-style-type: none"> • Producto Novedoso. • Se ofrece calidad. • Es un producto cómodo. • Se ofrece economía. • Se tienen buenos colaboradores. • Existen buenos proveedores. 			
Amenazas (las del medio)	<p>Situación económica. La competencia con productos convencionales. El tratado de libre comercio (TCL). Políticas del</p>			

	gobierno. La sociedad, desconfianza.			
--	--------------------------------------------	--	--	--

2.9 Conclusiones

Ya terminada la parte correspondiente a mercadeo, podemos concluir:

El producto es innovador y novedoso.

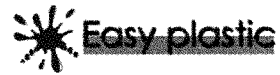
Tiene aceptación por parte del público gracias a las ventajas que se le ofrece.

El claro que el público incluido en la encuesta no ha visto un cepillo con dispensador, y una minoría no lo sabe.

Debido a la aceptación del público, se puede concluir que el Proyecto puede tener un curso normal, con índice de ser un buen proyecto y llegar a alcanzar metas en el mercado y en lucro.

Capítulo 3

Producción y Diseño



INTRODUCCIÓN

Después de realizar el análisis de mercadeo que comprendía el segundo capítulo de análisis de para la empresa Easy-Plastic Ltda, entraremos a estudiar un tercer capítulo correspondiente al desarrollo de la producción del producto y la función de la empresa.

Easy-plastic Ltda como se ha mencionado, se encarga de diseño de cada una de las piezas que lanza al mercado, en este caso del cepillo de para el lavado de la ropa LIQUID-BRUSH, sin embargo, para el ensamble y elaboración de este se contrata a un satélite, que cuenta con la infraestructura necesaria para la producción de elementos de plástico para moldeado por inyección, que es el utilizado para esta novedosa pieza.

3.1. Diagrama del proceso de elaboración del producto.

Aquí se detallará en que consiste y como se realiza la elaboración de la pieza por medio de inyección a presión.

Explicación:

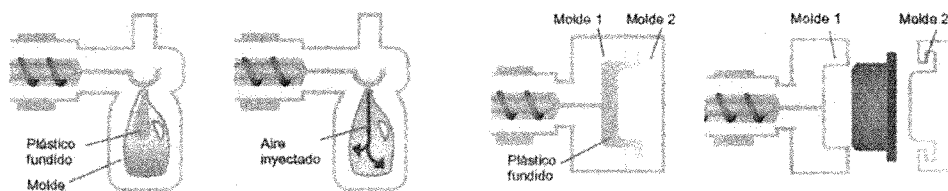
El material de plástico se calienta hasta el punto de fusión, se inyecta a una alta presión en moldes con refrigeración, donde se enfría y se solidifica con la forma del cepillo.

El molde se construye en dos mitades que se separan después de la inyección para retirar el artículo de plástico.

En este momento se incluye la pieza plástica para dosificador de jabón.

El proceso genera residuos sólidos, filtraciones de aceites hidráulicos y la utilización de aceites de refrigeración de herramientas.

Diagrama:



3.2. Definición del tiempo unitario de producción del producto.

Teniendo en cuenta que la fabricación de la pieza está en manos de un satélite que cuenta con la planta adaptada, necesaria para la producción de Liquid Brush. Se concluye que la elaboración de cada pieza cuenta con un tiempo estimado de 12 minutos 33 segundos más enfriamiento de 7 minutos (total aproximados, se tiene en

cuenta que el ciclo es de una máquina rotativa que saca producción en bloque o por lotes de N número de unidades (aproximadamente 30 unidades) en serie, con un lapso de 5 minutos para la entrada de cepillo por cepillo.

De esta manera se habla de una producción de 30 a 40 cepillos de buena calidad, en el transcurso de un día, para lograr una producción de 790 a 800 cepillos mensuales.

Medición de tiempo durante el proceso

No	Actividad	Operación	Inspección	Demora	Almacén	Transport	Dist mts	Tiemp seg
1	Desplazamiento materia a A					X	5	1800
1.1	Proceso del plástico	X						18000
1.2	Revisión del proceso		X					600
2	Transp. plástico procesado					X	2	1800
2.1	Moldeo por partes	X						2700
2.2	Cambio de moldes			X				300
2.3	Revisión del proceso		X					600
2.4	Transport de partes de B-C					X	5	1800
3	Enfriamiento de partes C			X				21.600
3.1	Revisión de partes		X					900
3.2	Clasificación	X						1200
3.3	Alistamiento de partes				X			600
4	Transporte partes a ensamble C a D					X	5	1800
4.1	Clasificación y ensamble	X						1800
4.2	Revisión de ensamble		X					300
5	Transporte a E					X		300
5.1	Acabado de desperfectos	X						3600
5.2	Revisión de acabados		X					300
5.3	Reclasificación de producc.			X				600
5.4	Alistamiento para enfriamient				X			3600
6	Transporte a Bodega F							600
6.1	Revisión para inventario		X					900
6.2	Disposición de venta				X			

Planta de Producción

Ç Almacén

A Proceso plástico

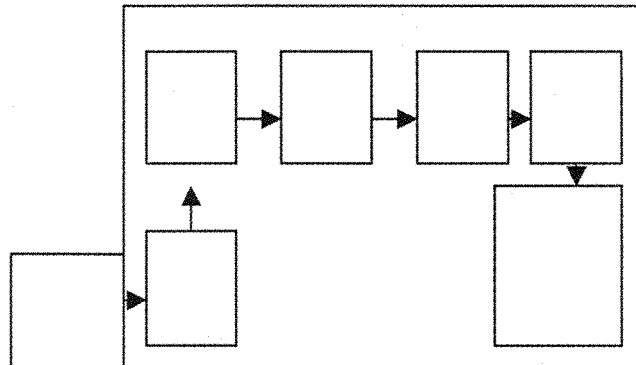
B Moldeo

C Enfriado

D Ensamble

E Acabado

F Almacenamiento



3.3. Descripción de requerimiento de material, insumo y mano de obra.

- Como elemento esencial es el plástico, que se compone de grandes moléculas formadas por la unión de otras más sencillas y resulta muy útil en la producción, el plástico se consigue a través de la reacción química de derivados del petróleo y se moldea mediante calor o presión.
- Cerdas en nylon de alto calibre y fibra plastic.
- Elementos como moldes o prensas proceden de la parkesina(xilonita) y algunos se producen a partir de materiales naturales como la madera.
- Energía
- Seguridad Industrial (guantes, overoles, botas , ventiladores)
- Cajas
- Bolsas transparentes
- Marquillas con Logo

3.4. Análisis de proveedores.

Para la elaboración del cepillo para lavar ropa LIQUID-BRUSH, fue necesario acudir a la cotización de elaboración de la pieza según el diseño, a algunas opciones de proveedores, para así llegar a tomar la mejor decisión. Entre ellos se encuentran como opción:

Vanyplas

Sede Bogotá

Como referencia es una compañía con una trayectoria de 30 años produciendo elementos plásticos para el aseo.

Trabajan bajo pedidos al por mayor que de acuerdo a nuestro producto lo manejarían en paquetes de 24 unidades. Sus precios son relativamente cómodos, aunque nos aseguran que para un pedido de pocas unidades son mucho más costosos, más porque deben mandar hacer el molde para el cepillo con nuestras características, esta pendiente la cotización por escrito.

Hasta ahora es el camino más viable.

Industrias Cory

Planta en Medellín

Es una compañía antioqueña fundada hace 10 años, dedicada a la producción de elementos de aseo. Se les planteó las características del cepillo, aunque nos aseguran que se comprometen a realizar los moldes, pero que debemos hacer una cotización que realmente se justifique y garantizar que serían un proveedor activo, debido a los costos, o quizá la opción que ellos reproduzcan la pieza.

3.5. Prototipo del producto o servicio.

El prototipo (diseño) del Cepillo con dispensador llamado LIQUID-BRUSH, producido por EASY-PLASTIC Ltda, se encuentra en el mismo trabajo en los documentos anexos.

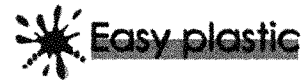
3.6. Plano de distribución de la planta.

El siguiente constituye el plano de la planta, en este caso las oficinas, donde funcionarán las instalaciones de Easy-Plastic Ltda, allí funcionarán las siguientes áreas:

Diseño, finanzas, gerencia, comercial / mercadeo, recepción y Almacén del producto.

Capítulo 4

Organización y anexos legales



INTRODUCCIÓN

En este capítulo se especifica la estructura de conformación de la empresa, como organización en todas las fases, teniendo como puntos de referencia localización, las áreas administrativas, y los aspectos y documentación legales que son obligatorios para el funcionamiento de la empresa.

4. Organización (Estudio técnico).

En este punto se valorará la empresa, como planta de trabajo y se estipula como esta constituida y estructurada.

4.1. Nombre y características de la empresa.

EASY PLASTIC LTDA

Un grupo sólido y dinámico a la vez que cambia con los tiempos. Que evolucione. Que salga de su concha prehistórica y comience a enfrentarse a las realidades de mercadeo, demanda, oferta y consumo.

Nuestro grupo ha cambiado. Y por ende, debe tener una imagen que vaya acorde con su nueva estrategia de crecimiento y de consolidación de sus marcas en todas las regiones donde hoy tenemos una presencia significativa o no.

La tarea no es fácil. Debemos proyectar una sombrilla que ampare la marca que producimos y distribuimos. Una marca, muchos colores, muchos símbolos, muchas imágenes bajo un sólo techo, todas buscando sobresalir pero en armonía. Suena fácil.

4.2. Visión, misión, valores y objetivos a un año.

Misión

Ser la empresa líder en diseño, comercialización y distribución de cepillos con dispensador de excelente calidad, para satisfacer las necesidades del mercado colombiano, prestando un servicio eficiente y logrando la total satisfacción de nuestros clientes, nuestro personal y la comunidad en general

Visión

EASY PLASTIC Ltda se mantendrá en el mercado colombiano como una empresa competitiva, reconocida por el liderazgo de sus productos.

Permanecer con el compromiso integral de la calidad de sus productos y excelencia en el servicio a sus clientes.

Desarrollar continuamente una organización ágil, eficiente y flexible; que asegure el desarrollo humano del personal y el compromiso de nuestros socios.

Generar un compromiso de todos los colaboradores de la empresa de acuerdo a los objetivos y valores de la compañía.

Creer de una manera sostenida el volumen de ventas de los productos que elaboramos para así ganar mayor participación dentro del mercado colombiano y generar mayores beneficios.

Política de calidad

Conocer y satisfacer plenamente las necesidades de nuestros clientes, excediendo sus expectativas de servicio, creando canales de comunicación efectivos y respondiendo sus inquietudes en forma eficaz y oportuna.

Objetivos de calidad

Entregar a nuestros clientes un producto en óptimas condiciones ofreciendo como valor agregado un servicio de calidad.

Implementar planes de acción con el fin de conocer las necesidades y las variaciones tanto del mercado como de nuestros clientes.

Destinar los recursos técnicos y humanos necesarios para el cumplimiento de los compromisos adquiridos con nuestros clientes.

Generar las condiciones apropiadas para el desarrollo humano y laboral de los trabajadores de la compañía.

Crear canales de comunicación efectivos con el fin de conocer y aumentar el nivel de satisfacción de nuestros clientes.

Objetivos a un año

Ampliar nuestro portafolio de productos, garantizando siempre a nuestros clientes practicidad y utilidad en cada uno de ellos.

Contar una empresa sólida y estructurada, se entiende que los primeros meses aunque difíciles, marcan el camino para seguir un curso, y en un año realmente estará consolidada.

Tener la oportunidad de generar empleo, vinculando personal en todas las áreas, de acuerdo a los requerimientos, con el fin de fomentar progreso para el país.

Entre un mediano y largo plazo, construir una planta propia de producción, con el fin de contar con una estructura integral, para ofrecer mejor servicio, desde el momento del pedido hasta que es entregado a satisfacción del cliente.

4.3. Tipo de sociedad seleccionada, justificación minuta (Explicar aporte social).

Sociedad Limitada

Régimen Común

Aporte social

Las fuentes de financiación utilizadas en el proyecto están distribuidas de la siguiente manera:

Viviana María Guerrero	\$4.000.000.00
John Alexander Barrera	\$4.000.000.00
Liria Mónica Valderrama	\$4.000.000.00
Préstamo Entidad	\$18.000.000.00
Total	\$30.000.000.00

Diligenciamiento de documentos de Cámara y Comercio

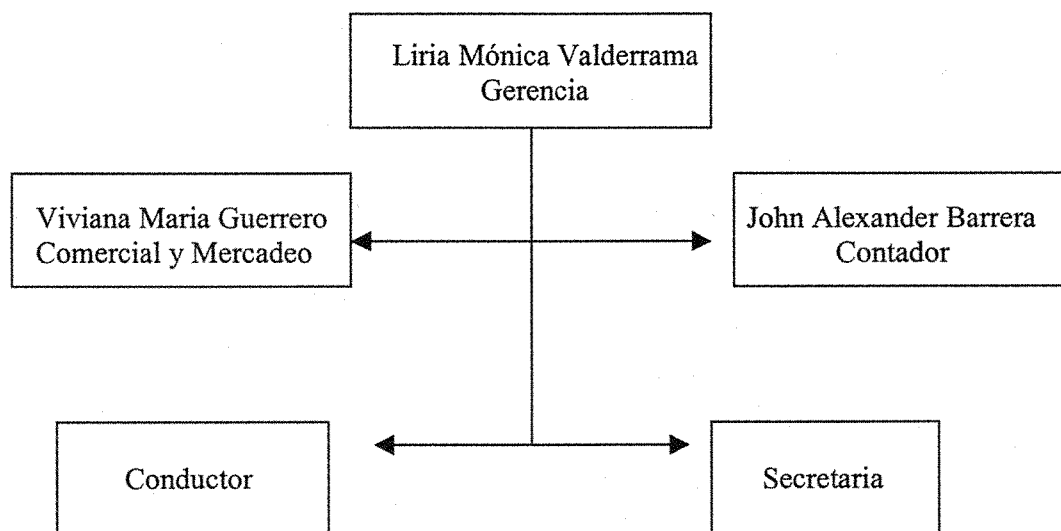
Permisos de acuerdo a tipo de empresa.

Se hizo la revisión de documentación necesaria para la conformación de la empresa, teniendo en cuenta todo aspecto legal de acuerdo al servicio que ella presta.

En primera instancia se verifico en los listados de empresas que no haya constituida en este momento una con nombre similar al de Easy -Plastic Ltda..

*Documentos adjuntos (sección anexos)

4.5. Organigrama de la empresa



4.6. Descripción de funciones de cada área

Gerencia:

Esta completamente enterado de los movimientos de la empresa, saber como es el procedimiento en cada área, estar al tanto de la producción y a su vez de los movimientos comerciales que con ella se efectúan. Conocer el estado de cuentas, balances, perdidas, si las hay.

Manejo de Proveedor cuando se trata de altos cargos, comprometerse con sus clientes y en su momento dialogar con los mismos. Búsqueda de nuevos mercados, a partir de su perfil. No olvidar que sus empleados y sus clientes son un conjunto de que debe estar pendiente.

Administrativo:

Manejar cuentas bancarias, todo lo relacionado con la empresa y los empleados, manejar proveedores, estar pendiente de todo lo relacionado con los parafiscales, DIAN, IVA, servicios públicos, gastos de la empresa, pagos. Coordina todo con el auxiliar de contabilidad y/o a su vez con el contador.

Comercial / mercadeo:

Manejar todas las cuentas comerciales de la empresa, por ejemplo a los clientes, visitarlos, ofrecer los servicios explicándoles todo a cerca del producto o el funcionamiento del objeto o aparato que se venda, cotizarles los productos que se venden, elaborar temas u objetos que el cliente solicite, con tarifas competitivas.

Recepción

Manejo del conmutador, llamadas nacionales e internacionales, servicio de fax, recepción de correspondencia, despacho de correspondencia, entrega de cheques, estar pendiente y recibir visitantes, estar pendiente del material que entra, estar atenta de los despachos de correspondencia o pedidos, tomas mensajes, tener inducción de logística.

4.7. Conclusiones

Se puede concluir que se comienza con una de las partes más complicadas, debido a que son la raíz de la empresa, por lo tanto hay detalles que nos se deben descuidar.

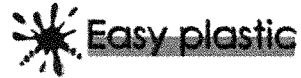
La empresa queda organizada en cuanto a su estructura(organigrama), lo que permite tener una lectura clara de las labores que se desempeñarán al igual que sus funciones atinentes a cada cargo.

El cepillo resulta atractivo para algunas personas, y esto nos da una idea que realmente se debe llevara cabo, aunque requiere de muy buenos recursos.

Se debe considerar que la documentación es bastante, y que se requiere de algún tiempo para realizar los trámites. De la misma manera hay documentos que nos los expiden hasta que ya esté consolidada.

Capítulo 5

Costos y Finanzas



INTRODUCCIÓN

En este capítulo se realizó un estudio detallados de costos y finanzas, entre estos es precio de Liquid Brush, y todos los gastos iniciales para el funcionamiento de la empresa.

Se encuentran estipulados los gastos administrativos, parafiscales, y adicionales como mantenimiento y gastos obligatorios mensuales.

Finalmente el balance esta dado con proyección para los próximos 5 años.

5. Definición del precio unitario.

Este se encuentra definido en la primer parte de los anexos financieros, donde se tuvo en cuenta la materia prima utilizada por cada unidad de Liquid Brush y sus valores unitarios, de tal manera se obtuvo el valor aproximado de cada unidad, teniendo en cuenta que lo elabora un outsourcing

Se tuvo en cuenta el precio acogido por los posibles compradores, de esta manera se llegó al acuerdo que cada Liquid Brush tiene un valor comercial de \$12.000.00, precio para mayoristas de \$9.964.

Documento adjunto

5.1. Flujo de caja neto proyectado.

Documento adjunto.

5.2. Flujo de efectivo.

Documento adjunto.

5.3. Balance Inicial

Se encuentra estipulado el balance con el que se inicia el Proyecto(empresa).

Documento adjunto.

5.4. Indicadores financieros

Entre ellas la Tasa Interna de Retorno donde se tiene en cuenta la inversión realizada en el proyecto, con una tasa de retorno de 47%, favorable de acuerdo a los estándares actuales, lo que quiere decir que el proyecto es rentable, ya que la tasa del mercado es de 10%.

Documento adjunto.

5.5. Estado de Pérdidas y Ganancias

Documento adjunto

5.6. Descripción de las fuentes de financiación-monto aporte social

Las fuentes de financiación utilizadas en el proyecto están distribuidas de la siguiente manera:

Viviana María Guerrero	\$4.000.000.00
John Alexander Barrera	\$4.000.000.00
Liria Mónica Valderrama	\$4.000.000.00
Préstamo Entidad	\$18.000.000.00

Total **\$30.000.000.00**

5.7. Conclusiones

De esta manera se llega a la conclusión en la parte de costos que por ser un producto innovador, y de acuerdo a la expectativa de ventas que se tiene, el proyecto es notoriamente viable, y con un estado de ganancias lucrativo para la empresa.

La inversión es real y acorde a las necesidades de la empresa, de la que se obtendría entre un mediano y un corto plazo la recuperación de la misma.

De acuerdo a los estados de cuenta y la proyección para los años siguientes, se asegura el completo el préstamo que fue otorgado por parte de la Entidad Financiera.

NOMBRE DE LA EMPRESA: EASY PLASTIC

PRESUPUESTO DE VENTAS EN UNIDADES

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
LIQUID BRUHS	8880	11544	15007,2	18008,64	21610,368	75.050
TOTAL UNIDADES	8.880	11.544	15.007	18.009	21.610	75.050
PRECIO DE VENTA UNITARIO	9.963	9.963	9.963	9.963	9.963	
TOTAL EN PESOS	88.474.949	115.017.433	149.522.663	179.427.196	215.312.635	747.754.876

FORMULA PARA CALCULAR EL PRECIO POTENCIAL DE VENTA

$$\text{PRECIO DE VENTA} = \frac{\text{COSTOS TOTALES} - (\text{COSTOS TOTALES} * \text{IMPUESTOS})}{1 - ((\% \text{ UTILIDAD DESEADO}) - (\text{IMPUESTOS}))} = \frac{\text{(M.P. + M. O. D. + C. I. F.)}}{1} = 0,39$$

$$= \frac{24.467.607,57}{0,28} = 88.973.118,44 \quad \text{SE DIVIDE ENTRE EL NUMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS EN EL MES}$$

$$\frac{88.973.118,44}{8.930} = 9.963,40 \quad \text{PRECIO POTENCIAL DE VENTA}$$

NOMBRE DE LA EMPRESA:

EASY PLASTIC

FLUJO NETO DEL PROYECTO

PERIODO: DEL AL DE 200

ACTIVOS	INSTALACIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CORRIENTE						
CAJA - BANCOS	8.232.000	-18.516.867	-15.641.325	26.825.311	84.247.761	163.317.495
CUENTAS POR COBRAR	0	4.423.747	5.750.872	7.476.133	8.971.360	10.765.632
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0	0	0	0	0	0
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	0	222.759	240.917	263.157	201.816	209.418
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	8.232.000	-13.870.360	-9.649.537	34.564.601	93.420.936	174.292.545
ACTIVO FIJO						
TERRENOS	0	0	0	0	0	0
COMPUTADORES	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000	6.700.000
- DEP ACUM. COMP.	0	2.233.333	4.466.667	6.700.000	6.700.000	6.700.000
EDIFICIOS	0	0	0	0	0	0
- DEP. ACUM. EDIF.	0	0	0	0	0	0
VEHICULOS	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
- DEP ACUM. VEHIC.	0	2.000.000	4.000.000	6.000.000	8.000.000	10.000.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.365.000	1.365.000	1.365.000	1.365.000	1.365.000	1.365.000
- DEP ACUM. M. Y EQ.	0	136.500	273.000	409.500	546.000	682.500
MUEBLES Y ENSERES	3.703.000	3.703.000	3.703.000	3.703.000	3.703.000	3.703.000
- DEP. ACUM. M. Y ENS.	0	740.600	1.481.200	2.221.800	2.962.400	3.703.000
TOTAL ACTIVO FIJO	21.768.000	16.657.567	11.547.133	6.436.700	3.559.600	682.500
TOTAL ACTIVO PASIVOS	30.000.000	2.787.206	1.897.596	41.001.301	96.980.536	174.975.045
CORRIENTE						
CUENTAS POR PAGAR	0	0	0	0	0	0
IMPUESTOS POR PAGAR	0	0	3.122.500	16.257.089	27.810.985	40.735.115
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	0	3.122.500	16.257.089	27.810.985	40.735.115
PASIVO LARGO PLAZO						
OBLIG. FINANCIERAS	18.000.000	9.000.000	0	0	0	0
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	18.000.000	9.000.000	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	18.000.000	9.000.000	3.122.500	16.257.089	27.810.985	40.735.115
PATRIMONIO						
CAPITAL	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
UTILIDAD DEL PERIODO	0	-18.212.794	4.987.890	25.969.116	44.425.339	65.070.378
UTILIDAD ACUMULADA	0	0	-18.212.794	-13.224.904	12.744.212	57.169.552
TOTAL PATRIMONIO	12.000.000	-6.212.794	-1.224.904	24.744.212	69.169.552	134.239.930
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	30.000.000	2.787.206	1.897.596	41.001.301	96.980.536	174.975.045
ESTADO DE RESULTADOS						
VENTAS		88.474.948,69	115.017.433,29	149.522.663,28	179.427.195,94	215.312.635,12
COSTO DE VENTAS		39.561.968,93	39.781.269,96	39.549.166,88	40.421.446,12	41.172.270,51
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		48.912.979,76	75.236.163,33	109.973.496,40	139.005.749,82	174.140.364,62

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	30.625.773,33	30.625.773,33	30.902.291,73	29.227.525,57	30.082.133,34
GASTOS DE VENTAS	36.500.000,00	36.500.000,00	36.845.000,00	37.541.900,00	38.252.738,00
UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	-18.212.793,57	8.110.390,00	42.226.204,67	72.236.324,25	105.805.493,28
IMPUESTO DE RENTA	-7.011.925,52	3.122.500,15	16.257.088,80	27.810.984,84	40.735.114,91
UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO	-11.200.868,05	4.987.889,85	25.969.115,87	44.425.339,41	65.070.378,37
TOTAL FLUJO NETO DEL PROYECTO	-30.000.000,00	-36.212.978,20	-10.243.862,33	34.181.477,09	99.251.855,46

NOMBRE DE LA EMPRESA: EASY PLASTIC

FLUJO DE EFECTIVO
PERIODO: DEL AL DE 200

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS					
SALDO INICIAL	8.232.000,00	-18.516.866,51	-15.641.325,20	26.825.311,03	84.247.760,83
VENTAS	84.051.201,25	109.266.561,63	142.046.530,12	170.455.836,14	204.547.003,37
REC. CARTERA DEL MES ANT.	-	4.423.747,43	5.750.871,66	7.476.133,16	8.971.359,80
TOTAL INGRESOS	92.283.201,25	95.173.442,56	132.156.076,58	204.757.280,33	297.766.123,99
EGRESOS					
COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	-	-	-	-	-
COSTO DE ELABORACION DEL CE	37.935.360,00	37.935.360,00	37.935.360,00	38.694.067,20	39.467.948,54
LUZ	20.000.000,00	21.500.000,00	22.000.000,00	22.500.000,00	23.000.000,00
AGUA	2.400.000,00	2.600.000,00	2.700.000,00	2.700.000,00	2.800.000,00
TELEFONO	2.160.000,00	2.500.000,00	2.550.000,00	2.600.000,00	2.700.000,00
ARRIENDO	15.000.000,00	16.500.000,00	16.500.000,00	17.000.000,00	17.000.000,00
INTERNET	2.400.000,00	2.400.000,00	2.500.000,00	2.600.000,00	2.600.000,00
PAPELERIA	1.320.000,00	1.333.200,00	1.346.532,00	1.373.462,64	1.414.666,52
MANTENIMIENTO/COMPUT.	150.000,00	151.500,00	153.015,00	156.075,30	160.757,56
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
GERENTE	9.000.000,00	9.000.000,00	9.090.000,00	9.271.800,00	9.549.954,00
SECRETARIA	4.296.000,00	4.296.000,00	4.338.960,00	4.425.739,20	4.558.511,38
CONDUCTOR	4.296.000,00	4.296.000,00	4.338.960,00	4.425.739,20	4.558.511,38
PRESTACIONES	9.147.840,00	9.147.840,00	9.239.318,40	9.424.104,77	9.706.827,91
AUXILIO TRANSPORTE	912.000,00	912.000,00	921.120,00	939.542,40	967.728,67
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
PUBLICIDAD	15.000.000,00	15.000.000,00	15.150.000,00	15.453.000,00	15.762.060,00
ASISTENCIA TEC/CLIENTES	900.000,00	900.000,00	909.000,00	927.180,00	945.723,60
COMERCIAL	7.800.000,00	7.800.000,00	7.878.000,00	8.035.560,00	8.196.271,20
DISEÑADOR/PRODUCTOR	3.000.000,00	3.000.000,00	3.030.000,00	3.090.600,00	3.152.412,00
AREA FINANCIERA	7.800.000,00	7.800.000,00	7.878.000,00	8.035.560,00	8.196.271,20
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-
IMPUESTOS	-	-	-	-	-
AMORTIZACIÓN PRESTAMO	9.242.867,76	9.242.867,76	3.122.500,15	16.257.088,80	27.810.984,84

PAGO MAT. PRIM. MES ANT.						
TOTAL EGRESOS	110.800.067,76	110.814.767,76	105.330.765,55	120.509.519,50	134.448.628,79	
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	-18.516.866,51	-15.641.325,20	26.825.311,03	84.247.760,83	163.317.495,20	

30000000 DATOS PARA EL CALCULO DE LA TIR Y EL VNA

18.516.866,51	-15.641.325,20	26.825.311,03	84.247.760,83	163.317.495,20
---------------	----------------	---------------	---------------	----------------

19 ASI QUEDA CONFORMADO SU BALANCE INICIAL O DE INSTALACION, POR FAVOR REVISELO PARA VERIFICAR LAS SUMAS TOTALES DEL ACTIVO Y (PASIVO+PATRIMONIO) DEBEN SER IGUALES, LA DIFERENCIA SE REFLEJA EN EL TOTAL

NOMBRE DE LA EMPRESA: **EASY PLASTIC**

BALANCE DE INSTALACION DEL AL DE 200

ACTIVOS		
CORRIENTE		
CAJA - BANCOS	6.232.000	
CUENTAS POR COBRAR	0	
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	0	
INVENTARIO DE PDTO TERMINADO	0	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		6.232.000
ACTIVO FIJO		
TERRENOS		
COMPUTADORES	6.700.000	6.700.000
- DEP ACUM. COMPUTADORES	0	
EDIFICIOS	0	0
-DEP. ACUM. EDIFICIOS	0	
VEHICULOS	10.000.000	10.000.000
- DEP ACUM. VEHICULOS	0	
MAQUINARIA Y EQUIPO	1.365.000	1.365.000
- DEP ACUM. MAQ. Y EQUIPO	0	
MUEBLES Y ENSERES	3.703.000	3.703.000
-DEP. ACUM. MUEBLES Y ENSERES	0	
TOTAL ACTIVO FIJO		21.768.000
TOTAL ACTIVO		30.000.000

PASIVOS	
CORRIENTE	
CUENTAS POR PAGAR	0
IMPUESTOS POR PAGAR	0
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
PASIVO LARGO PLAZO	
OBLIG. FINANCIERAS	18.000.000
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	18.000.000
TOTAL PASIVO	18.000.000
PATRIMONIO	
CAPITAL	12.000.000
UTILIDAD DEL PERIODO	0
UTILIDAD ACUMULADA	0
TOTAL PATRIMONIO	12.000.000
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	30.000.000

0 TOTAL DE CONTROL

NOMBRE DE LA EMPRESA: EASY PLASTIC

1 INDICADORES DE LIQUIDEZ

SON UTILIZADOS PARA MEDIR LA CAPACIDAD QUE TIENEN LAS EMPRESAS PARA CANCELAR SUS OBLIGACIONES EN EL CORTO PLAZO

2 RAZON CORRIENTE - LIQUIDEZ

R. C. = ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE =

POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL CORTO PLAZO, CUENTA CON DE RESPALDO

3 CAPITAL NETO DE TRABAJO

C. N. T. = ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE =

INDICA CUANTO LE QUEDARIA A LA EMPRESA EN EFECTIVO SI TUVIESE QUE CANCELAR TODOS LOS PASIVOS DEL CORTO PLAZO \$ -13.870.360,24

4 PRUEBA ACIDA

P. A. = (ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS) / PASIVO CORRIENTE =

POR CADA PESO QUE LA EMPRESA DEBE EN EL CORTO PLAZO, CUENTA CON DE RESPALDO SIN TENER QUE LIQUIDAR SUS INVENTARIOS.

5 INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

SU OBJETIVO PRINCIPAL CONSISTE EN EVALUAR EL GRADO DE PARTICIPACION DE LOS ACREEDORES DENTRO DEL FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA, TAMBIEN EVALUAR EL GRADO DE CONVENIENCIA QUE TIENE LA EMPRESA AL ENDEUDARSE.

6 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

N. E. = TOTAL PASIVO CON TERCEROS / TOTAL ACTIVO

ACTIVO CTE	-	13.870.360	OBLIG FINAN.	9.000.000
ACTIVO FIJO		16.657.567	IMP. POR PAGAR	-
OTROS ACTIVOS			PROVEEDORES	-
TOTAL ACTIVOS		<u>2.787.206</u>	TOTAL PAS. TERCEROS	<u>9.000.000</u>

7 N. E. = TOTAL PASIVO CON TERCEROS / TOTAL ACTIVO =

POR CADA PESO QUE LA EMPRESA HA INVERTIDO EN ACTIVOS, LOS ACREEDORES SON DUEÑOS DE CENTAVOS, O QUE LOS ACREEDORES SON DUEÑOS DE LA EMPRESA EN UN 323% , Y QUE LOS PROPIETARIOS DE LA EMPRESA, SOLO SON DUEÑOS REALMENTE DEL -223%

8 ENDEUDAMIENTO FINANCIERO

E. F. = OBLIGACIONES FINANCIERAS / VENTAS NETAS =

INDICA QUE LAS OBLIGACIONES CON ENTIDADES FINANCIERAS EQUIVALEN AL 0,10 DE LAS VENTAS NETAS.

9 **CONCENTRACION DEL ENDEUDAMIENTO EN EL CORTO PLAZO**
C. E. C. P. = PASIVO CORRIENTE / PASIVO TOTAL CON TERCEROS = 0,00

POR CADA PESO QUE LA EMPRESA LE DEBE A TERCEROS, \$ - - CENTAVOS TIENEN VENCIMIENTO EN EL CORTO PLAZO.

10 **LEVERAGE TOTAL**
L. T. = PASIVO TOTAL CON TERCEROS / PATRIMONIO = -1,45

POR CADA PESO DEL PATRIMONIO SE TIENEN DEUDAS POR \$ -1,45 , O QUE POR CADA PESO DEL PATRIMONIO LOS SOCIOS HAN COMPROMETIDO EL -145% MIDE EL GRADO DE COMPROMISO DE LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA RESPECTO A LOS ACREEDORES.

11 **LEVERAGE DE CORTO PLAZO**
L. C. P. = PASIVO TOTAL CORRIENTE / PATRIMONIO = 0,00

POR CADA PESO INVERTIDO SE TIENEN DEUDAS EN EL CORTO PLAZO DE \$ - - CENTAVOS, O QUE POR CADA PESO DE LOS DUEÑOS DE LA EMPRESA LOS ACREEDORES SON DUEÑOS DEL 0% EN EL CORTO PLAZO.

12 **LEVERAGE FINANCIERO TOTAL**
L. F. T. = TOTAL PASIVO CON ENTIDADES FINANCIERAS / PATRIMONIO = -1,45

POR CADA PESO QUE ES DEL PATRIMONIO, \$ -1,45 CENTAVOS PERTENECEN A LAS OBLIGACIONES FINANCIERAS CON LOS BANCOS.

13 **SISTEMA DUPONT**
RENDIMIENTO DE LA INVERSION = (UTILIDAD NETA / VENTAS) * (VENTAS / ACTIVO TOTAL) =
$$\frac{-0,13}{-13\%} * \frac{31,74}{31,74 \text{ VECES}} = \frac{-401,87\%}{-401,87\%}$$

LA RENTABILIDAD PROCEDE EN MAYOR GRADO DEL MARGEN DE UTILIDAD QUE DEJAN LAS VENTAS, Y NO TANTO DE LA ROTACION DEL ACTIVO TOTAL. INTEGRA UN INDICADOR DE RENTABILIDAD CON OTRO DE ACTIVIDAD PARA ESTABLECER SI EL RENDIMIENTO DEL USO DE LA EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS PARA PRODUCIR LAS VENTAS.

14 **TASA INTERNA DE RETORNO TIR**

INVERSION	-30.000.000
DIFERENCIA ENTRE INGRESOS Y EGRESOS DEL PERIODO	
AÑO1	-18.516.867 AÑO4 84.247.761
AÑO2	-15.641.325 AÑO5 163.317.495

AÑO3 26.825.311

TASA DEL MERCADO ==> 10%

ES LA TASA QUE HACE QUE EL VALOR PRESENTE NETO SEA IGUAL A CERO, ES DECIR QUE REDUCE A CERO LOS INGRESOS Y LOS EGRESOS DEL PROYECTO, INCLUYENDOSE LA INVERSIÓN INICIAL QUE REALIZARON LOS SOCIOS EN EL PROYECTO.

47%

COMO LA TASA RESULTANTE ES SUPERIOR A LA DEL MERCADO QUIERE DECIR QUE NUESTRO PROYECTO ES MÁS RENTABLE.

15 VALOR PRESENTE NETO

INVERSIÓN	-30.000.000
DIFERENCIA ENTRE INGRESOS Y EGRESOS DEL PERIODO	
AÑO1	-18.516.867
AÑO2	-15.641.325
AÑO3	26.825.311
AÑO4	84.247.761
AÑO5	163.317.495

TASA DEL MERCADO ==> 10%

PERMITE ESTABLECER LA EQUIVALENCIA ENTRE LOS INGRESOS Y EGRESOS DEL FLUJO DE EFECTIVO DE UN PROYECTO, LOS QUE SON COMPARADOS CON LA INVERSIÓN INICIAL DE LOS SOCIOS, A UNA TASA DETERMINADA. SE SUMAN LOS FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO Y SE LE DESCUENTA LA INVERSIÓN INICIAL, SI ES POSITIVO EL RESULTADO SE ACEPTA EL PROYECTO, SI ES NEGATIVO EL RESULTADO SE RECHAZA.

\$ 108.494.266

NOMBRE DE LA EMPRESA:

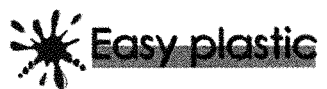
EASY PLASTIC

GANANCIAS Y PERDIDAS

PERIODO: DEL AL DE 200

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
- VENTAS	88.474.948,69	115.017.433,29	149.522.663,28	179.427.195,94	215.312.635,12
= COSTO DE VENTAS	39.561.968,93	39.781.269,96	39.549.166,88	40.421.446,12	41.172.270,51
- UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	48.912.979,76	75.236.163,33	109.973.496,40	139.005.749,82	174.140.364,62
- GASTOS DE ADMINISTRACION	30.625.773,33	30.625.773,33	30.902.291,73	29.227.525,57	30.082.133,34
- GASTOS DE VENTAS	36.500.000,00	36.500.000,00	36.845.000,00	37.541.900,00	38.252.738,00
= UTILIDAD O PERDIDA OPERACIONAL	-18.212.793,57	8.110.390,00	42.226.204,67	72.236.324,25	105.805.493,28
- IMPUESTO DE RENTA	-	3.122.500,15	16.257.088,80	27.810.984,84	40.735.114,91
= UTILIDAD O PERDIDA DEL PERIODO	-18.212.793,57	4.987.889,85	25.969.115,87	44.425.339,41	65.070.378,37

ANEXOS MERCADEO



Liquid Brush

Es un cepillo para ropa, que a diferencia de los cepillos tradicionales, este cuenta con un dispensador para líquido ya sea jabón, blanqueador, o todos los líquidos que las amas de casa suelen utilizar, para sacudir manchas o más conocido como restregar la ropa, de acuerdo a la necesidad.

ENCUESTA Cepillo para lavar

1. ¿Utiliza usted cepillo para lavar la ropa?
SI NO
2. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?
A. Diariamente B. Fines de semana C. Ocasionalmente
3. ¿Que tipo de jabón utiliza?
A. Líquido B. Polvo
4. ¿Cree usted que se desperdicia mucho jabón o detergente al realizar esta actividad?
SI NO
5. ¿Usa usted algún dispensador de jabón?
SI NO CUAL?
6. ¿Se le ha presentado algún inconveniente al usar el cepillo y el jabón al mismo tiempo?
SI NO CUAL?
7. Si le ofrecieran una alternativa de cepillo con dispensador incorporado y que con sólo mover una palanca aplique jabón evitando desperdicios innecesarios.
¿Que tan interesado estaría en adquirirlo?
A. MUY INTERESADO B. MEDIANAMENTE INTERESADO C. POCO INTERESADO
Si marcó esta respuesta termine encuesta
8. Si el producto le interesa. ¿Cómo le gustaría que fuera?
A. METALICO B. PLASTICO C. EN MADERA
9. De que color le gustaría que fuera?
A. VARIADO B. BLANCO C. NEGRO D. INDIFERENTE
10. ¿Cómo le gustaría que fueran las cerdas?
A. SUAVES B. DURAS C. INDIFERENTE
11. ¿Ha conocido / visto este producto en el mercado?
SI NO
12. ¿En que lugares preferiria encontrar el producto?
A. ALMACENES DE CADENA B. TIENDAS O SUPERMERCADOS C. ALMACENES ESPECIALIZADOS
13. ¿Si en este momento le dieran a escoger entre y el nuevo cepillo con dispensador y un cepillo tradicional con cual se quedaría?
14. De acuerdo con las anteriores características y beneficios del producto.
Cuanto estaría dispuesto a pagar por el.
A. \$8.000-10.000 B. \$10.000-12.000 C. \$12.000-15.000

Edad

Ocupación / actividad

21 - 25

Estudiante

26 - 30

Empleada

31 - 40

Independiente

40 más

Ama de casa

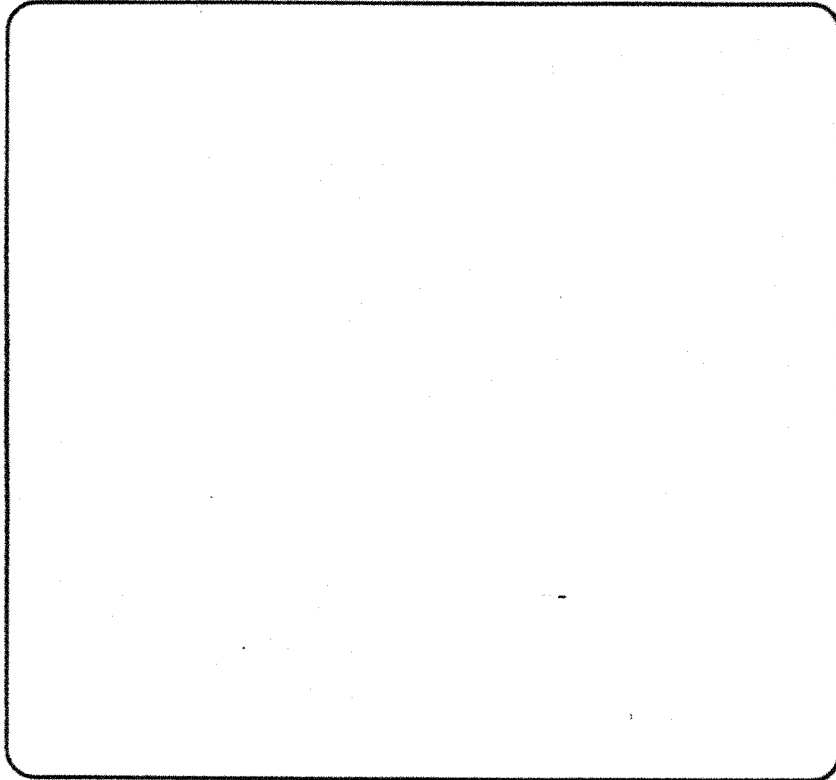
ANEXOS

10

- Comprobante de pago de la tasa de presentación de la solicitud.
- Comprobante de pago de la tasa por concepto de excedente de palabras en la publicación.
- Comprobante de pago por reivindicación de prioridad
- Certificado de existencia y representación legal cuando el solicitante sea persona jurídica.
- Poderes, si fuere el caso
- Copia certificada de la primera solicitud, si se reivindica prioridad
- Traducción simple de la primera solicitud, si se reivindica prioridad.
- Documento de cesión del inventor al solicitante o a su causante
- Descripción de la invención
- Una o más reivindicaciones
- Dibujos y/o planos necesarios
- De ser el caso, copia del contrato de acceso
- De ser el caso, documento que acredite la licencia o autorización de uso de conocimientos tradicionales de las comunidades indígenas
- De ser el caso, certificado de depósito de material biológico
- Arte final 12x12

11

FIGURA CARACTERÍSTICA:



12

NOMBRE: Liria Mónica Valderrama

FIRMA: *Liria Mónica Valderrama*
C.C. 52.440.933 T.P.