



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO
VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

Trabajo de Titulación

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTOR: FREDDY GUSTAVO VILLOA RODRÍGUEZ
TUTOR: ING. MERCEDES FREIRE RENDON, MSc**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO
VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

Trabajo de Titulación

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: FREDDY GUSTAVO VILLAO RODRÍGUEZ

TUTOR: ING. MERCEDES FREIRE RENDON, MSc

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, Febrero del 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR.

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación, “**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por Freddy Gustavo Villao Rodríguez, egresado de la facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

La Libertad, Febrero de 2015

Atentamente

.....

Freddy Gustavo Villao Rodríguez
C.C. 0926913070

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, porque él me ha dado la fortaleza necesaria, para superar los obstáculos que se presentaron en este proceso para cumplir con mi objetivo.

A mis padres, ya que con su esfuerzo y dedicación me brindaron su apoyo incondicional y motivación para terminar la carrera, a mis hermanos, mi esposa y mis hijos, quienes son el motor de mi vida y me dan las fuerzas para seguir adelante y tener un mejor futuro, impulsándome a alcanzar el éxito personal y profesional.

FREDDY

AGRADECIMIENTO

Agradeciendo a Dios por el día a día, ya que él me ha brindado conocimientos y sabiduría para salir adelante en todo lo que me he propuesto. A mis padres que con su amor, comprensión y educación han inculcado en mí valores y principios, a mis hermanos por su apoyo, mi esposa y mis hijos Bethany y Thiago que son el pilar fundamental de mi vida.

Agradezco a los docentes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, ya que han sido de gran apoyo y me han brindado sus conocimientos para concluir mi proyecto de tesis, y han contribuido con éxito esta etapa de mi vida profesional. A todas las personas y amigos que han estado conmigo en este proceso y que han sido partícipes de este logro alcanzado.

FREDDY

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
DECANO DE LA FACULTAD
CC. ADMINISTRATIVAS

CPA. Mariela Reyes Tomalá, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA
DESARROLLO EMPRESARIAL

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
PROFESOR-TUTOR

Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.
PROFESOR DE AREA

Abg. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y
VIDRIO VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

Autor: Sr. Freddy Gustavo Villao Rodríguez

Tutor: Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc

RESUMEN

Este trabajo de titulación tiene como finalidad, presentarle a la comunidad del cantón La Libertad y específicamente al taller Villalvid un plan de negocios que permita a sus propietarios optimizar sus recursos humanos, materia prima, publicidad y todo lo necesario para la buena marcha y rentabilidad del negocio. El objetivo de la investigación es proponer el plan de negocio como mejora de los procesos administrativos para el taller de aluminio y vidrio “Villalvid” creado ya hace diez años. Para la presente investigación, se realizan estudios tales como: mercado, técnico, financiero para demostrar que una empresa de esta categoría es necesaria y rentable, más aún en el cantón La Libertad, denominado el casco comercial de la provincia de Santa Elena. La metodología utilizada fue de encuestas, observación, visitas al sector comercial del cantón La Libertad, se presentan además los resultados de las encuestas realizadas, la misma que ayudó a levantar información confiable acerca de los sucesos y que tan apropiada es la aplicación del mismo, la implementación de la propuesta ayudará en la mejora de los procesos administrativos y financieros direccionándose a una óptima toma de decisiones en el futuro. La propuesta del plan de negocio abarca los valores corporativos con los que debe de contar el taller, para llevar una mayor precisión y control acerca de las metas y objetivos que se trazan en los posteriores ciclos comerciales. Se definen los clientes potenciales para tener una mayor noción del direccionamiento del negocio. Además cuenta con estrategias que ayudarán a ser más competitivos en el medio, consta también de un organigrama el cual define los niveles jerárquicos y funciones que deben de cumplir los colaboradores a fin de conseguir las metas departamentales, se hacen proyecciones financieras las cuales son favorables e indican que el plan de negocios para el taller de aluminio y vidrio “Villalvid” es favorable para el crecimiento administrativo y económico del mismo.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
INTRODUCCIÓN.	1
TEMA	3
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema.....	5
Evaluación del problema.....	6
Sistematización.....	6
Justificación.....	7
Objetivos.....	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Hipótesis.....	9
Operacionalización de las variables.....	9
CAPÍTULO I	12
1. MARCO TEÓRICO.	12
1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.....	12
1.1.1 Generalidades del cantón La Libertad.....	12
1.1.2 Diagnóstico comercial del cantón La Libertad.....	15
1.2 TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID.....	17

1.3	PLAN DE NEGOCIOS.	18
1.3.1	Estudio de mercado.....	19
1.3.1.1	Importancia del estudio de mercado	19
1.3.2	La Competencia	20
1.3.3	Análisis de la oferta y demanda.....	20
1.3.3.1	Oferta	20
1.3.3.2	Demanda	21
1.3.4	Comercialización	21
1.3.5	Distribución	21
1.3.6	Estudio Técnico	22
1.3.7	Localización de los productos.....	22
1.3.8	De la "Macro localización" a la "Micro localización"	23
1.3.9	Medio ambiente	23
1.4	PLAN DE FINANCIAMIENTO	24
1.5	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	24
1.5.1.	El plano organizativo dinámico	25
1.5.2	El plano funcional	25
1.5.3	El plano estructural	25
1.5.4	El plano comportamental	25
1.5.5	Misión.	26
1.5.6	Visión.....	26
1.5.7	Objetivos	26
1.5.8	Políticas	26
1.5.9	Valores	26
1.5.10	Estrategias.	27
1.5.11	Análisis FODA.....	27
1.5.12	Organigramas.....	27
1.5.13	Plan de recursos humanos	27
1.5.13.1	Reclutamiento.	28
1.5.13.2	Selección.....	28

1.5.13.3	Capacitación y desarrollo.....	28
1.6	GESTIÓN COMERCIAL	28
1.6.1	Planeación	29
1.6.2	Organización	30
1.6.3	Dirección.....	30
1.6.4	Control	30
1.7	LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR	31
1.8	MARCO LEGAL	32
	CAPÍTULO II	35
2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	35
2.1	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
2.2	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	36
2.3	PARADIGMA	36
2.4	MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	36
2.5	POBLACIÓN	37
2.6	MUESTRA	37
2.7	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	38
2.7.1	Técnicas	38
2.7.2	Documental.....	39
2.7.3	Campo.....	39
2.8	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	40
	CAPÍTULO III	42
3.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	42
3.1	ENCUESTAS REALIZADAS A POSIBLES CLIENTES.....	43
3.2	CONCLUSIONES DE ENCUESTAS A POSIBLES CLIENTES	59
3.3	ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES.	60
3.4	CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS A LOS PROFESIONALES	76
	CAPÍTULO IV	77
4.	“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”	77

4.1.	Identificación de la empresa VILLALVID.	77
4.1.1.	Actividad económica.	78
4.1.2.	Ubicación de la compañía.	78
4.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	79
4.2.1	Organigrama funcional.	79
4.2.2	Funciones y perfiles de los cargos.	80
4.2.3	Descripción de cargos principales.	80
4.2.4	Misión	86
4.2.5	Visión	86
4.2.6	Valores corporativos	86
4.2.7	Objetivo general	86
4.2.8	Objetivos específicos	87
4.3	ANÁLISIS FODA.	87
4.4	PLAN DE MARKETING	88
4.4.1	Producto	88
4.4.1.1	Característica del producto.	90
4.4.2	Características de los consumidores.	91
4.4.3	Clientes actuales.	91
4.4.4	Clientes potenciales.	92
4.4.5	Marca y logo	92
4.4.6	Estrategias publicitarias	93
4.5	VENTAS	94
4.5.1	Estrategias de ventas	95
4.5.2	Precios	95
4.5.2.1	Lista de precios fijos	96
4.5.2.2	Descuento	96
4.6	PLAZA	97
4.7	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	97
4.8	PLAN DE OPERACIONES	98
4.8.1	Localización óptima	98
4.1.3.	Tamaño ideal del local	98

4.11	MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	99
4.9	PROCESO PRODUCTIVO.....	103
4.10	DIAGRAMA DEL PROCESO.....	103
4.12	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	105
4.13	GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	107
4.14	GASTOS DE VENTA.....	108
4.15.3	Condiciones de trabajo.....	109
4.15.4	Políticas y normas.....	109
4.16	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	110
4.16.1	Inversión inicial.....	110
4.16.2	Capital de trabajo.....	110
4.16.3	Fuente de financiamiento.....	111
4.16.4	Flujo de caja proyectado.....	114
4.17	ESTADOS FINANCIEROS.....	116
4.17.1	Estado de resultado (pérdida y ganancias).....	116
4.17.3	Estado de situación financiera.....	117
4.17.4	Evaluación financiera del proyecto.....	119
4.17.5	TIR (tasa interna de retorno).....	119
4.18	PLAN DE ACCIÓN.....	120
	CONCLUSIONES.....	121
	RECOMENDACIONES.....	122
	BIBLIOGRAFÍA.....	123
	ANEXOS.....	126

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N°1	Operacionalización de la variable independiente	10
TABLA N°2	Operacionalización de la variable dependiente	11
TABLA N°3	Edad	43
TABLA N°4	Sexo del encuestado.....	44
TABLA N°5	Nivel de escolaridad	45
TABLA N°6	Lugar de residencia.....	46
TABLA N°7	Necesita un trabajo de aluminio y vidrio.....	47
TABLA N°8	Conoce donde realicen trabajos de aluminio y vidrio	48
TABLA N°9	Decisión de compra	49
TABLA N°10	Servicio que necesitaría para su hogar	50
TABLA N°11	Servicios de aluminio y vidrio.....	51
TABLA N°12	Pago de un servicio en aluminio y vidrio	52
TABLA N°13	Empresa de aluminio y vidrio.....	53
TABLA N°14	Atención de la empresa de aluminio y vidrio	54
TABLA N°15	Servicio adicional que le gustaría brindara la empresa	55
TABLA N°16	Novedades de la empresa	56
TABLA N°17	Ferias de exhibición de productos de aluminio y vidrio.....	57
TABLA N°18	Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos.....	58
TABLA N°19	Edad	60
TABLA N°20	Sexo	61
TABLA N°21	Nivel de escolaridad	62
TABLA N°22	Lugar de resistencia	63
TABLA N°23	Uso de aluminio y vidrio es alternativa para decoraciones	64
TABLA N°24	Conoce más talleres de aluminio y vidrio	65
TABLA N°25	Decisión de comprar lo hace en función de que	66
TABLA N°26	Que tipo de servicio ud. Necesita	67
TABLA N°27	Cuales son los medios para buscar este servicio	68
TABLA N°28	Preferencias de accesibilidad de los pagos	69
TABLA N°29	Que consideran las empresas para adquirir el servicio.....	70

TABLA N°30 Horario de atención	71
TABLA N°31 Que producto o servicios adicionales le gustaría.....	72
TABLA N°32 Como le gustaría enterarse de las novedades	73
TABLA N°33 Las ferias de exposición son ideal para la promoción	74
TABLA N°34 Valor que está dispuesto a pagar	75
TABLA N°43 Descripción de funciones gerente general	80
TABLA N°44 Descripción de funciones secretaria	81
TABLA N°45 Descripción de funciones jefe administrativo-contable.....	82
TABLA N°46 Descripción de funciones auxiliar contable.....	83
TABLA N°47 Descripción de funciones jefe de producción y ventas.....	84
TABLA N°48 Descripción de funciones operarios.....	85
TABLA N°49 Análisis FODA	87
TABLA N°50 Ingreso por ventas.....	94
TABLA N°51 Precios	96
TABLA N°52 Maquinarias y equipos.....	100
TABLA N°53 Costo de producción total	106
TABLA N°54 Materia prima	107
TABLA N°55 Gastos administrativos.....	108
TABLA N°56 Gastos de ventas	109
TABLA N°57 Inversión	110
TABLA N°58 Capital de trabajo.....	111
TABLA N°59 Financiamiento	111
TABLA N°60 Tabla de amortización	112
TABLA N°61 Flujo de caja proyectada	115
TABLA N°62 Estado de resultado	116
TABLA N°63 Estados de situación financiera proyectados	117
TABLA N°64 Nivel de eficiencia	119
TABLA N°65 Calculo del VAN	119
TABLA N°66 Calculo Del TIR.....	119
TABLA N°67 Plan de acción.....	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	Mapa de ubicación del cantón La Libertad	14
GRÁFICO N° 2	Población	15
GRÁFICO N° 3	Recaudación de impuestos	16
GRÁFICO N° 4	Participación de la actividad económica	16
GRÁFICO N° 5	Actividades que generan mayor ingreso	17
GRÁFICO N° 6	Edad.....	43
GRÁFICO N° 7	Sexo del encuestado	44
GRÁFICO N° 8	Nivel de escolaridad	45
GRÁFICO N° 9	Lugar de residencia	46
GRÁFICO N° 10	Necesita un trabajo de aluminio y vidrio.....	47
GRÁFICO N° 11	Conoce donde realicen trabajos de aluminio y vidrio	48
GRÁFICO N° 12	Decisión de compra	49
GRÁFICO N° 13	Servicio que necesitaría para su hogar	50
GRÁFICO N° 14	Servicios de aluminio y vidrio.....	51
GRÁFICO N° 15	Pago de un servicio en aluminio y vidrio	52
GRÁFICO N° 16	Empresa de aluminio y vidrio	53
GRÁFICO N° 17	Atención de la empresa de aluminio y vidrio.....	54
GRÁFICO N° 18	Servicio adicional que le gustaría brindara la empresa	55
GRÁFICO N° 19	Novedades de la empresa	56
GRÁFICO N° 20	Ferias de exhibición de productos de aluminio y vidrio	57
GRÁFICO N° 21	Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos.....	58
GRÁFICO N° 22	Edad.....	60
GRÁFICO N° 23	Sexo	61
GRÁFICO N° 24	Nivel de escolaridad	62
GRÁFICO N° 25	Lugar de resistencia.....	63
GRÁFICO N° 26	Uso de aluminio y vidrio es alternativa para decoraciones	64
GRÁFICO N° 27	Conoce más talleres de aluminio y vidrio	65
GRÁFICO N° 28	Decisión de comprar lo hace en función que	66
GRÁFICO N° 29	Que tipo de servicio ud necesita.....	67

GRÁFICO N° 30 Cuales son los medios para buscar este servicio	68
GRÁFICO N° 31 Preferencias de accesibilidad de los pagos	69
GRÁFICO N° 32 Que consideran las empresas para adquirir el servicio.....	70
GRÁFICO N° 33 Horario de atención	71
GRÁFICO N° 34 Que producto o servicio adicionales les gustaría	72
GRÁFICO N° 35 Como le gustaría enterarse de las novedades	73
GRÁFICO N° 36 Las ferias de exposición son ideal para la promoción.....	74
GRÁFICO N° 37 Valor que está dispuesto a pagar	75
GRÁFICO N° 38 Mapa casco comercial de La Libertad.....	78
GRÁFICO N° 39 Organigrama del taller de aluminio y vidrio VILLALVID.....	79
GRÁFICO N° 40 Descripción de los productos	89
GRÁFICO N° 41 Logo.....	92
GRÁFICO N° 42 Publicidad en redes sociales	93
GRÁFICO N° 43 Canal directo.....	97
GRÁFICO N° 44 Canal indirecto	98
GRÁFICO N° 45 Distribución del taller	99
GRÁFICO N° 46 Equipos y herramientas	101
GRÁFICO N° 47 Flujo del proceso de fabricación de los productos	104

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO No 1: Carta aval	127
ANEXO No 2: Modelo de encuesta realizada a posibles clientes	128
ANEXO No 3: Modelo de encuesta realizada a profesionales	130
ANEXO No 4: Fotos instalaciones del taller de aluminio y Vidrio “Villalvid”. 132	
ANEXO No 5: Fotos de trabajos terminados e instalaciones	134

INTRODUCCIÓN.

En la actualidad, en el contexto social, político y económico de las empresas latinoamericanas, han desarrollado nuevas formas de apareamiento y evolución productiva en las sociedades, debido al cambio constante que ha generado la globalización a nivel mundial, por ello las compañías tratan de adaptarse a los cambios.

Los emprendedores a fin de satisfacer las necesidades de los consumidores buscan fabricar productos y ofrecer servicios innovadores, aplicando técnicas y herramientas que permitan obtener un producto terminado más competitivo, que tenga permanencia en el mercado para lograr alcanzar el éxito empresarial.

Hoy en día, la situación que atraviesa el Ecuador obliga a las pequeñas, medianas y grandes empresas, a enfrentarse día a día a nuevos retos empresariales que tiene como eje principal la permanencia en el mercado, permitiendo utilizar herramientas administrativas que ayuden a desarrollar planes a corto y largo plazo en donde se formen los principales objetivos y metas que las empresas quieran alcanzar, esto permitirá a los gerentes desarrollar estrategias para enfrentar los obstáculos que se suscitan en la aplicación de dichas herramientas administrativas.

En el país existen varias empresas dedicadas a la fabricación de productos de manera artesanal, estas deben de diseñar estrategias e implementar herramientas administrativas que permitan alcanzar el éxito esperado.

En la provincia de Santa Elena, las empresas artesanales más comunes son aquellas que están direccionadas a la elaboración de ventanas, puertas a base de vidrio y aluminio, este material ha sido utilizado por décadas en la fabricación de ventanas, puertas, mamparas y adornos, que es considerada una materia prima resistente y duradera que complementado con el aluminio da un acabado de elegancia en las

infraestructuras, sin embargo estos negocios en muchas ocasiones desaparecen, debido a que no ofrecen diseños novedosos que capten la atención de los clientes.

Otras de las causas principales que influyen en el fracaso de estas empresas es el inadecuado manejo en las actividades administrativas, por eso es importante que a medida que se originen los cambios, las empresas aprueben los medios para adaptarse a estos empleando las herramientas y elementos necesarios para las compañías, de esto depende la durabilidad que tengan en el mercado.

El presente trabajo consiste en elaborar un “Plan de negocios para el taller de aluminio y vidrio Villalvid del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015”, el plan de negocios logrará fortalecer la administración hasta lograr una eficiencia y efectividad en todas las actividades que se desarrollen en el taller, que mejorará la participación y competitividad en el mercado, de igual manera al diseño de estrategias que permitan fortalecer sus oportunidades y enfrentar las amenazas que se susciten. La implementación de esta herramienta administrativa contribuirá al mejor desenvolvimiento de las tareas de una manera más organizada, optimizando al máximo todos los recursos, logrando alcanzar el éxito y crecimiento empresarial deseado.

TEMA

“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

Planteamiento del problema.

La provincia de Santa Elena se caracteriza por ser una de las fuentes principales que contribuyen al desarrollo y crecimiento económico del país, esto se debe en gran parte a la variedad de actividades que se realizan dentro de ella, existen actividades tanto comerciales, artesanales, pesquera de turismo que fortalecen el crecimiento de la provincia, las mismas que son emprendidas por personas radicadas en la provincia de Santa Elena.

La creación de las microempresas dentro de la provincia de Santa Elena ha tenido un crecimiento considerable y un impacto positivo, que mediante a esto ha brindado oportunidades a través de la generación de empleos que permiten desarrollar capacidades y habilidades de las personas, además de aportar con el desarrollo socioeconómico.

Cabe destacar que el acabado de las infraestructuras en las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la provincia, es la carta de presentación, por medio de esta se puede observar el diseño, la calidad, comodidad, cobertura, seguridad, eficiencia y sobre todo las técnicas utilizadas en el diseño para dar realce a dichas edificaciones, recordando que el confort permite que el desarrollo de las actividades sea más agradable.

No obstante la estabilidad y estancia de estas empresas no siempre es duradera esto se debe a la falta de implementación de herramientas administrativas que le permitan direccionar a las compañías de una manera organizada, utilizando parámetros correctos ajustados a las necesidades de la empresa, ayudándolas a ser más competitivos en el mercado al cual se direccionan.

Es por ello que la mala planificación, organización y control son algunos de los factores que influyen en alta manera en el declive de las organizaciones, mucho más si el cabeza principal desconoce de estrategias y herramientas administrativas que permitan desarrollar sus actividades de una forma más eficiente y efectiva.

En la actualidad la administración utilizada en las pequeñas empresas por lo general suele ser positiva, debido a que sus creadores las iniciaron por necesidad, falta de conocimiento teórico, que ha generado una desorientación al momento de distribuir los recursos, provocando una ineficiencia en los procesos sean estos operativos o administrativos.

El taller de aluminio y vidrio Villalvid, se encuentra ubicado en el cantón La Libertad, es una empresa de carácter productivo y comercial, donde se realiza la fabricación y venta de mamparas, ventanas, puertas y demás accesorios de aluminio y vidrio de acuerdo a las exigencias y características del cliente, fue creado por el Sr Eduardo Villao que en vista de las exigencias del mercado optó por incursionar en esta actividad.

Actualmente el taller de aluminio y vidrio no logra tener el éxito empresarial deseado, que lleva una administración de forma práctica, puesto que no cuenta con los conocimientos administrativos financieros que le permitan llevar una buena organización para lograr conseguir los objetivos deseados por su propietario, otros de los factores es el deficiente enfoque acerca del control contable que se realiza en el taller. También se puede evidenciar claramente que no existen valores

organizacionales, haciendo que los integrantes de la empresa no tengan claro cuál es el objetivo a corto y largo plazo que genera a su vez un deficiente desarrollo en las actividades por parte del recurso humano.

Con lo antes mencionado el presente trabajo se enmarca en realizar un plan de negocios para el taller de aluminio y vidrio Villalvid, el que ayudará a una mejor planificación, organización y control en los proyectos que se elaboren para mejorar el desempeño y desarrollo de las actividades del taller, de igual manera permitirá fortalecer las oportunidades y minimizar aquellos obstáculos que representen un riesgo en cuanto al crecimiento empresarial.

Para el desarrollo del plan de negocios se evaluará a todos los integrantes de la empresa para conocer cuáles son las falencias que existen en los puestos de trabajo, considerando todas las necesidades, para poder tomar medidas correctivas que aporten a la solución de los mismos para lograr un mejor desempeño en todas las áreas que permitan alcanzar una eficiencia y eficacia en las tareas realizadas, para ello se formularan estrategias de acuerdo a los resultados de la evaluación.

Se elaborará la misión, visión, objetivos, políticas y estrategias corporativas de acuerdo a las actividades y necesidades que se dan a normalmente en el desarrollo de las actividades del taller, de esta manera los colaboradores tendrán más claros los objetivos y el futuro que el alto mando desea para la empresa.

Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene la implementación de un plan de negocio en los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015?

Evaluación del problema

Los aspectos que se deben de tomar en cuenta en la evaluación del problema son los siguientes:

Delimitado: La creación de la empresa es en el cantón La Libertad.

Evidente: Lograremos detectar de manera significativa cuáles serán los beneficiarios directos que se darán de concretarse el plan de negocio del taller de aluminio y vidrio “Villalvid”

Concreto: El plan de negocios, está dirigido a todas las personas que necesiten el servicio del taller de aluminio y vidrio “Villalvid”.

Relevante: La ejecución de este proyecto ayudara a los propietarios a tener un negocio más competitivo y a los clientes a tener un producto de calidad.

Contextual: En la representación del documento se la desarrolló de tal manera que podamos demostrar habilidades destrezas y competencias generales.

Factible: Con los estudios realizados se llega a la conclusión de que es factible el taller de aluminio y vidrio “Villalvid”

Sistematización

1. ¿Cuáles son los factores que impiden un crecimiento empresarial en el taller de aluminio y vidrio Villalvid?
2. ¿Se encuentran establecidos los valores corporativos en el taller de aluminio y vidrio Villalvid?
3. ¿Las funciones de las áreas de trabajo del taller se encuentran bien definidas de acuerdo a las necesidades de las mismas?

4. ¿Cuál es el actual desempeño en las actividades del taller de aluminio y vidrio Villalvid?
5. ¿De qué manera la elaboración del plan de negocio contribuirá al mejoramiento de todas las actividades del taller de aluminio y vidrio Villalvid?
6. ¿Cuál es la importancia de elaborar un plan de negocio para la empresa?
7. ¿Qué beneficios se conseguirán con la implementación del plan de negocios en la empresa?

Justificación

El desarrollo del presente trabajo consiste en elaborar un plan de negocios, tomando en referencia la aplicación de fundamentos teóricos enmarcados a la propuesta, empleando un marco situacional de la empresa que permita tener un análisis real de la organización, para conseguir un correcto funcionamiento y desarrollo de los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid, para lograr obtener resultados más eficientes en el desempeño de las actividades internas y externas de la empresa, con la finalidad de beneficiar a los involucrados de la empresa.

El presente trabajo se justifica por la necesidad que presenta el taller de aluminio y vidrio Villalvid, en implementar un plan de negocios que mejore los procesos administrativos, ya que en la actualidad presenta deficiencias en el desarrollo de las actividades y tareas que se llevan a cabo en las áreas de trabajo, debido a su deficiencia de planificación, organización y control que impiden cumplir con las actividades técnicas -administrativas de la organización.

Con la aplicación del plan de negocio al taller de aluminio y vidrio Villalvid, se logrará mejorar el desarrollo de los procesos administrativos, que permitirá obtener una eficiencia y efectividad en las actividades, permitiendo involucrar al personal de la empresa, contribuyendo a mejorar los conocimientos en aspectos técnicos y administrativos que les permitan desarrollar eficazmente las funciones y tareas asignadas en beneficio de la empresa.

Finalmente se espera que con el presente trabajo se logre alcanzar la eficiencia y efectividad los procesos administrativos del taller, logrando contribuir al desarrollo empresarial del taller de aluminio y vidrio Villalvid, que permitan incrementar las ventas y contribuir al desarrollo del sector productivo-comercial.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un plan de negocios que permita mejorar los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015.

Objetivos específicos.

- Fundamentar teóricamente el presente trabajo de investigación mediante consultas bibliográficas, que proporcionen una mejor comprensión acerca del tema en estudio.
- Realizar un análisis del ambiente interno y externo mediante un diagnóstico situacional utilizando técnicas de investigación, que proporcionen una información correcta.

- Determinar la metodología de investigación que facilite una recopilación de datos que permitan un correcto desarrollo del plan de negocios para el taller de aluminio y vidrio Villalvid.
- Elaborar un plan de negocios para la mejora de los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Hipótesis

La elaboración del plan de negocio mejorará los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

Operacionalización de las variables

Variable Independiente

“Plan de Negocios”

Variable Dependiente

Mejora de procesos administrativos del taller aluminio y vidrio Villalvid del cantón La Libertad, de Santa Elena”

TABLA N° 1: Operacionalización de la variable independiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La elaboración del plan de negocio mejorará los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid del Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.	Plan de Negocios	El plan de negocios es una herramienta administrativa escrita que evalúa la viabilidad o probabilidad de éxito de un negocio mediante un diagnóstico organizacional que permita crear el direccionamiento estratégico, control de operaciones y la adecuada utilización de recursos, anulando la incertidumbre de la empresa.	Plan de Negocios Estudio de mercado Direccionamiento estratégico Recursos	Concepto Importancia Características Competencia Publicidad Ventaja competitiva FODA Misión Visión Objetivos Filosofía Principios Valores estratégicos Venta Marketing Talento humano Tecnológicos Financieros	¿Piensa usted que es necesario conocer los procesos administrativos de la empresa? ¿Cuál es la situación actual de la empresa? ¿Piensa usted que se aplican los valores por parte de los integrantes de la empresa? ¿Están definidas las áreas de trabajo de acuerdo a las necesidades de la empresa?	Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas

*Fuente: Operacionalización de la variable independiente
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez*

TABLA N°1: Operacionalización de la variable dependiente

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La elaboración del plan de negocio mejorará los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid del Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena	Mejora Procesos Administrativos	Conjunto de fases administrativas que permiten lograr una administración estratégica acorde, con la finalidad de alcanzar una eficiencia y efectividad administrativa, que explote las habilidades del talento humano, logrando los objetivos de la empresa.	Administración Estratégica Eficiencia y efectividad administrativa Habilidades y Competencia Talento humano Comercialización de productos.	Misión Visión Objetivo Cultura Organizacional Análisis de Ambiente Interno y externo Diseño de Manual de funciones Estrategias Plan de Acción	¿Existen Valores corporativos en la empresa? ¿Piensa usted que es necesario conocer los procesos administrativos de la empresa? ¿Cómo cree usted que el talento humano trabaja en la empresa? ¿Los productos terminados cumplen con sus expectativas?	Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas Encuestas Entrevistas

*Fuente: Operacionalización de la Variable dependiente
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez*

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO.

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA.

1.1.1 Generalidades del cantón La Libertad.

El cantón La Libertad es el más joven de la provincia de Santa Elena, fue creada mediante Decreto # 23 publicado en el Registro Oficial No. 168 del 14 de Abril de 1.993, con una superficie de 25,6 Km².

Uno de los cantones más reconocidos de la provincia de Santa Elena es el cantón de La Libertad, ya que su población es mayoritariamente joven, menor de 20 años, y representa el 43,71 % de la población según los datos (INEC, 2010), este cantón es considerado el casco comercial de la península.

En el cantón La Libertad, existen varios sectores que tienen deficiencia en la provisión de servicios tales como saneamiento ambiental, agua segura, energía eléctrica y telefonía convencional, especialmente en los sectores urbanos marginales, que hace que se dificulte un desarrollo óptimo de esta zona. Sin embargo los gobiernos de turno tratan de sobrellevar este problema a fin de disminuir estas necesidades de las diferentes zonas libertenses. En contraste con lo expuesto, la zona ubicada en la parte central y oeste de la refinera La Libertad está mejor dotada de los servicios básicos.

En cuanto a salud y educación a pesar de tener una buena dotación de espacios es insuficiente para la demanda poblacional. Con respecto a salud se necesita de dotar de implementos médicos a los subcentros de varios sectores, y en educación, las nuevas reformas curriculares tratan de mejorar continuamente este ámbito.

El comercio es el que genera mayor crecimiento al cantón, generando trabajo a la población durante todo el año. Sin embargo existe un considerable número de comercio informal que ocasiona desorden.

El ambiente externo de la organización son las fuerzas sociales tales como:

El entorno demográfico, el estudio de las poblaciones humanas en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación, y otras estadísticas.

Entorno económico, se refiere a todos los factores que afectan al poder adquisitivo y a los patrones de gastos de los consumidores. Por ejemplo al cambio en el nivel de ingresos.

Entorno natural, durante los últimos treinta años han aumentado considerablemente las preocupaciones medioambientales. Las empresas deben tener en cuenta algunas tendencias del entorno natural.

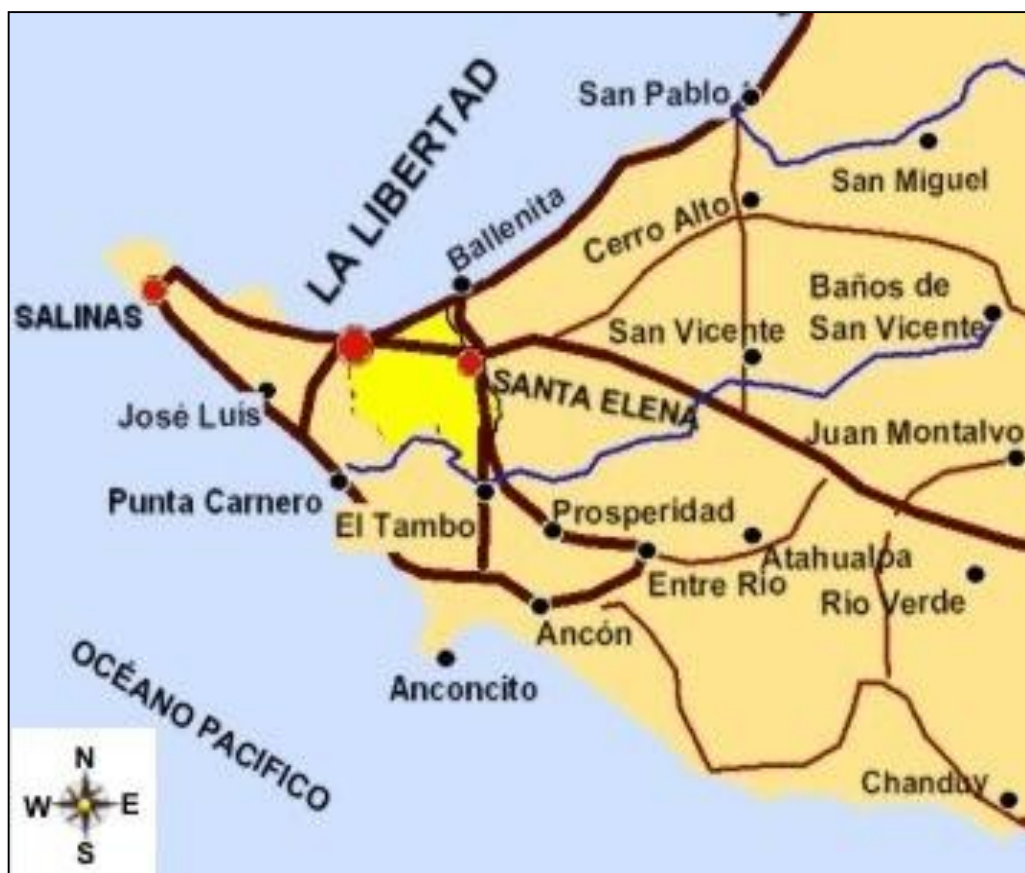
Entorno tecnológico, posibilita combinar las capacidades técnicas, financieras, comerciales y administrativas y permiten el lanzamiento al mercado de nuevos y mejorados productos o procesos.

Entorno político, está formado por leyes, agencias gubernamentales, y grupos de presión que influyen o limitan a diversas organizaciones o individuos en una sociedad determinada. Hay que tomar en cuenta las normativas que regulan las empresas.

Entorno cultural, está constituido por instituciones y otras fuerzas que afectan a los valores básicos de la sociedad, a sus percepciones, a sus preferencias, comportamientos y creencias que por lo general vienen por herencia de sus generaciones anteriores.

Las personas crecen en una sociedad concreta que moldea sus creencias, valores básicos y en muchas ocasiones tienden a cambiar las percepciones que tienen acerca del diario vivir y la manera de comportarse en la sociedad. Absorben una visión del mundo que define sus interrelaciones y relaciones con otros. Tener en cuenta la persistencia de los valores culturales de los habitantes, sean creencias o valores.

GRÁFICO N° 1 Mapa de ubicación del cantón La Libertad



*Fuente: Mapa de ubicación del cantón La Libertad
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez*

1.1.2 Diagnóstico comercial del cantón La Libertad.

De acuerdo a las fichas de cifras generales emitidas por INEC – Censo de Población y Vivienda 2010, de la provincia de Santa Elena Zona 5 de planificación, el cantón La Libertad representa el 0.7% del territorio de la provincia de SANTA ELENA.

Población: 95.9 mil hab. (31.1% respecto a la provincia de SANTA ELENA).

Urbana: 100.0%

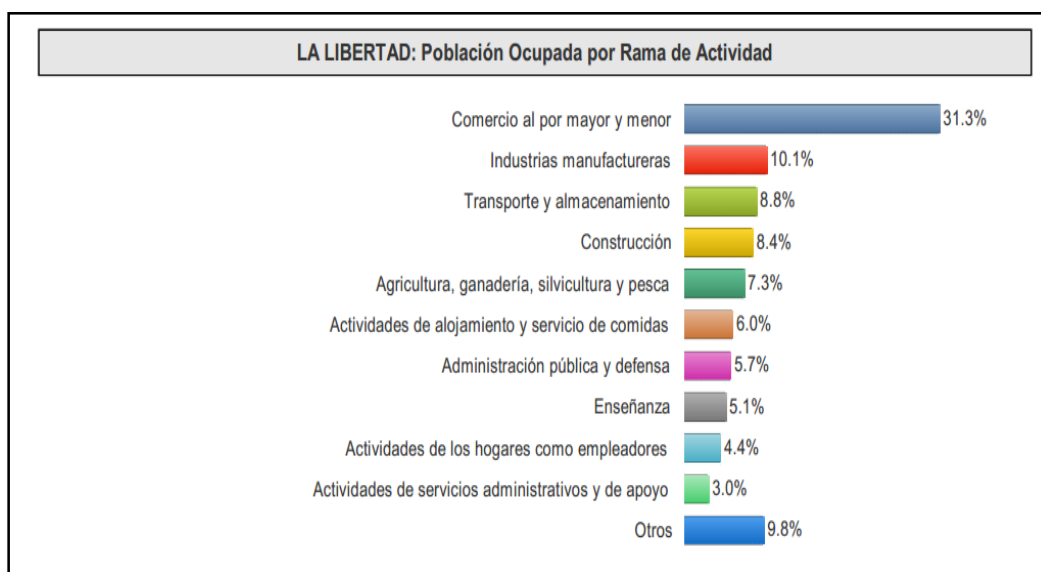
Rural: 0.0%

Mujeres: 49.9%

Hombres: 50.1%

PEA (Población Económicamente Activa): 48.9% (33.2% de la PEA de la provincia de SANTA ELENA).

GRÁFICO N° 2 Población

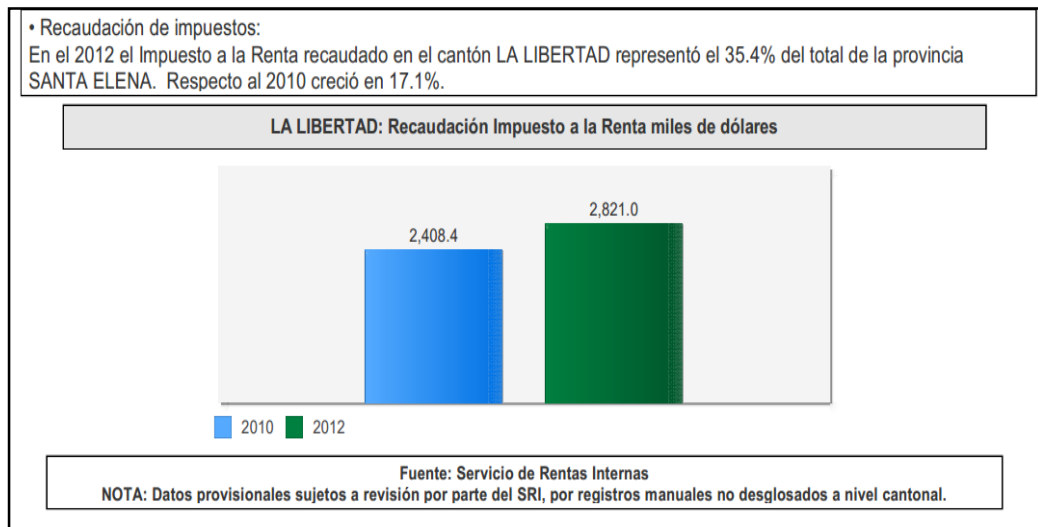


Fuente: Población

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Se puede notar el comercio al por mayor y menor y las industrias manufactureras alcanzan un 31.3% y 10.1% respectivamente, que indica que nuestro plan de capacitación a esta área productiva tiene alta probabilidad de rentabilidad.

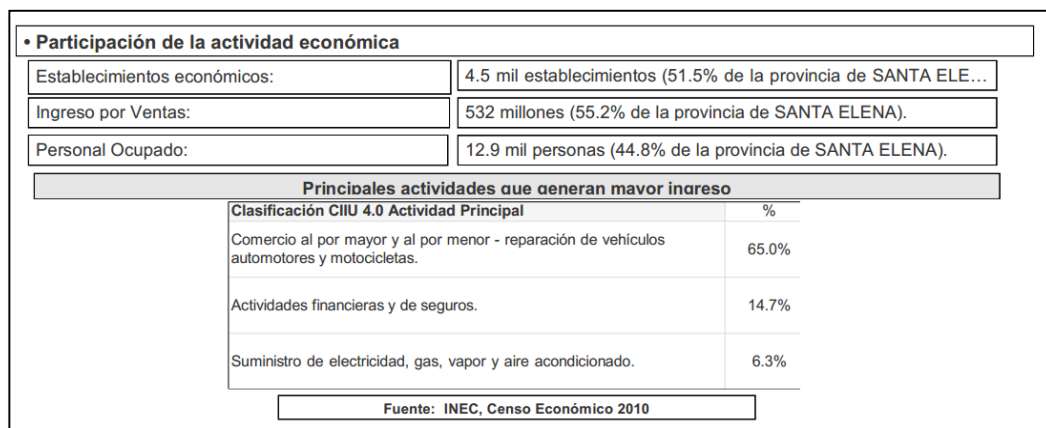
GRÁFICO N° 3 Recaudación de impuestos



Fuente: Recaudación de impuestos
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

La recaudación de los impuestos en el año 2012 en comparación al año 2010 aumento en 17.10%, que indica que los actores productivos van tomando conciencia de que tener los impuestos al día le hace bien al país.

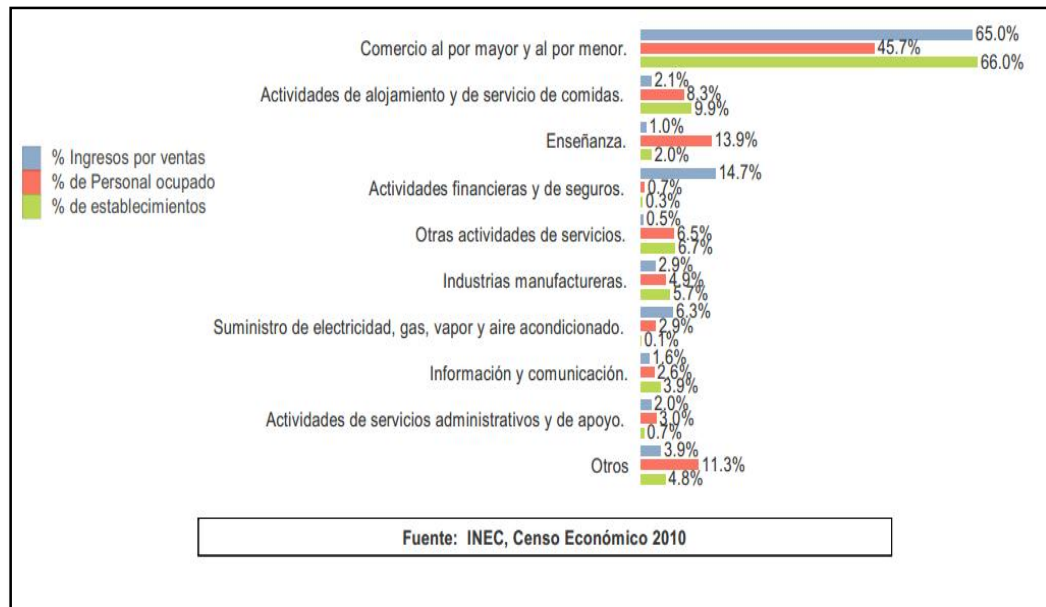
GRÁFICO N° 4 Participación de la actividad económica



Fuente: Participación de la actividad económica
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Entre las principales actividades que generan mayor ingreso se encuentran el comercio al por mayor y menor, además de la reparación de vehículos indicando que las personas seguirán invirtiendo en esta área productiva.

GRÁFICO N° 5 Actividades que generan mayor ingreso



*Fuente: Actividades que generan mayor ingreso
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Esta dinámica comercial indica que la ubicación del taller es óptimo y que el cantón La Libertad es un sitio propicio para las microempresas.

1.2 TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID.

El taller de aluminio y vidrio Villalvid, es una empresa de carácter familiar, fundada hace 10 años por el Sr. Eduardo Villao Villao, cuyas actividades principales son la realización de todo tipo de trabajo en vidrios y materiales de aluminio, y la fabricación de puertas, ventanas, marcos, puertas de baño, vitrinas, etc. de los mismos materiales, así como también el mantenimiento y reparación de las mismas.

Por su naturaleza y propósito está considera como una microempresa.

El taller de aluminio y Vidrio “Villalvid” está ubicado en el barrio 28 de Mayo, del cantón La Libertad.

1.3 PLAN DE NEGOCIOS.

Fred David (2007) indica que “Todas las organizaciones se dirigen hacia algún lado, aunque por desgracia algunas de ellas no saben a dónde van”. Se define al plan como la intención o proyecto de hacer algo, involucrando la definición de objetivos y metas, así como los medios o instrumentos que orientarán o guiarán a alguna actividad humana, individual o colectiva en cierta dirección definida anticipadamente.

Otra definición de plan de negocios es el documento que contiene de manera ordenada y coherente las metas u objetivos, estrategias, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a un fin deseado.

El plan de negocios busca dar respuestas adecuadas, en un momento específico, a las cinco grandes preguntas que despejan dudas a los inversionistas, y estas son:

- ✓ ¿Qué es y en qué consiste la empresa?
- ✓ ¿Quiénes dirigirán la empresa?
- ✓ ¿Cuáles son las causas y las razones para creer en el éxito empresarial?
- ✓ ¿Cuáles son los mecanismos y las estrategias que se van a utilizar para lograr las metas previstas?
- ✓ ¿Qué recursos se requieren para llevar a cabo la empresa y qué estrategias se va a usar para conseguirlos?

Es decir, el plan de negocios es un proceso que busca darle vida propia a la empresa, definir los propósitos, ideas y alcanzar la visión de la misma.

1.3.1 Estudio de mercado

Realizar un estudio de mercado es una de las etapas obligatorias al elaborar un plan de negocios, que permita obtener y analizar información del entorno y comprobar si la factibilidad del negocio y elaborar un mejor plan.

Responde a las preguntas:

- ¿Quiénes son sus competidores?
- El tamaño del mercado ¿qué tan grande es?
- ¿Cuál es la oferta y demanda de sus especies?
- ¿Cuál es el perfil de sus consumidores? y,
- ¿Cómo va a distribuir los productos?

1.3.1.1 Importancia del estudio de mercado

El estudio de mercado es importante porque:

- ✓ Es un recurso importante para el éxito del proyecto que permite comprender el mercado en el que se va localizar la actividad.
- ✓ Ofrece una visión actualizada del sector de actividad.
- ✓ Puede ser determinante a la hora de identificar una oportunidad de negocio o por el contrario, identificar alternativas en caso de que el proyecto inicial no sea viable.
- ✓ Permite una evaluación y supervisión del funcionamiento de la empresa.
- ✓ La investigación de mercados ayuda a evaluar los resultados de los esfuerzos. Indica si debe continuar, cambiar o cancelar el plan de negocio, si el producto vendido es adecuado o si la nueva gama que se planea comercializar tiene cabida en el mercado.

1.3.2 La Competencia

Los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y también de elegir a quién comprar o adquirir bienes y servicios.

1.3.3 Análisis de la oferta y demanda

1.3.3.1 Oferta

Una vez calculado el tamaño de mercado de la actividad, se debe preguntar si esta es la cifra que corresponde a la empresa. Aunque no es habitual, puede darse el caso de que no exista ninguna empresa que ofrezca ese producto o servicio, por tratarse de una actividad innovadora. Por el contrario, lo normal es que existan otras empresas competidoras que tratan de satisfacer a los mismos clientes que se ha identificado como potenciales.

En este sentido, vale preguntar:

- ✓ ¿Quiénes son los competidores ya instalados en el mercado?
- ✓ ¿Cuántas empresas existen?
- ✓ ¿Cuáles son las características de su oferta?
- ✓ ¿Cuáles son los segmentos de mercado que están atendiendo?
- ✓ ¿Cuáles son sus estrategias?

1.3.3.2 Demanda

Se analiza cómo es la demanda, es decir, cuáles son las características, las necesidades, los comportamientos, los deseos y las actitudes de los clientes.

1.3.4 Comercialización

Si bien la existencia de mercado es un factor indispensable para hacer viable el negocio, también será la forma en que se comercialice el producto o servicio. Se deberá recoger información sobre las características del producto que se pretende comercializar. Para ello, se deberá obtener la siguiente información:

1. Núcleo: comprende aquellas propiedades físicas y técnicas del producto que lo hacen apto para determinadas funciones.
2. Calidad: valora los elementos que componen el núcleo en razón de unos estándares que deben apreciar o medir las cualidades y permiten ser comparativos con la competencia.
3. Precios: valor último de adquisición: Este atributo ha adquirido un fuerte protagonismo en la comercialización actual de los productos y servicios.
4. Servicio: Conjunto de valores añadidos a un producto que permite poder marcar la diferencia respecto a los demás.

1.3.5 Distribución

Analiza la estructura del proceso de comercialización del sector de actividad, es decir, conoce a todos los agentes que participan, desde la fabricación del producto hasta la venta final.

1.3.6 Estudio Técnico

Dentro del estudio técnico se procura contestar las preguntas ¿Cómo producir lo que el mercado demanda? ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos? ¿Dónde producir? ¿Qué materias primas e insumos se requieren?

¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?

Esto implica el tratamiento general de los aspectos físico-técnicos, los que comprenden fundamentalmente tres componentes interdependientes: el tamaño, la localización y la tecnología. Otros aspectos a tener en cuenta son la participación y el análisis ambiental.

1.3.7 Localización de los productos

Comprende la descripción de la ubicación física y virtual, y dependerá de los siguientes factores:

- Cercanía con el cliente
- Acceso y capacidad
- Mano de Obra
- Entorno
- Contaminación
- Imagen
- Elementos de transporte.
- Derechos de traspaso/ Patentes y marcas
- Gastos de constitución y puesta en funcionamiento.

1.3.8 De la "Macro localización" a la "Micro localización"

En general, un proceso adecuado para el estudio de la localización consiste en abordar el problema de lo macro a lo micro. Explorar primero, dentro de un conjunto de criterios y parámetros relacionados con la naturaleza del plan de negocio, la región o zona adecuada para la ubicación del proyecto

1.3.9 Medio ambiente

Esto es de vital importancia por dos cosas: la sostenibilidad ambiental y las normas respecto de ello que puedan impedir o dificultar la implementación del proyecto.

La segunda cuestión es que un buen análisis ambiental puede evitar correcciones futuras, en la evaluación del proyecto al tener que incorporar costos por mitigación o compensación, que pudieran afectar negativamente los resultados del proyecto. Es necesario también identificar cómo las alternativas de proyecto se comportan en relación a las condiciones ambientales y los efectos que estas pudieran generar. De tal manera de poder elegir aquella que se adecue mejor al medio.

Finalmente, el desarrollo de las alternativas identificadas para la solución del problema permite, sobre supuestos concretos, el desarrollo conceptual y técnico de las alternativas formuladas en la etapa de identificación del problema formulado anteriormente.

1.4 PLAN DE FINANCIAMIENTO

Señala la estructura de la inversión, y describe los aspectos relacionados al financiamiento.

El objetivo de la parte del estudio de la inversión y financiamiento es el de mostrar cuál será el capital requerido para poner en funcionamiento el negocio, en qué se usará dicho capital, y cómo se obtendrá o pretenderá obtener.

La vertiente económico-financiera del plan de negocio tratará los siguientes puntos básicos:

- . Determinar la inversión inicial necesaria.
- . Estudio de las fuentes de financiación disponible

1.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Se denomina al estudio administrativo como el examen exhaustivo de los planos organizativos dinámicos, funcionales y estructurales de una empresa, organización o asociación, que sirve para detectar situaciones extrañas y proponer soluciones. El estudio administrativo es lo que define al proyecto como tal, y es una parte decisiva porque en este se ve si se tiene visión o si se está completamente perdido.

Contesta las siguientes preguntas:

- ✓ ¿A qué se dedica?
- ✓ ¿A qué no se dedica?
- ✓ ¿Qué hace?
- ✓ ¿Cómo lo hace o bajo qué filosofía lo hace?
- ✓ ¿Cómo se toman las decisiones?

1.5.1. El plano organizativo dinámico

En una organización debe haber ciertos principios administrativos, a saber: Planeación, Organización, Dotación de Personal y Asesoría, Dirección, Control, Reporte, y Presupuesto. Cuando se realiza una investigación específica de lo que corresponde al Plano Organizativo Dinámico, el enfoque debe ser el cumplimiento eficiente y eficaz de cada uno de tales postulados.

1.5.2 El plano funcional

Este plano investiga cómo y de qué forma realiza la organización sus actividades productivas, para lo cual se vale de herramientas como los organigramas, sociogramas, cuadros de distribución de trabajo diagramas de flujo, cuadros estadísticos, entre otros. El fin más importante es determinar cómo poder mejorar y hacer más efectivos los procesos productivos de la empresa.

1.5.3 El plano estructural

Una de las características de la administración actual, es el cambio constante; en el tanto las estructuras organizacionales deben analizarse con el fin de mejorarlas, y así brindar al cliente un servicio que llene sus expectativas.

1.5.4 El plano comportamental

El recurso más valioso ypreciado de las organizaciones es el ser humano. Las relaciones interpersonales, tanto formales como informales, son las investigadas en este plano; observando al humano no como una máquina productiva sino como el motor de la empresa.

1.5.5 Misión.

La misión responde a las preguntas:

- ✓ ¿Qué hace la empresa?
- ✓ ¿Por qué nació?
- ✓ ¿Cuál es el propósito en sí?

1.5.6 Visión.

La visión responde a las preguntas:

- ❖ ¿Hacia dónde va?
- ❖ ¿Cuál es la visión a futuro?

1.5.7 Objetivos

Deben ser concretos, medibles, alcanzables y reales.

1.5.8 Políticas

Tiende a confundirse políticas con reglas, las políticas son guías para la toma de decisiones. Es como se define la filosofía de una empresa.

1.5.9 Valores

"Así se hacen las cosas en esta empresa". Es como mejor podría definir los valores de una empresa, la forma en que el cliente puede esperar que se comporte cualquiera de los empleados de la empresa.

1.5.10 Estrategias.

Definir paso a paso un programa de actividades que pretenda alcanzar los objetivos generales de la empresa.

1.5.11 Análisis FODA.

Se define como el diagnóstico de la empresa, y responde a las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuáles son las Fortalezas de la empresa?
- ✓ ¿Cuáles son las Oportunidades que se deben aprovechar?
- ✓ ¿Sobre qué debilidades se debe trabajar?
- ✓ ¿Qué Amenazas enfrenta la empresa?

Esto sirve para explotar al máximo la capacidad de la empresa y fortalecerla.

1.5.12 Organigramas.

Define quién hace qué y de quién es responsabilidad cada cosa, también sirven para que la gente sepa a quién tiene que rendirle cuentas.

1.5.13 Plan de recursos humanos

Si se ha tenido un buen estudio técnico, se podrá definir cuántas personas se necesitan para la producción o comercialización en todo momento.

Por lo que se necesita definir los lineamientos de:

1.5.13.1 Reclutamiento.

¿Cuáles serían las fuentes más importantes para conseguir el personal necesario?

1.5.13.2 Selección.

Responde a las preguntas:

- ✓ ¿Necesitamos gente con tercer nivel de estudios? o ¿Con grado mínimo escolar? ¿Hombres? ¿Mujeres? ¿Edades? ¿Estado civil?
- ✓ ¿Qué conocimientos técnicos debe tener?

1.5.13.3 Capacitación y desarrollo.

Una vez contratado el personal, hay que enseñarle a utilizar la maquinaria de la empresa o decirle en qué consiste su trabajo.

1.6 GESTIÓN COMERCIAL

La definición de Gestión comercial dentro de una organización se aplica tanto a la política y los niveles de transacción. Las políticas comerciales se refieren a las reglas o prácticas que definen cómo las empresas se desempeñarán y las condiciones generales bajo las cuales las relaciones externas se llevarán a cabo.

Muchas de estas políticas se reflejan en los términos de cualquier contrato en el que la organización se compromete. A nivel de transacciones, gestión comercial se aplica a través de la supervisión de las relaciones comerciales para garantizar su cumplimiento con los objetivos empresariales o políticas y de entender o manejar las consecuencias financieras y el riesgo de cualquier variación.

El concepto de gestión aplicado a la administración de empresas obliga a que la misma cumpla con cuatro funciones fundamentales para el desempeño de la empresa; la primera de esas funciones es la planificación, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar provechosos para la organización en términos más específicos nos referimos a la planificación como la visualización global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados. La segunda función que le corresponde cumplir al concepto de gestión es la organización en donde se agruparán todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.

Hugo López (2008), indica que la "dirección de la empresa en base al concepto de gestión implica un elevado nivel de comunicación por parte de los administradores para con los empleados, y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa".

El control es la función final que debe cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, que de éste modo se podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio.

1.6.1 Planeación

Es una de las más importantes de las funciones administrativas, decide que se debe hacer, convirtiéndose en un compromiso de cumplir acciones sobre la base ordenada, realista y sistemática.

Planeación es hacer que suceda algo que de otra manera no sucedería. Ejercer influencia sobre los eventos por venir a fin de que sucedan según se desee. Qué debo hacer hoy para que mañana suceda, alcance o logre algo.

1.6.2 Organización

La organización se refiere a estructurar lo planeado y llevarlo a la práctica de manera que las metas y objetivos planeados se lleven a cabo, también se refiere a cómo deben ser las funciones jerárquicas y actividades a realizar, engloba lo que es el organigrama. Funciones y actividades que están por estructurarse. Dice en concreto cómo y quién va hacer cada cosa, ver perfiles de puestos, el puesto adecuado para la persona adecuada.

1.6.3 Dirección

Según Clueter Bornor; considera la dirección como: "Considerar los esfuerzos esenciales de aquellos que integran el sistema cooperativo". Se hace notar debido que es la parte esencial y central de la administración.

La dirección es guiar a un grupo de individuos para lograr los objetivos de la empresa, la dirección es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones; para la discusión de este papel se debe saber cómo es el comportamiento de la gente, como individuo y como grupo, de manera apropiada para alcanzar los objetivos de la empresa.

1.6.4 Control

El proceso de determinar lo que se está llevando a cabo, a fin de establecer las medidas correctivas necesarias y así evitar desviaciones en la ejecución de los planes.

Puesto que el control implica la existencia de metas y planes, ningún administrador puede controlar sin ellos, el no puede medir si sus subordinados están operando en la forma deseada a menos que tenga un plan, ya sea, a corto, a mediano o a largo plazo, generalmente, mientras más claros, completos, y coordinados sean los planes y más largo el periodo que ellos comprenden, más completo podrá ser el control.

1.7 LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR

La microempresa se caracteriza por ser administrada por una persona, sea esta natural o jurídica, la cual desarrolla actividades de producción o de comercialización de bienes o prestación de servicios.

Son conocidas como MIPYMES (micro, pequeña y mediana empresa).

Los empresarios a través de la generación de las mipymes, crean fuentes de empleo, desarrollando y potencializando las habilidades de sus futuros colaboradores permitiendo mejorar la calidad de vida, así como de las personas que prestan sus servicios.

Los microempresarios no se limitan a los parámetros del código de trabajo y demás leyes laborales, por lo que ellos establecen sus propios horarios y condiciones de trabajo dependiendo de las actividades que ellos desarrollen

Actualmente, las pequeñas y medianas empresas desempeñan una función crucial en la competencia mundial.

Los objetivos de una microempresa consisten en:

1. Producir bienes y servicios.

2. Obtener beneficios.
3. Lograr la supervivencia.
4. Mantener un crecimiento.
5. Ser rentable.

En el Ecuador las pequeñas y medianas empresas son unas de las principales fuentes generadoras de empleo, aportando significativamente en el crecimiento económico del país.

1.8 MARCO LEGAL

Es el principio legal sobre el que se apoyan algunas acciones. Esta definición de fundamentos legales nos permite entender que todos los países del mundo tienen leyes que rigen los comportamientos sociales, dotándolos de derechos y de obligaciones a realizar para establecer un orden social que permita cierta igualdad y una calidad de vida para todos los habitantes.

Constitución del Ecuador

La constitución de la república del Ecuador (2008), en su Art. 319, reconoce la diversidad de formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

En tanto, el Art. 320, se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente en la producción. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Cabe destacar que según el Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos. Mientras tanto, según el Art. 336, el Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación.

Ley de Economía Popular y Solidaria

La Ley de economía popular y solidaria en el Art. 8 sobre las formas de organización de la economía popular y solidaria dice: “Integran la economía popular y solidaria las organizaciones conformadas por los sectores comunitarios, asociativos y cooperativistas, así como también las unidades económicas populares”.

En el caso del taller de aluminio y vidrio es parte de las unidades económicas populares, al respecto la Ley de Economía Popular y Solidaria (LEPS) dice en el Art. 73.- “ Las unidades económicas populares son las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y la solidaridad”

Con respecto al sector artesanal la mencionada ley en su artículo 77 dice: “Es artesano el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que desarrolla su actividad y trabajo personalmente. En caso de ser propietario de un taller legalmente reconocido, no excederá los límites de operarios, trabajo, maquinarias, materias primas y ventas, que serán fijados anualmente por la Superintendencia”

El taller de aluminio y vidrio Villalvid tiene los permisos de funcionamiento al día y se encuentra tramitando su ingreso en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo, se ha considerado como alcance de la investigación descriptiva y explicativa, que en el objeto de estudio se deben de describir las características del grupo de personas a las que se oferta los productos en aluminio y vidrio, y de esta manera poder alcanzar una mayor comprensión en la investigación, además cabe indicar que mediante la aplicación de encuestas a las interesadas en el producto y a profesionales que contratan, las cuales serán de mucho apoyo al momento de diseñar el modelo del plan de negocio, por ello que para el desarrollo se han considerado factores tecnológicos, humanos, financieros inmersos en el tema de estudio.

En el proceso de investigación propuesto por Hernández Sampieri, y otros (2011), define el alcance de la investigación; como el inicio de un proyecto en estudio, el cual puede tener más de un elemento de las cuatro clases de investigación detalladas a continuación, es por ello que es necesario especificar el tipo de investigación que se empleara para la ejecución del desarrollo del proyecto.

Por lo que existe una amplia variedad de tipos de investigación, no obstante Albert (2007) indica lo siguiente: investigación exploratoria, investigación descriptiva, investigación correlacional e investigación explicativa. La metodología de la investigación consiste en un conjunto de técnicas y procedimientos cuyo propósito principal es la implementación de procesos de recolección, clasificación y validación de datos confiables del objeto en estudio.

2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolla aplicando los enfoques cualitativos y cuantitativos, por lo que se fundamenta en hechos reales y recolección de datos estadísticos, lo que permite tener una noción más clara acerca del plan de negocios para el taller de aluminio y vidrio Villalvid.

- **Enfoque cualitativo:** La investigación cualitativa es aquella que utiliza preferente o exclusivamente información de tipo cualitativo y cuyo análisis se dirige a lograr descripciones detalladas de los fenómenos estudiados.
- **Enfoque cuantitativo:** La investigación cuantitativa, en cambio, es aquella que utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable (medible).

2.3 PARADIGMA

El investigador tiene unos conocimientos teóricos previos, pero no fuerza las teorías y modelos por avanzado. En cambio, es durante y después del proceso de recogida de datos se busca exclusivamente tener una idea concreta sobre las cualidades del servicio en el que se desea incursionar.

2.4 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de estudio para este trabajo de investigación es no experimental, transversal descriptiva, ya que se realizará una investigación de campo, mostrando los resultados del estudio para establecer la calidad de trabajos en la fabricación, así como el desarrollo de las actividades administrativas dentro del taller.

2.5 POBLACIÓN

Es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas, Hernández R. Fernández Carlos (2003), manifiesta que población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.” (Pág. # 304).

La población a considerar para el estudio del plan de negocio del taller de aluminio y vidrio “Villalvid” es la del cantón La Libertad ya que cuenta con un área de 25,6 km² y 95.942 habitantes, siendo la ciudad más poblada de la Provincia de Santa Elena.

2.6 MUESTRA

El taller de aluminio y vidrio Villalvid realizará el método de muestra aleatoria simple, esta es seleccionada de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población. Es decir que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

Para establecer el tamaño de la muestra de investigación es conveniente utilizar una fórmula, en la que algunos elementos son constantes y otros variables.

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q}$$

N= Tamaño de la población.

n= Tamaño de la muestra.

Z= Valor z dado un nivel de confianza del 95%.

P= Probabilidad de éxito.

q= 1-p corresponde a la probabilidad de fracaso.

i= margen de error

2.7 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El éxito del presente trabajo dependerá de la calidad de la información que se pueda recabar, ya sea de fuentes primarias y secundarias, así como también del procesamiento y presentación de los datos recopilados.

Para efectos de los potenciales clientes los resultados fueron los siguientes:

$$n = \frac{12000 \cdot 1,96^2 \cdot 0,92 \cdot 0,08}{0,05^2(12000 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,92 \cdot 0,08}$$

$$n = 140$$

La muestra es de 140 personas potenciales clientes. Respecto a la encuesta a los expertos, se consideraron mediante muestreo por criterios 30 encuestas, los resultados están más adelante.

2.7.1 Técnicas

La técnica en investigación es un instrumento, que permite facilitar el procesamiento de la información en la investigación, por ello para la investigación a tratar se ha considerado la utilización de técnicas de tipo documental y de campo, las cuales tendrán como finalidad aclarar los sucesos del tema en estudio.

2.7.2 Documental

Esta técnica permitirá recabar información relevante acerca del tema del plan de negocio y acerca de la materia prima como es el aluminio y vidrio, a continuación se detalla los instrumentos de la investigación documental a utilizar para el desarrollo de la investigación.

- **Fichaje**, es aquel instrumento que facilitará al investigador recolectar información oportuna para el desarrollo de la investigación.
- **Lectura Científica**, utilizando esta técnica se podrá profundizar en el fenómeno de estudio lo que permitirá realizar conclusiones referentes al tema de investigación.
- **Análisis de contenido, redacción y estilo**. Aspectos importantes que permitan, la confiabilidad y validez del trabajo de investigación considerando la diferente información que se obtenga de los diferentes instrumentos utilizados.

2.7.3 Campo

La investigación de campo permite analizar el problema de manera sistemática, para llevar a cabo la actividad, es necesario vivenciar las actividades y procesos diarios de la empresa Villalvid, para recolectar información real y necesaria para el tema en estudio, para ello se aplicaran encuestas a los futuros clientes de la empresa, con la finalidad de obtener resultados favorables para la implementación del plan de negocio para el taller de aluminio y vidrio Villalvid.

A continuación se detallan los instrumentos a utilizar para la recolección más oportuna en la investigación.

- **Observación**, mediante la observación permitirá obtener información directa.
- **Entrevista**, mediante el diálogo planificado se podrá obtener información y profundizar acerca del tema de investigación.
- **Encuesta**, instrumento guía, mediante el cual se establece el diagnóstico, la factibilidad de la propuesta.
- **Instrumentos**, se diseñarán los instrumentos en función de las necesidades y de los objetivos propuestos en la presente investigación, que faciliten y se obtenga información veraz y confiable.

2.8 PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrollará tomando en cuenta el siguiente procedimiento:

1. Planteamiento del problema
2. Revisión bibliográfica
3. Definición de la población, selección de la muestra
4. Consecución del sistema de variables
5. Elaboración del instrumento
6. Ensayo piloto del instrumento

- 7. Estudio de campo**
- 8. Proceso y análisis de datos**
- 9. Conclusiones y recomendaciones**
- 10. Formulación de la propuesta**
- 11. Preparación y redacción del informe final**

Los procesos que se desarrollan en este estudio, cuenta con conjunto de estrategias, políticas y técnicas y habilidades que permiten emprender este tipo de investigación, tiene como objetivo comunicar a las personas interesadas los resultados de una manera clara y sencilla, de tal forma que haga posible al lector comprender los datos y determinar por sí mismo la validez y confiabilidad de las conclusiones del presente tema de estudio.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para el procedimiento de la investigación se aplicaron encuestas, con la finalidad de obtener información acerca de gustos, preferencia y demás características acerca de las actividades y procesos que se realizan en el taller de aluminio y vidrio Villalvid, es por eso que se realizó dos formatos con preguntas acordes a los grupos encuestados como son los futuros clientes y los profesionales, cabe mencionar que se mantuvo el esquema sencillo, en cuanto al lenguaje aplicado en las preguntas para una mayor comprensión.

Se aplicaron 140 encuestas tal como se determinó en el tamaño de la muestra, la aplicación de este instrumento permitió obtener información real, directa y confiable acerca de la situación actual que enfrenta la empresa, ayudando a detectar las posibles amenazas y debilidades, así como también a detectar las fortalezas y oportunidades, los mismos que fueron de mucha ayuda para armar las estrategias que servirán para el diseño del plan de negocio.

Una vez aplicada la encuesta a los clientes se procedió al ingreso de información en el programa informático spss para la respectiva tabulación de las encuestas y posteriormente a la elaboración de cuadros estadísticos y graficas las cuales revelan las variaciones en porcentajes de acuerdo a las respuestas obtenidas, las cuales son esenciales para la interpretación, que tienen como finalidad proporcionar ideas para el desarrollo del plan de negocio para el taller de aluminio y vidrio Villalvid.

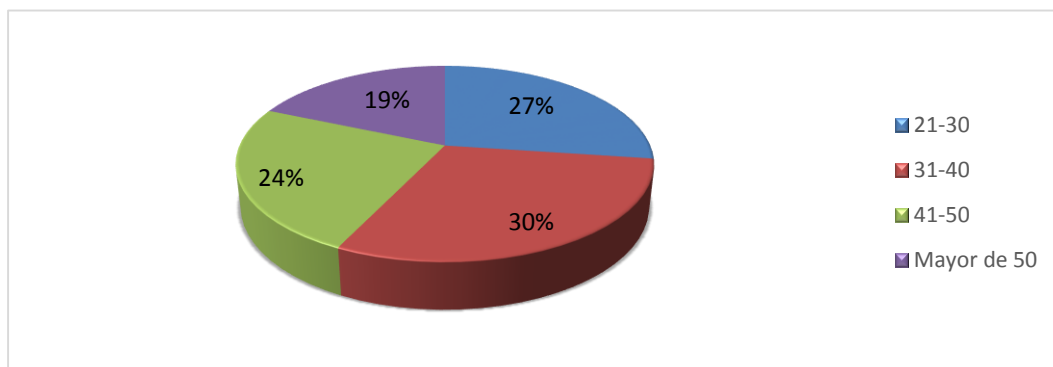
3.1 ENCUESTAS REALIZADAS A POSIBLES CLIENTES.

TABLA N°2 Edad
¿QUÉ EDAD TIENE?

ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	21-30	38	27
	31-40	42	30
	41-50	34	24
	Mayor de 50	26	19
	TOTAL		140

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 6 Edad



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

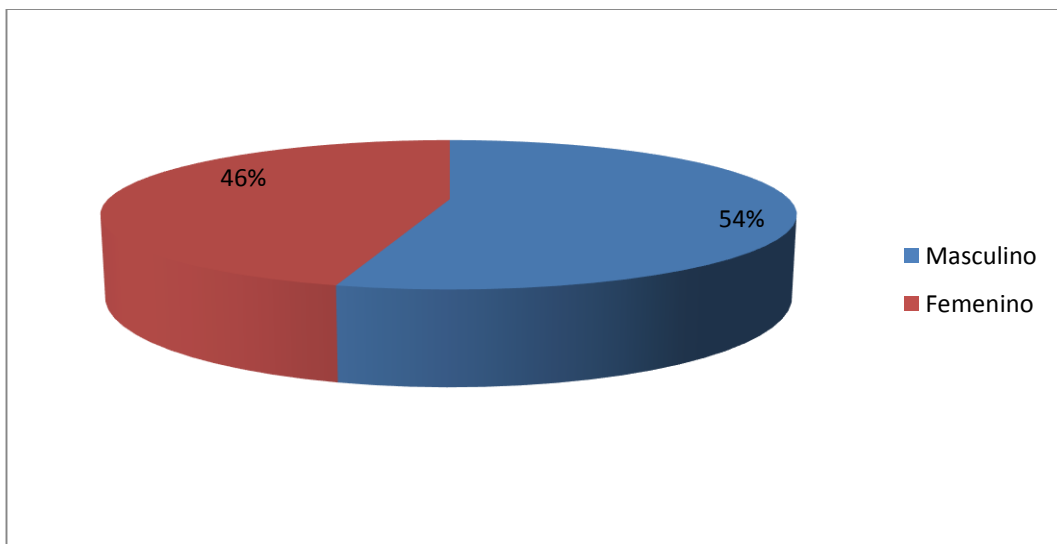
Con respecto a la edad se determina que los clientes que más necesitan de los servicios de trabajos en aluminio y vidrio se encuentran en el rango de 31 a 40 años a diferencia de los clientes mayores a 50 años que por lo general tienden a contratar los servicios en menor cantidad.

TABLA N°3 Sexo del encuestado

SEXO DEL ENCUESTADO			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Masculino	76	54
	Femenino	64	46
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 7 Sexo del encuestado



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

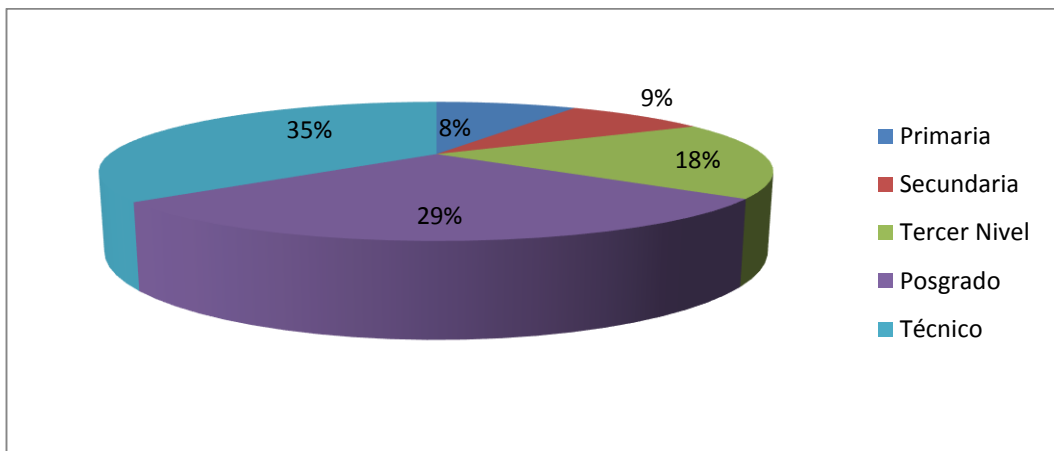
Se establece que el mayor porcentaje de participantes en este estudio predomina el sexo masculino con un 54% seguido por el 46% que representa al sexo femenino, ambos grupos colaboraran con información importante para la factibilidad del proyecto.

TABLA N°4 Nivel de escolaridad

¿Cuál es su nivel de escolaridad?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Primaria	12	9
	Secundaria	12	9
	Tercer nivel	25	18
	Posgrado	41	29
	Técnico	50	35
	TOTAL		140

Fuente: Nivel de escolaridad
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 8 Nivel de escolaridad



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

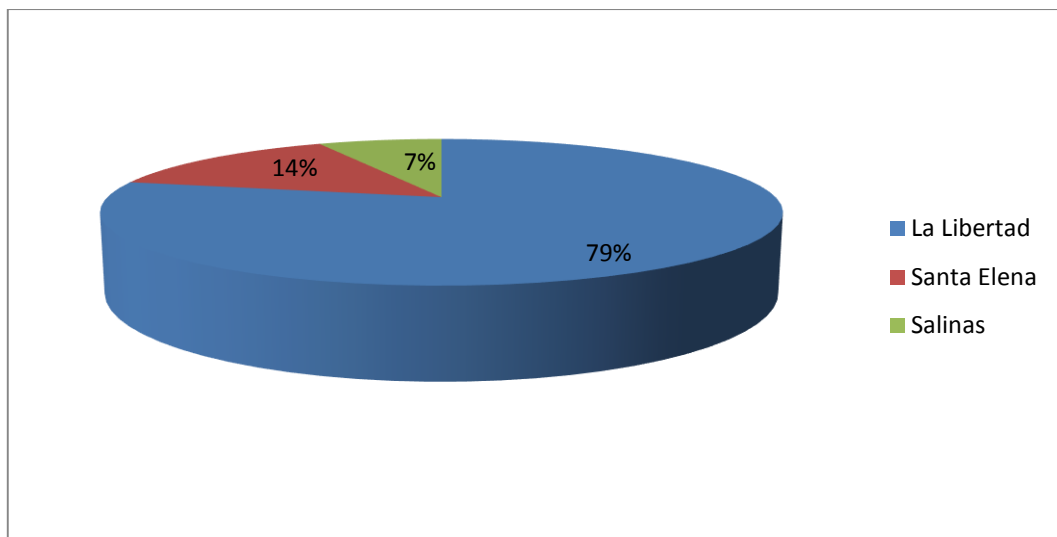
Mediante las encuesta se determina que el 36% de los participantes tienen un nivel técnico respecto a su educación, seguido por un 29% que poseen estudios de posgrado, y con menor porcentaje del 9% cursaron el nivel primario y secundario.

TABLA N°5 Lugar de residencia

¿Cuál es su lugar de residencia?			
ÍTEMES	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	La Libertad	110	79
	Santa Elena	20	14
	Salinas	10	7
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 9 Lugar de residencia



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

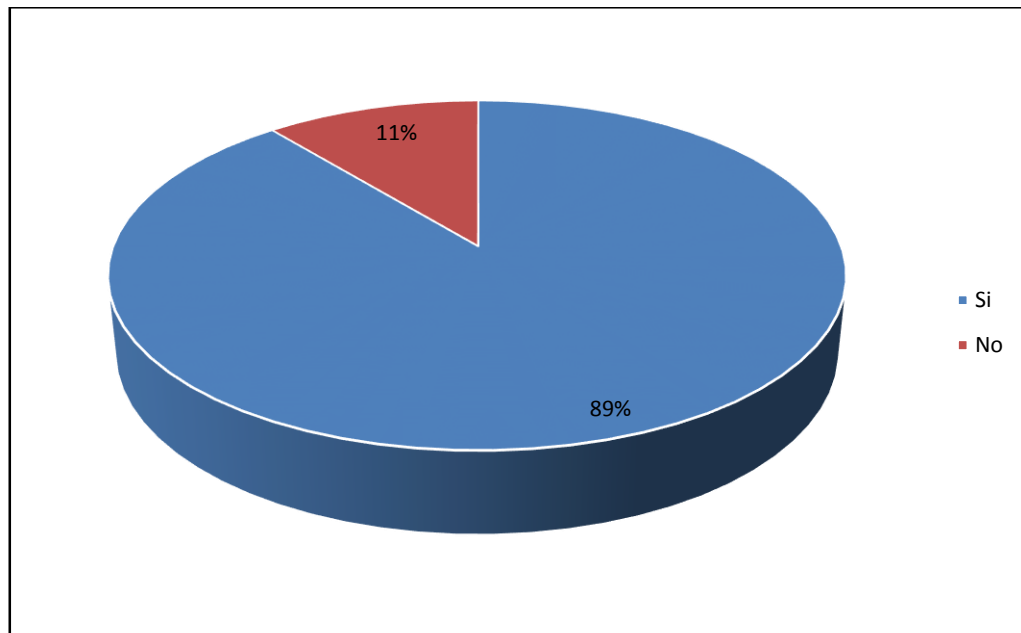
Respecto a la residencia se pudo establecer que el mayor número de participantes viven en el cantón La Libertad, el cual representa al 79% del total de la muestra, mientras que el 7% indican vivir en Salinas, resultados muy importantes y significativos para este estudio, para poder tomar decisiones efectivas en este proyecto.

TABLA N°6 Necesita un trabajo de aluminio y vidrio

¿Necesita usted un trabajo de aluminio y vidrio en su hogar u oficina?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Si	125	89
	No	15	11
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 10 Necesita un trabajo de aluminio y vidrio



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

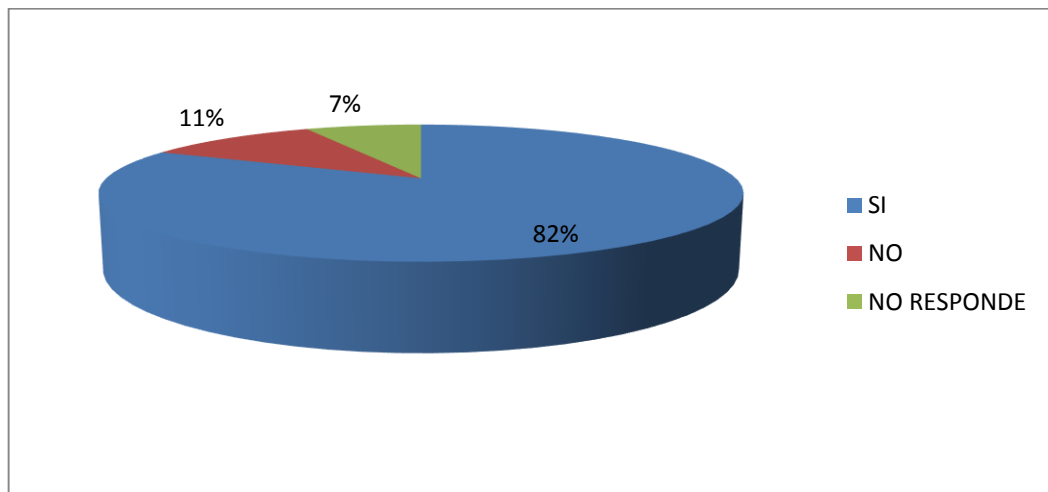
Al observar los resultados del gráfico se evidencia claramente que el 89%, de los encuestados respondieron que necesitan un trabajo con este tipo de material dentro de su hogar u oficina, frente a un 11% que indican que no requieren del trabajo en aluminio y vidrio.

TABLA N°7 Conoce donde realicen trabajos de aluminio y vidrio

¿Conoce en su sector algún lugar donde se realicen estos trabajos de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	SI	115	82
	NO	15	11
	NO RESPONDE	10	7
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 11 Conoce donde realicen trabajos de aluminio y vidrio



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

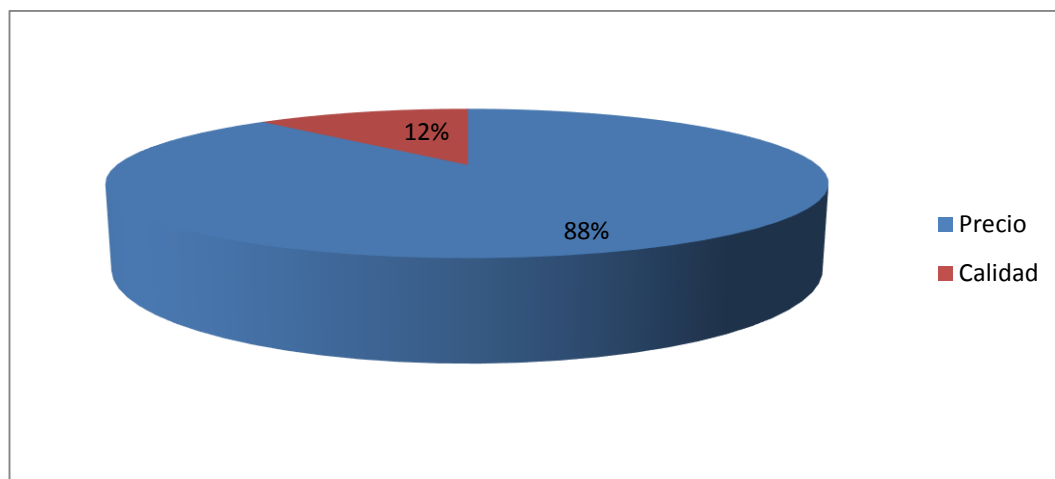
Se concluye, que si conocen en su sector algún lugar donde se realicen trabajos de aluminio y vidrio, los resultados demuestran claramente que el 82% de los encuestados manifiestan que si conocen, y un 11% indican no conocer.

TABLA N°8 Decisión de compra

¿En qué función toma Ud. su decisión de compra?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Precio	123	88
	Calidad	17	12
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 12 Decisión de compra



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

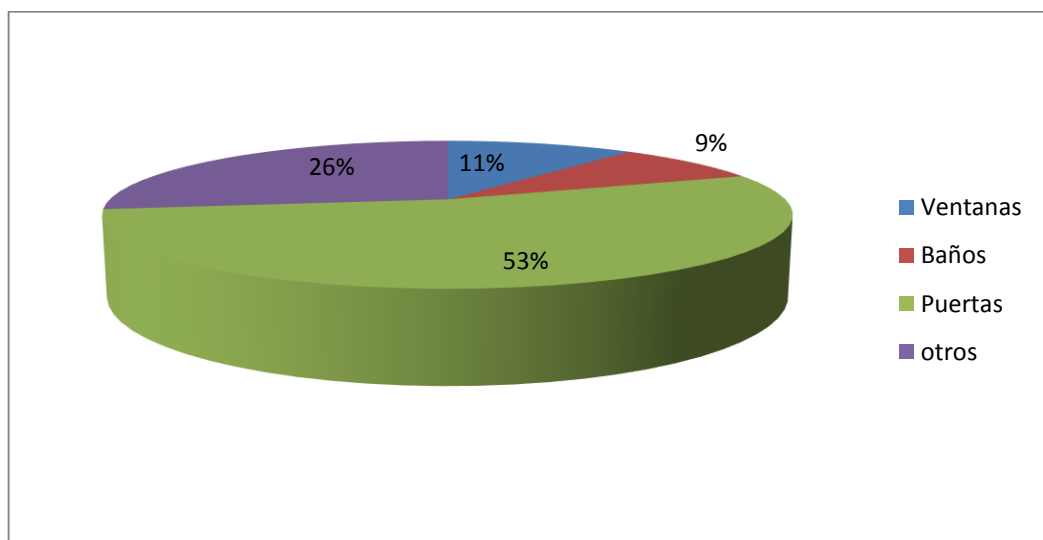
Se establece que los encuestados toman sus decisiones de compra, en función del precio y con el restante de la población se puede afirmar que su fundamento de compra es el costo, debido a que la situación económica cada vez es más compleja y hay que ajustarse en base a la realidad social.

TABLA N°9 Servicio que necesitaría para su hogar

¿Qué servicio necesitaría para su hogar?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Ventanas	15	11
	Baños	12	9
	Puertas	75	54
	Otros	38	26
	TOTAL		140

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 13 Servicio que necesitaría para su hogar



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

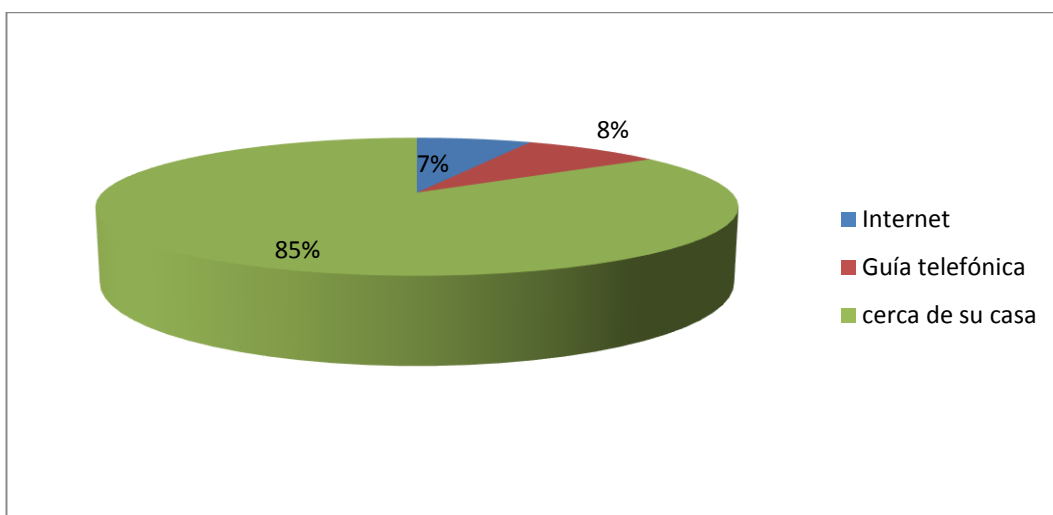
Se determina que el 54% de los encuestados, necesitan para su hogar instalaciones de puertas de aluminio y vidrio, seguido por el 27% de los participantes que respondió necesitar otro tipo de servicio elaborado con este material, mientras el 9% dice necesitar el servicio para remodelar su baño, necesidades relevantes para la prestación de este servicio.

TABLA N°10 Servicios de aluminio y vidrio

¿Cuándo Ud. necesita el servicio de aluminio y vidrio donde lo busca?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Internet	10	7
	Guía telefónica	12	8
	Cerca de su casa	120	85
	TOTAL	142	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 14 Servicios de aluminio y vidrio



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

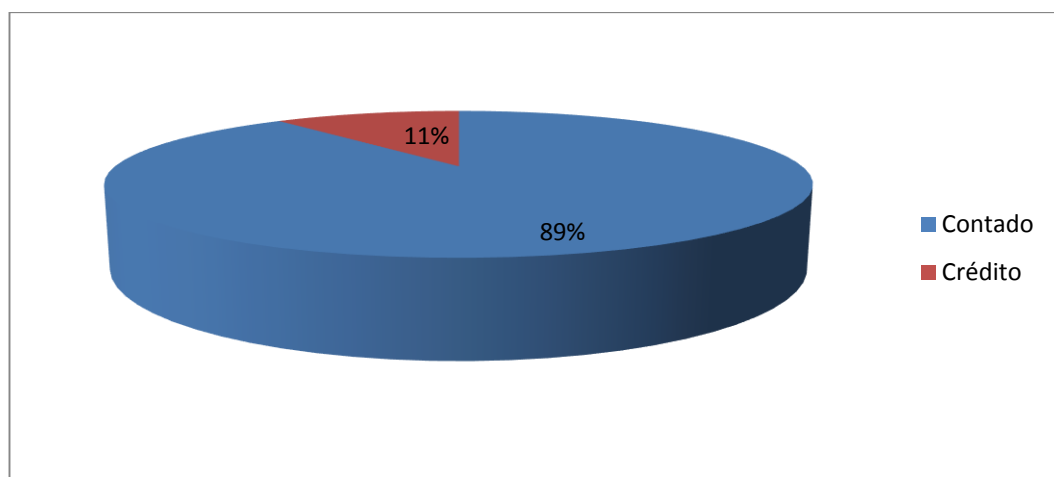
Se concluye que el 85% de las personas encuestadas, mencionan que para ellos siempre es preferible buscar el servicios de aluminio y vidrio cerca del lugar donde habitan, ya que le garantiza y pueden conocer el trabajo que realizan, mientras que un 7% lo realizan mediante el sitio web que es el internet.

TABLA N°11 Pago de un servicio en aluminio y vidrio

¿De qué forma preferiría el pago de un servicio o trabajo en aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Contado	125	89
	Crédito	15	11
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 15 Pago de un servicio en aluminio y vidrio



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

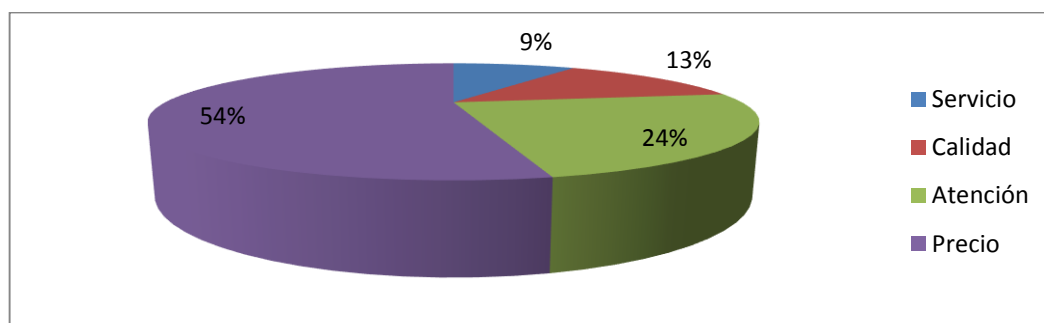
En lo relacionado al pago se establece la prestación de un servicio en aluminio y vidrio, podemos ver que los resultados con mayor parte de encuestados el 89% mencionan que prefieren pagar este tipo de servicios al contado, mientras que un 11% indica efectuar el pago mediante crédito.

TABLA N°12 Empresa de aluminio y vidrio

¿Cuáles son los atributos para elegir una empresa de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	Servicio	12	9
	Calidad	18	13
	Atención	32	24
	Precio	72	54
	TOTAL	134	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 16 Empresa de aluminio y vidrio



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

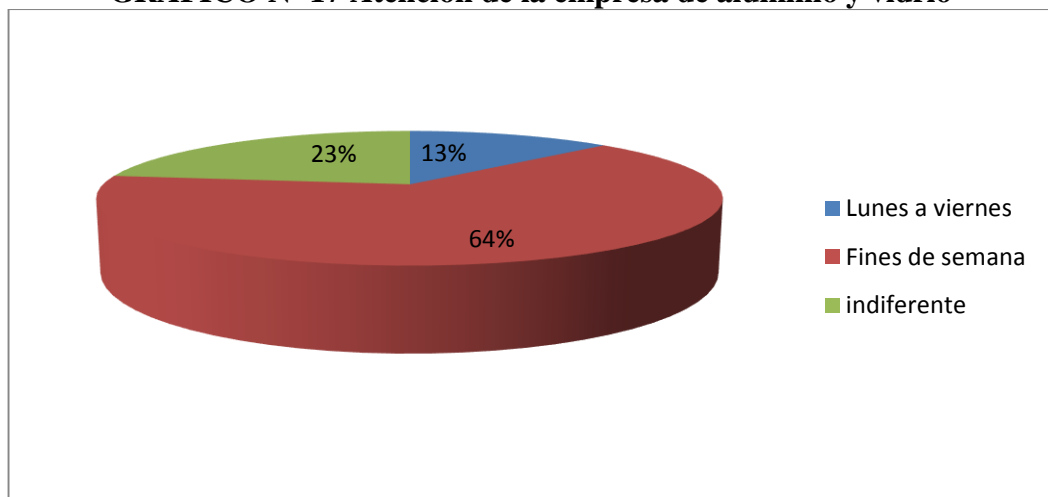
Se establece que el 54% de los encuestados indicaron que para ellos lo fundamental es fijar el precio del servicio que van adquirir versus un 9% el cual hace referencia al servicio que brinde la empresa y satisfagan las necesidades de los clientes.

TABLA N°13 Atención de la empresa de aluminio y vidrio

¿Qué día le gustaría que atienda la empresa de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCI	PORCENTAJE
		A	
12	Lunes a viernes	18	13
	Fines de semana	90	64
	Indiferente	32	23
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 17 Atención de la empresa de aluminio y vidrio



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

El 64% de los participantes en este estudio, concluye que le gustaría que este tipo de empresa los atiendan los fines de semanas, que por lo general son los días en los que se encuentran en casa debido a que los demás días por lo general se encuentran laborando, mientras que un 13% indicó que debe atender de lunes a viernes.

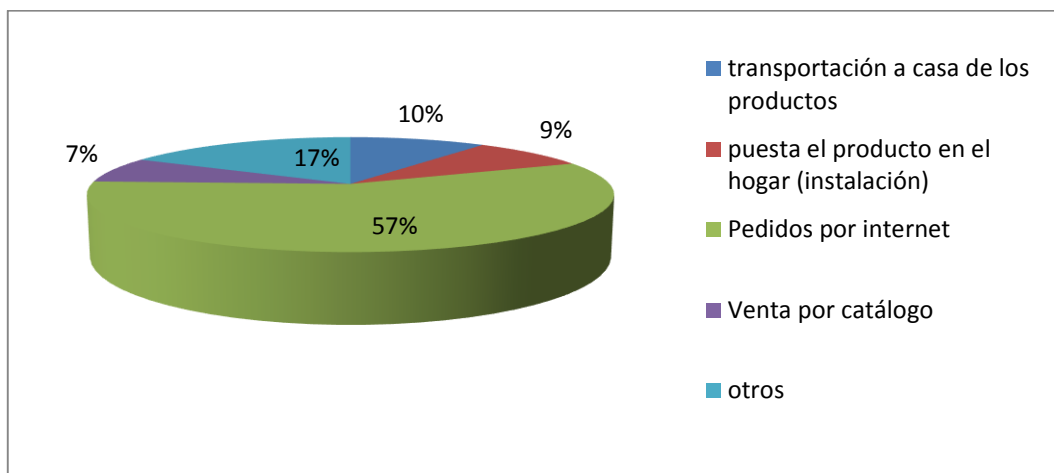
TABLA N°14 Servicio adicional que le gustaría brindara la empresa

¿Qué productos/ servicios adicionales le gustaría que brindara la empresa de aluminio y vidrio?			
ÍTEM	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
13	Transportación a casa de los productos	14	10
	Puesta el producto en el hogar (instalación)	12	9
	Pedidos por internet	80	57
	Venta por catálogo	10	7
	Otros	24	17
	TOTAL		140

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 18 Servicio adicional que le gustaría brindara la empresa



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Se determina que el 57% de las personas encuestadas menciona que uno de los servicios adicionales que le gustaría que brinde la empresa es la de los pedidos por internet, y en menor aceptación con un 7% se encuentra la venta por catálogo.

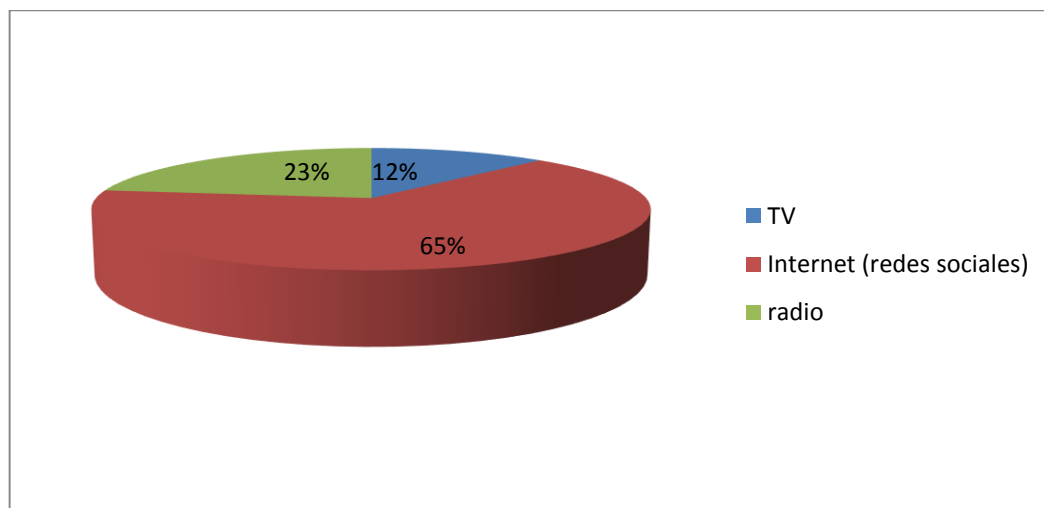
TABLA N°15 Novedades de la empresa

¿Cómo le gustaría enterarse de las novedades de la empresa de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14	TV	17	12
	Internet (redes sociales)	91	65
	Radio	32	23
	TOTAL	140	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 19 Novedades de la empresa



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

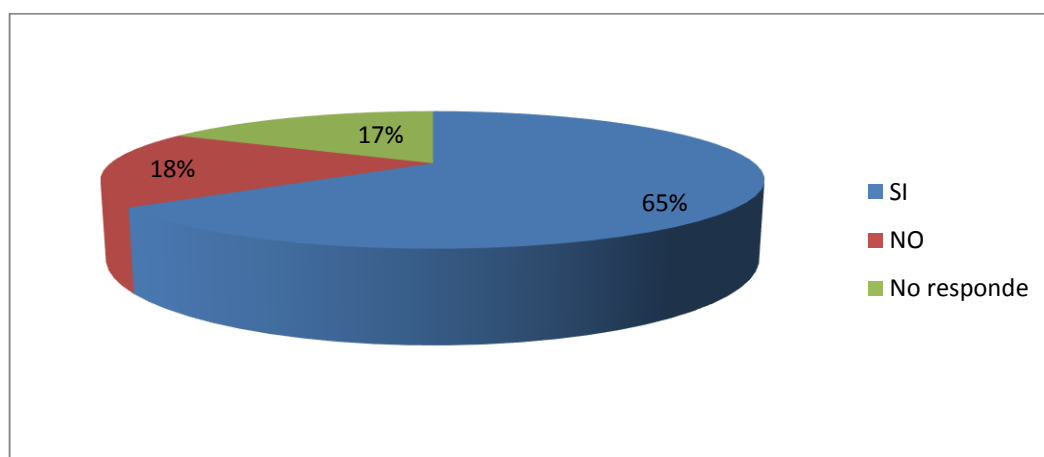
Los datos establecen que un 65% de los participantes que fueron encuestados en este estudio mencionan que le gustaría enterarse de las novedades que oferte la empresa mediante las redes sociales, contra un 12% que opta por el medio televisivo. Esto demuestra que se debe tener en cuenta el auge tecnológico para promocionar los servicios y productos para ganar prestigio y demanda por parte de la empresa.

TABLA N°16 Ferias de exhibición de productos de aluminio y vidrio

¿Le gustaría que se realicen ferias de exhibición de los productos a base de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15	SI	91	65
	NO	25	18
	No responde	24	17
	TOTAL	140	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 20 Ferias de exhibición de productos de aluminio y vidrio



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

En la pregunta planteada a los participantes para conocer si le gustaría que se realicen ferias de exhibición de los productos a base de aluminio y vidrio, el 65% respondió que sí es importante conocer la calidad y el diseño de los productos que realizan, frente a un 17% que no respondió a la pregunta.

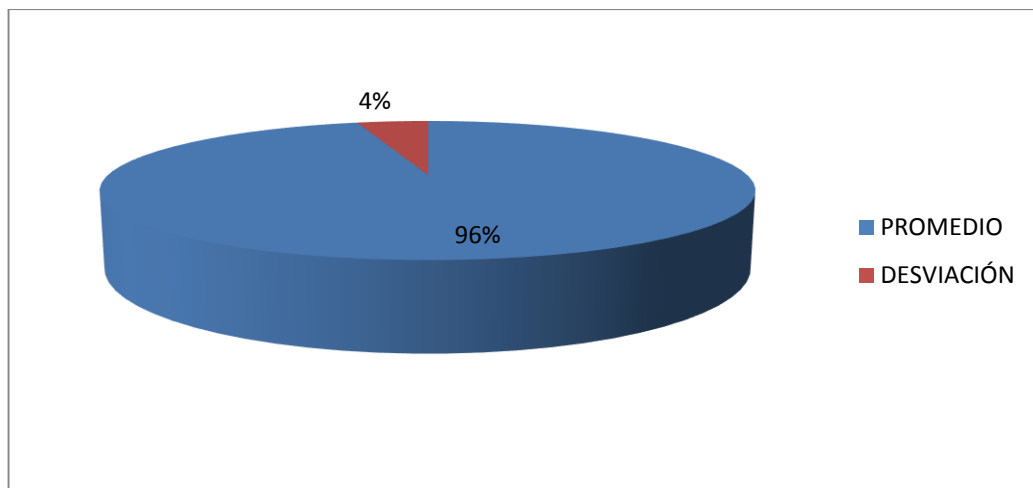
TABLA N°17: Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos a base de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	
16	PROMEDIO	220	DÓLARES
	DESVIACIÓN	10	DÓLARES

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 21 Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Se determina que el valor monetario que estarían dispuesto a pagar por los productos a base de aluminio y vidrio, una aproximación promedio de 220 dólares con una desviación de los 10 dólares respecto al precio proyectado.

3.2 CONCLUSIONES DE ENCUESTAS A POSIBLES CLIENTES

Entre las principales conclusiones se consideran las siguientes:

- En las encuestas realizadas al grupo de los posibles clientes se pudo detectar que las personas más interesadas en adquirir los productos en aluminio y vidrio tienen 21 años en adelante y la mayoría son hombres residentes en La Libertad, Santa Elena y Salinas.
- Las personas encuestadas indicaron, que les parece muy atractivos que en la península oferten las fabricaciones de puertas, ventanas, mamparas y demás productos, ya que darían un realce novedoso en las construcciones.
- Sostienen que los factores más llamativos al momento de finalizar la compra es el precio, atención al cliente y la calidad de servicio y producto que brinde la empresa.
- Entre los servicios adicionales señalaron que les gustaría que tenga la empresa son los pedidos por internet, transporte, instalaciones del producto en el hogar y una venta por catálogo.
- Señalan que se debería realizar publicidad por redes sociales, radio y televisión local a fin de que la empresa de aluminio y vidrio Villalvid sea más conocida en el medio.
- El grupo de los encuestados indicaron que les agradecería que se realicen ferias en donde se exhiban la variedad de productos que se pueden realizar con el material de aluminio y vidrio.

3.3 ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES.

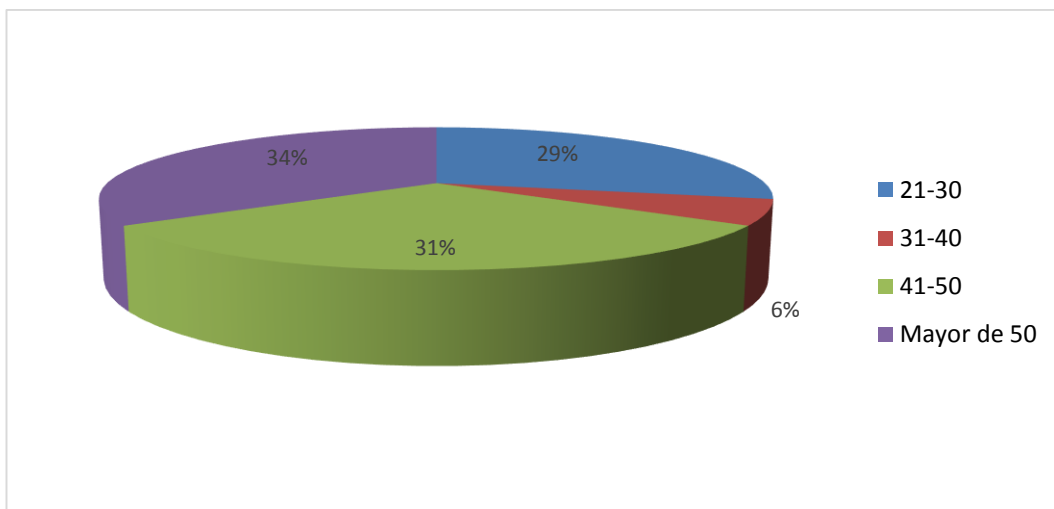
TABLA N°18 Edad

EDAD			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	21-30	10	29
	31-40	2	6
	41-50	11	31
	Mayor de 50	12	34
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 22 Edad



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Como se puede observar en la representación de la tabla los resultados de las edades muestran que la mayoría corresponde a personas mayores de 50 años lo que equivale al 34% de los encuestados frente a un 6% equivalente a las personas de 31-40 años.

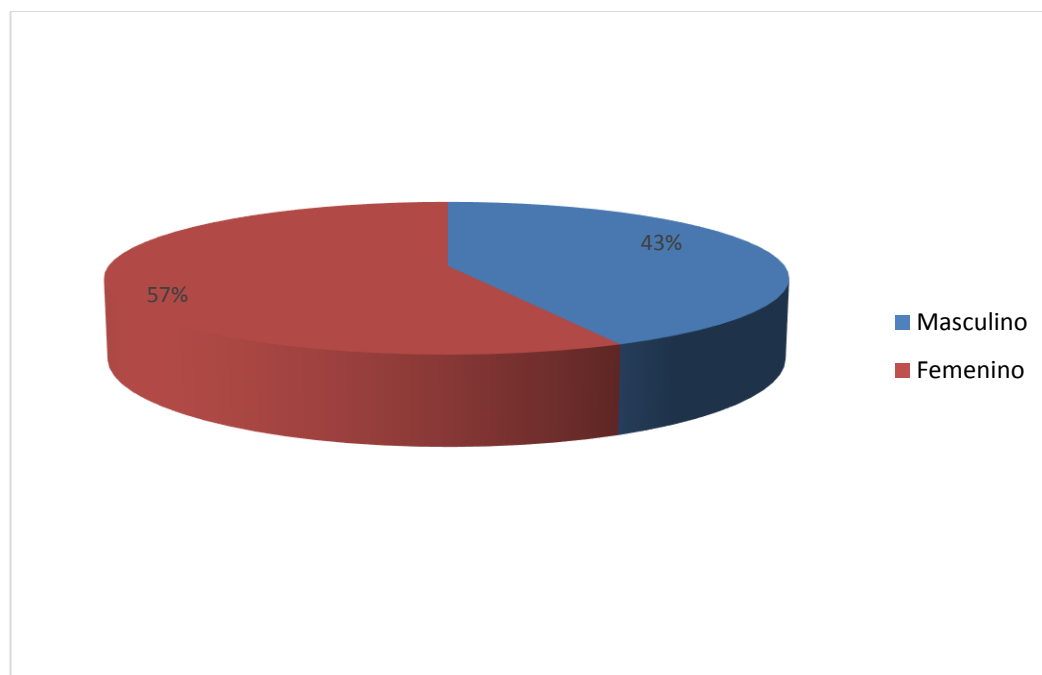
TABLA N°19 Sexo

Género de los encuestados			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Masculino	15	43
	Femenino	20	57
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 23 Sexo



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

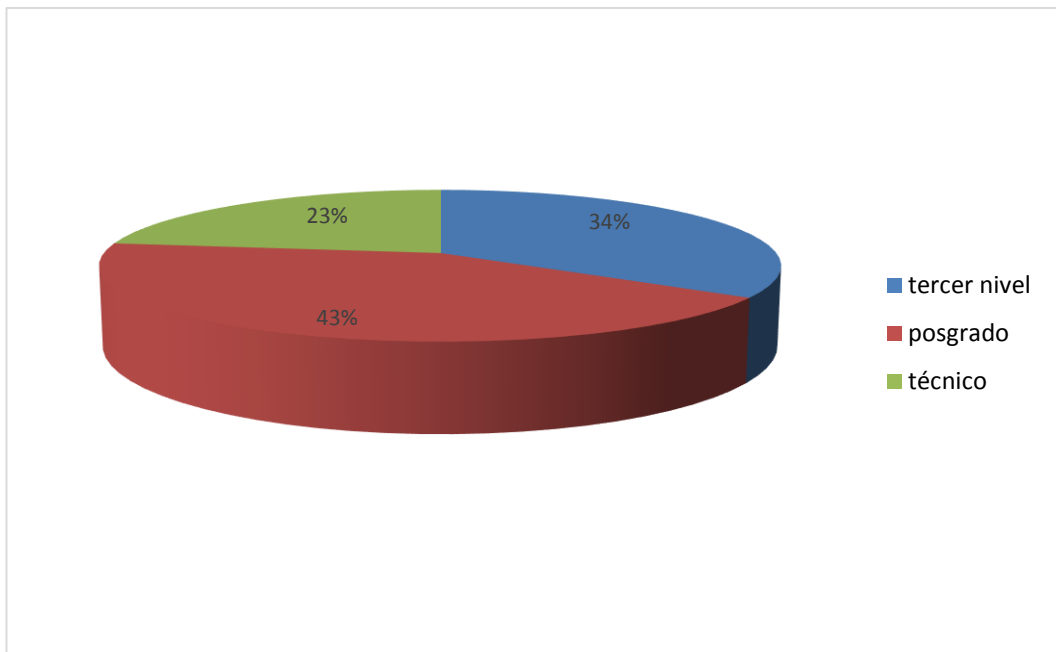
Según los resultados de las encuestas realizadas se determina la mayor proporción de encuestadas al sexo femenino alcanzando un 57%, seguido del sexo masculino representa un equivalente del 43%.

TABLA N°20 Nivel de escolaridad

¿Cuál es su nivel de escolaridad?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Tercer nivel	12	34
	Posgrado	15	43
	Técnico	8	23
	TOTAL		35

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 24 Nivel de escolaridad



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Según los resultados de las encuestas aplicadas a la población de ambos sexos se determina que el nivel de escolaridad con mayor número es de personas que tienen posgrado frente a una minoría del 23% de aquellas personas que tienen nivel de técnico en diversas áreas.

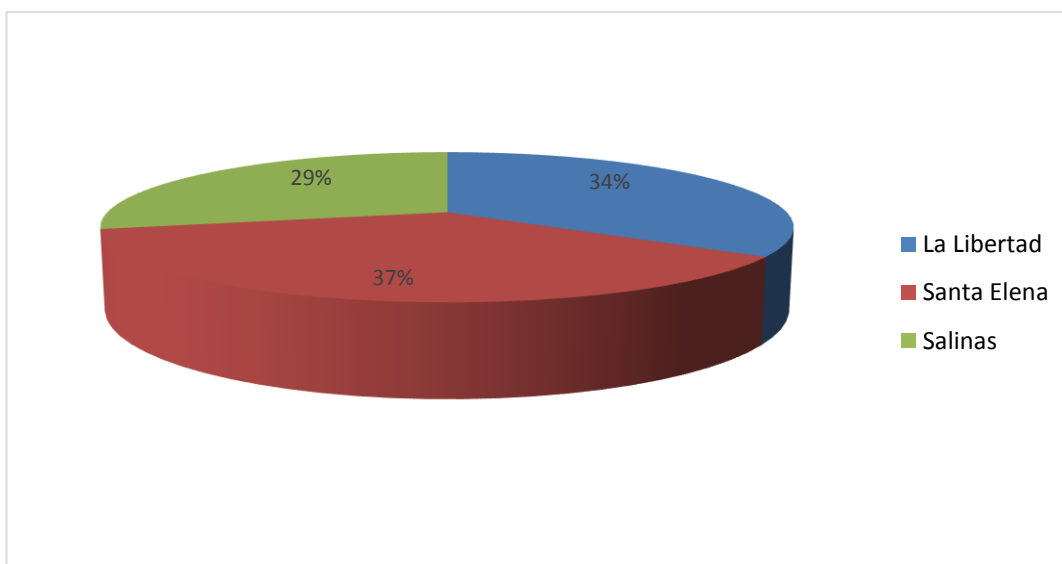
TABLA N°21 Lugar de residencia

¿Cuál es su lugar de residencia?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	La Libertad	12	34
	Santa Elena	13	37
	Salinas	10	29
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 25 Lugar de residencia



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Se establece según la tabla representativa que la mayoría de los encuestados tienen su lugar de residencia en el cantón Santa Elena afirmándose con un 37%, posteriormente se centralizan en el cantón La Libertad significando un 34%, seguido de personas residentes del cantón Salinas equivalente al 29%.

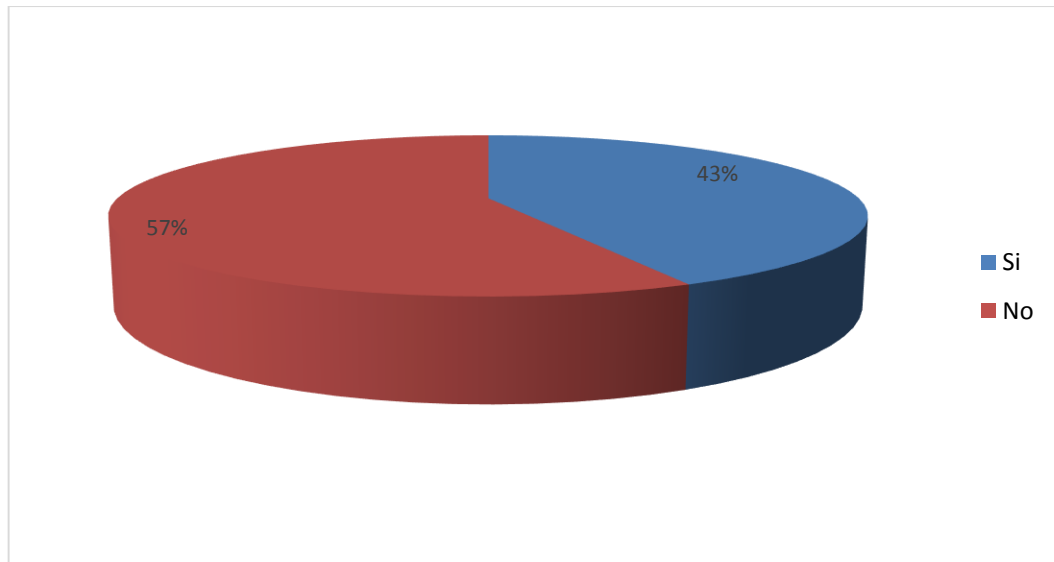
TABLA N°22 Uso de aluminio y vidrio es alternativa para decoraciones

¿Considera usted que el uso del aluminio y vidrio es una alternativa para la decoración y usos en casas y empresas?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Si	15	43
	No	20	57
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 26 Uso de aluminio y vidrio es alternativa para decoraciones



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

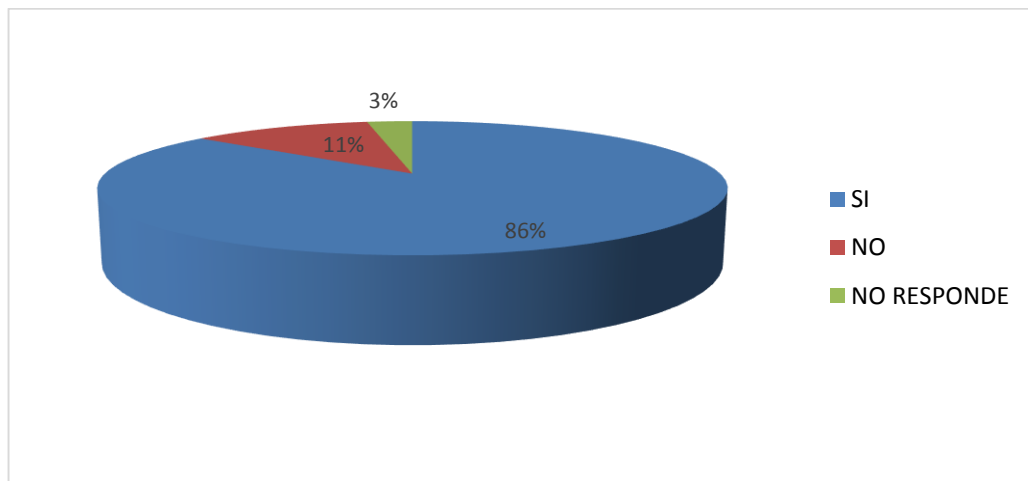
Los resultados de las encuestas determinan que el uso del aluminio y vidrio no es una alternativa para la decoración y uso en casas y empresas representado en un 57%, mientras que el 43% manifiestan que si es una alternativa de decoración y usos diversos.

TABLA N°23 Conoce más talleres de aluminio y vidrio
¿Conoce usted lugares donde se realicen estos trabajos de aluminio y vidrio?

ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		A	E
6	SI	30	86
	NO	4	11
	NO RESPONDE	1	3
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 27 Conoce más talleres de aluminio y vidrio



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Se establece que los encuestados representados en un 86% manifiestan que conocen lugares donde se realizan trabajos en aluminio y vidrio, seguido de respuestas negativas donde añaden no conocer de estos lugares equivalentes a un 11% de los encuestados, y como complemento una persona encuestada no responde de la pregunta planteada alcanzando un 3% del total porcentual.

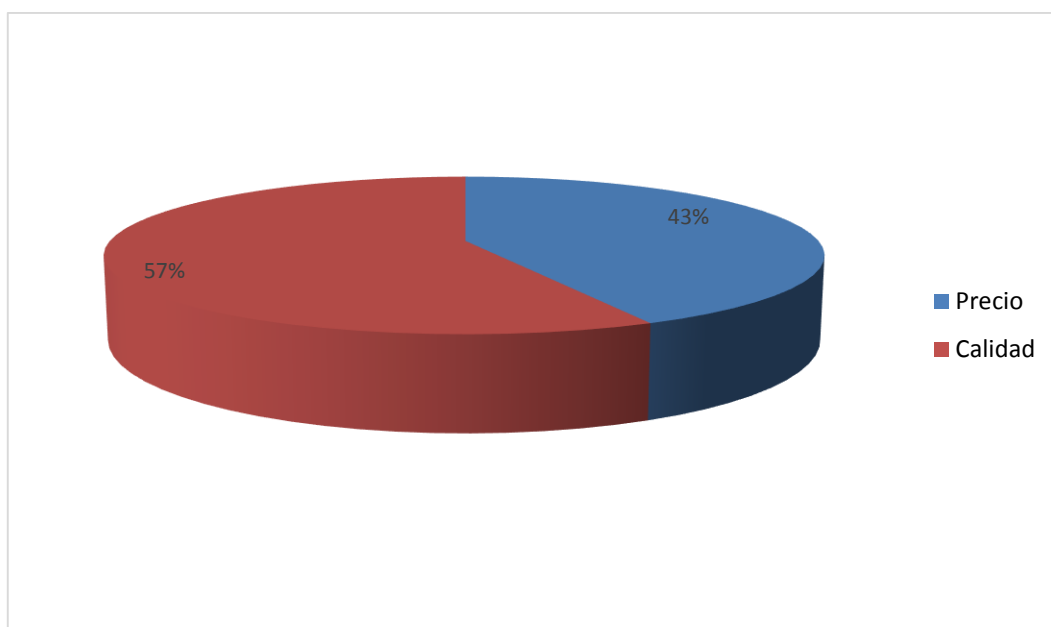
TABLA N°24 Decisión de comprar lo hace en función de que

¿La decisión de compra Ud. la toma en función de qué?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Precio	15	43
	Calidad	20	57
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 28 Decisión de compra



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Los resultados de las encuestas aplicadas establecen que la población muestra decide sobre su poder de compra, según la calidad del producto alcanzando una cantidad representativa del 57%, finalizando como una minoría que considera que su decisión de compra se centra en el precio representando al 43% del total porcentual.

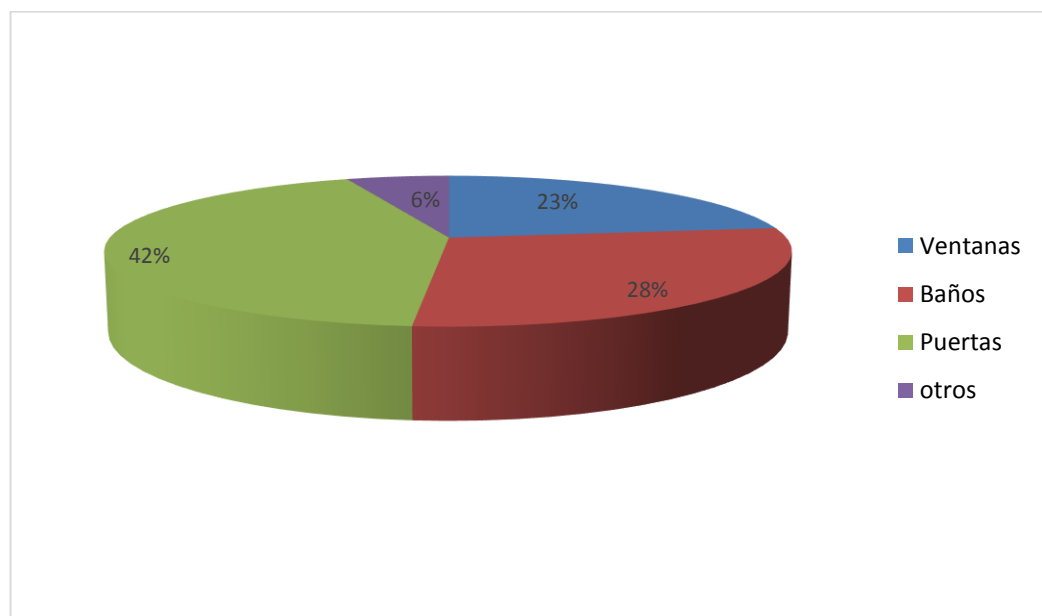
TABLA N°25 Que tipo de servicio Ud. Necesita

¿Qué servicio necesitaría para su hogar, usted cree se necesitan para hogares o empresas?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Ventanas	8	23
	Baños	10	29
	Puertas	15	42
	Otros	2	6
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 29 Que tipo de servicio Ud. necesita



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

La aplicación de las encuestas establecen que la mayoría de los encuestados necesitaría de los servicios especialmente para la elaboración de puertas alcanzando un 43%; seguido del 29% para baños siendo esta una segunda opción de servicio; como otra opción un 23% se utilizaría en la fabricación de ventanas.

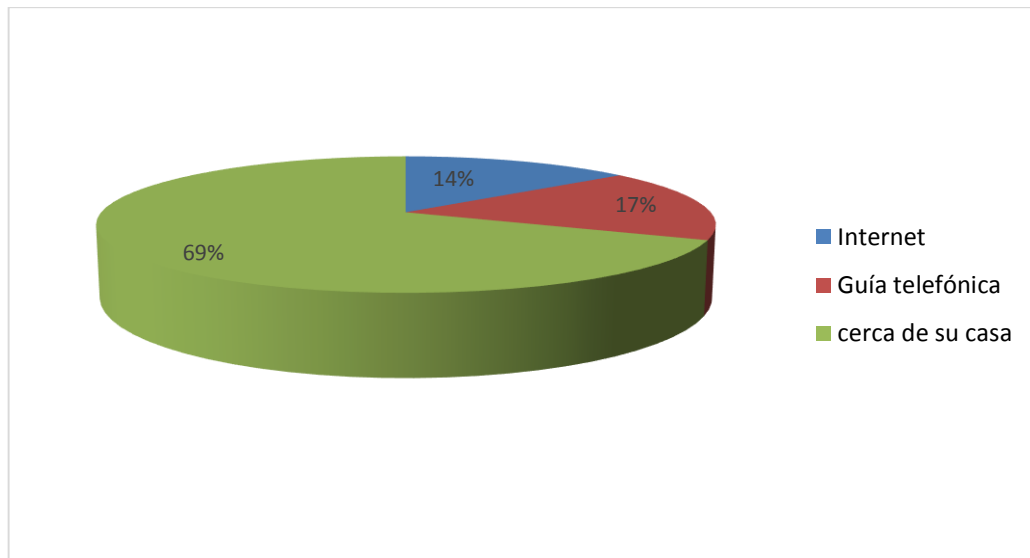
TABLA N°26 Cuales son los medios para buscar este servicio

¿Cuáles son los medios donde las personas buscan servicios con aluminio y vidrios?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Internet	5	14
	Guía telefónica	6	17
	Cerca de su casa	24	69
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 30 Cuales son los medios para buscar este servicio



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

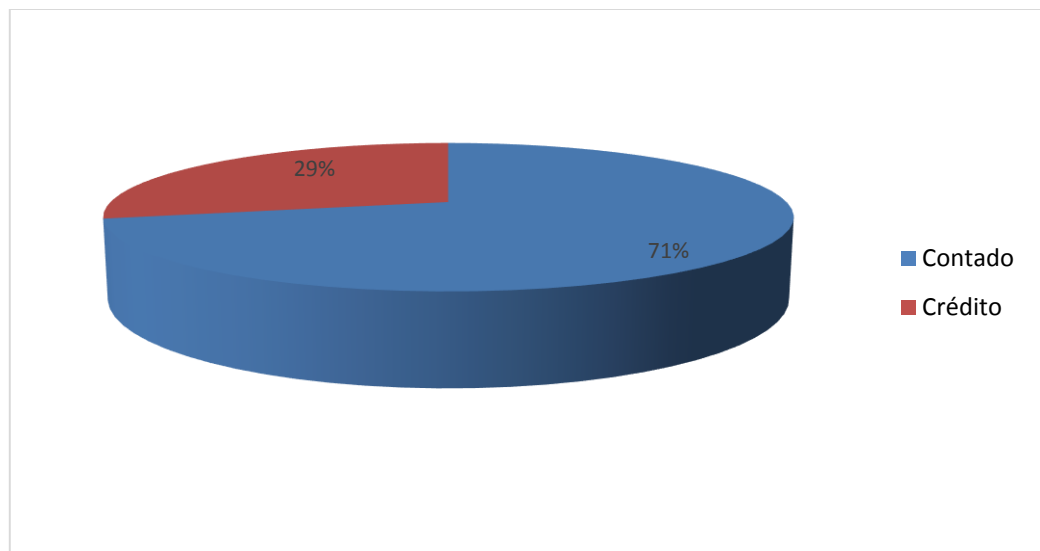
Las personas encuestadas determinan que la mayor concurrencia para buscar los trabajos de aluminio y vidrio sería cerca de su casa representando un 69% del total porcentual; seguido del 17% que considera por medio de guía telefónica; finalmente un 14% establece como medio para buscar los servicios de la organización vía internet.

TABLA N°27 Preferencias de accesibilidad de los pagos

¿Preferiría que se le hiciera más accesible el pago de su trabajo en aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Contado	25	71
	Crédito	10	29
	TOTAL	35	100 %

*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

GRÁFICO N° 31 Preferencias de accesibilidad de los pagos



*Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

Análisis

Según las respuestas de los encuestados se concluye que existe preferencia de pago de los servicios de aluminio y vidrio deciden cancelar los servicios al contado alcanzando un 71%; seguido del 29% de los encuestados a forma de crédito.

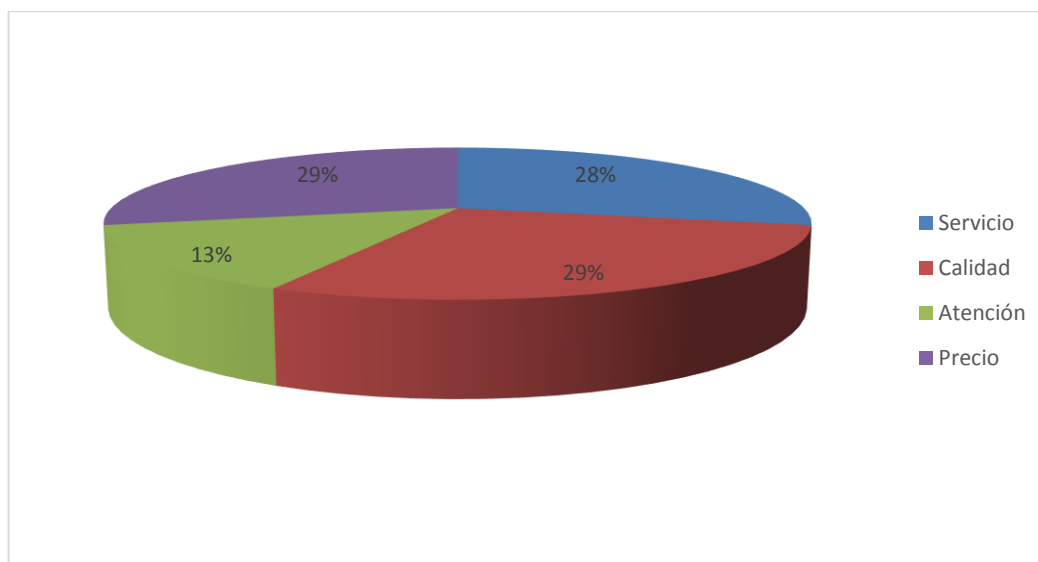
TABLA N°28 Que consideran las empresas para adquirir el servicio

¿Cuáles son los atributos que usted considera las empresas toman en cuenta al momento de elegir por una empresa de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	Servicio	10	29
	Calidad	10	29
	Atención	5	13
	Precio	10	29
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 32 Que consideran las empresas para adquirir el servicio



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

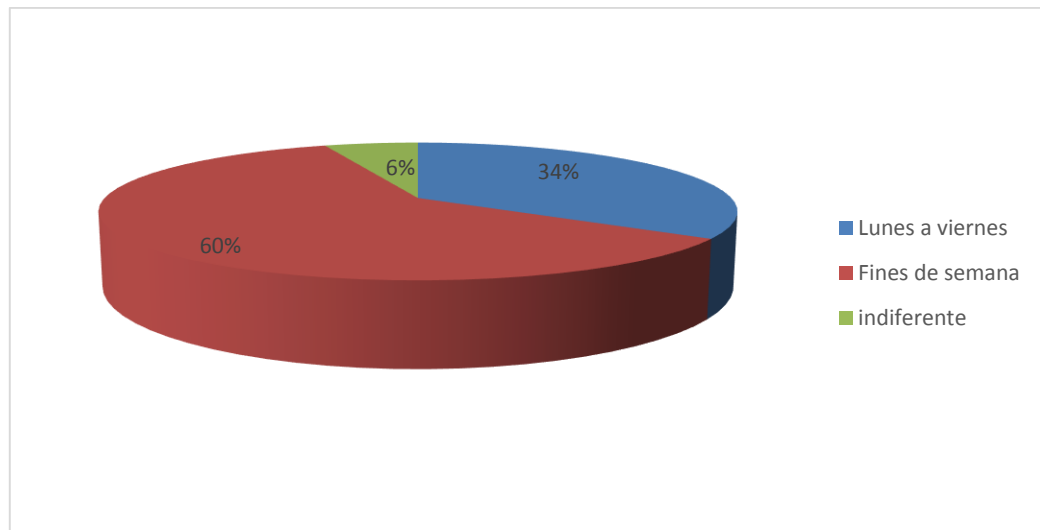
Los encuestados determinan que las empresas deben considerar como atributos al servicio, calidad y precio alcanzando como dato porcentual una similitud del 29% de aceptación en cada aspecto; continuado de un 14% que considera a la atención como un atributo principal.

TABLA N°29 Horario de atención

¿Qué días usted considera es el adecuado que atiendan las empresas dedicadas a la comercialización de productos a base de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	Lunes a viernes	12	34
	Fines de semana	21	60
	Indiferente	2	6
	TOTAL	35	100%

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 33 Horario de atención



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

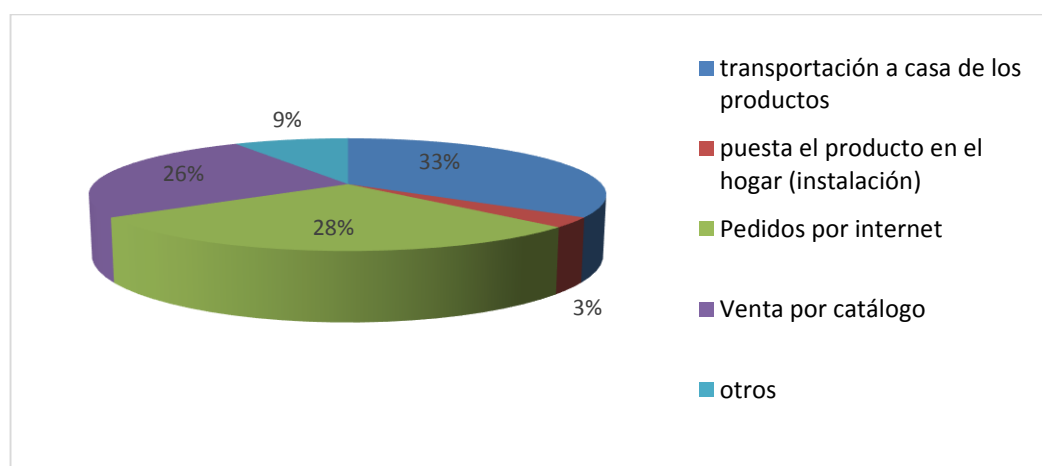
Los resultados de las encuestas establecen que los días de mayor aceptación para la comercialización de los productos en aluminio y vidrio serían los fines de semana afirmando un 60% de probabilidad y a un 6% le resulta indiferente la propuesta de los días de comercialización.

TABLA N°30 Que producto o servicio adicionales les gustaría

Que productos/ servicios adicionales que le gustaría brindara la empresa de aluminio y vidrio			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCI	PORCENTAJ
		A	E
13	Transportación a casa de los productos	12	33
	Puesta el producto en el hogar (instalación)	1	3
	Pedidos por internet	10	29
	Venta por catálogo	9	26
	Otros	3	9
	TOTAL	35	100%

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 34 Que producto o servicio adicionales les gustaría



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Los encuestados determinan que sería ideal que la empresa brinde el servicio como la transportación a casa de los productos terminados el mismo que alcanzó un 34%, con un porcentaje medio del 26% considera necesaria la venta por catálogo.

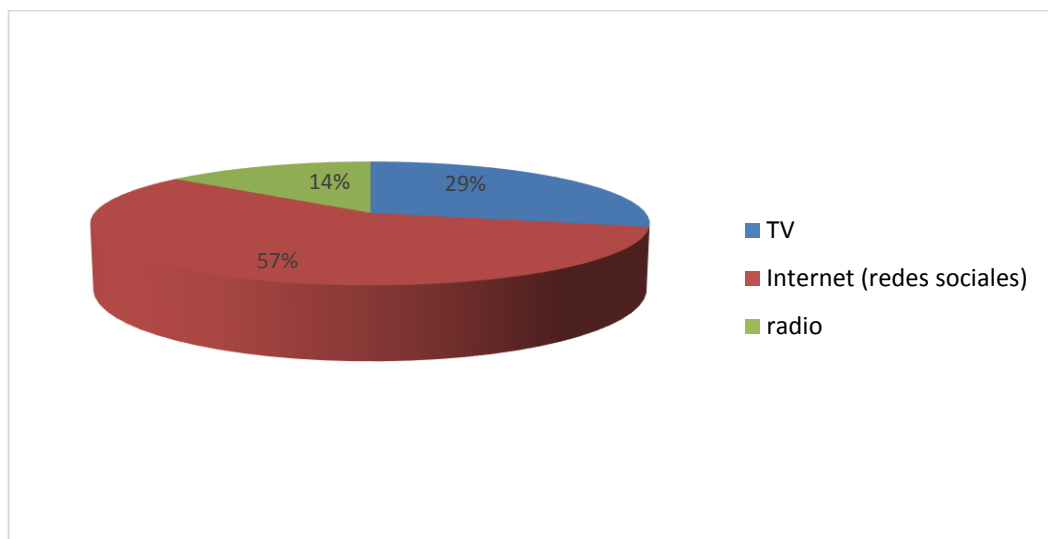
TABLA N°31 Como le gustaría enterarse de las novedades

¿Cómo le gustaría enterarse de las novedades de la empresa de aluminio y vidrio?			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
14	TV	10	29
	Internet (redes sociales)	20	57
	Radio	5	14
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 35 Como le gustaría enterarse de las novedades



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

Los resultados establecen que la población encuestada considera que el medio para enterarse de las novedades de la empresa de aluminio y vidrio es a través del internet el mismo que alcanza un 57% y 14% prefiere por radio.

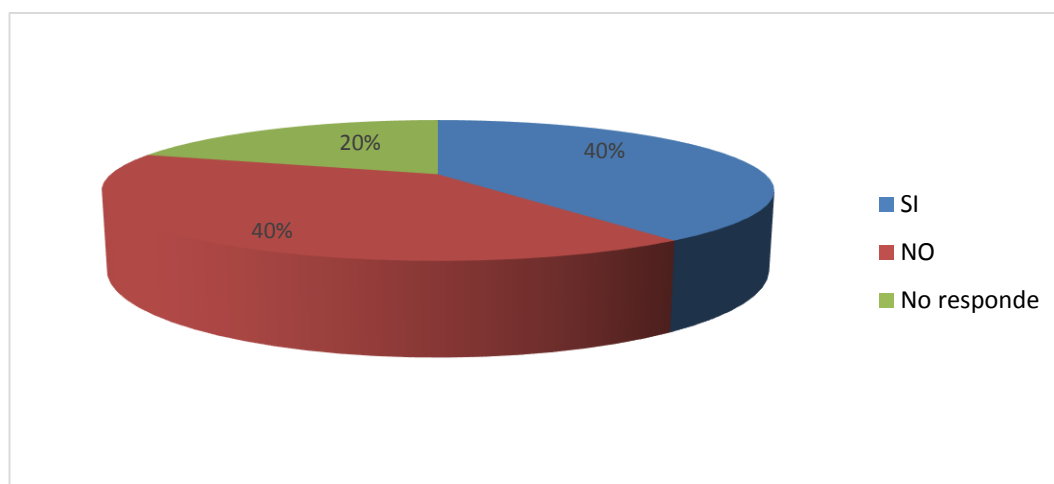
TABLA N°32 Las ferias de exposición son ideal para la promoción

Ud. Considera que las ferias de exhibición de los productos a base de aluminio y vidrio serian ideal para la promoción de los productos			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15	SI	14	40
	NO	14	40
	No responde	7	20
	TOTAL	35	100 %

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 36 Las ferias de exposición son ideal para la promoción



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

La población encuestada establece un 40% de afirmación y 40% negación que las ferias de exhibición de productos de aluminio y vidrio serian de vital importancia para promocionar a los mismos; finalmente un 20% se muestra indiferente a la pregunta y se limita a no contestar.

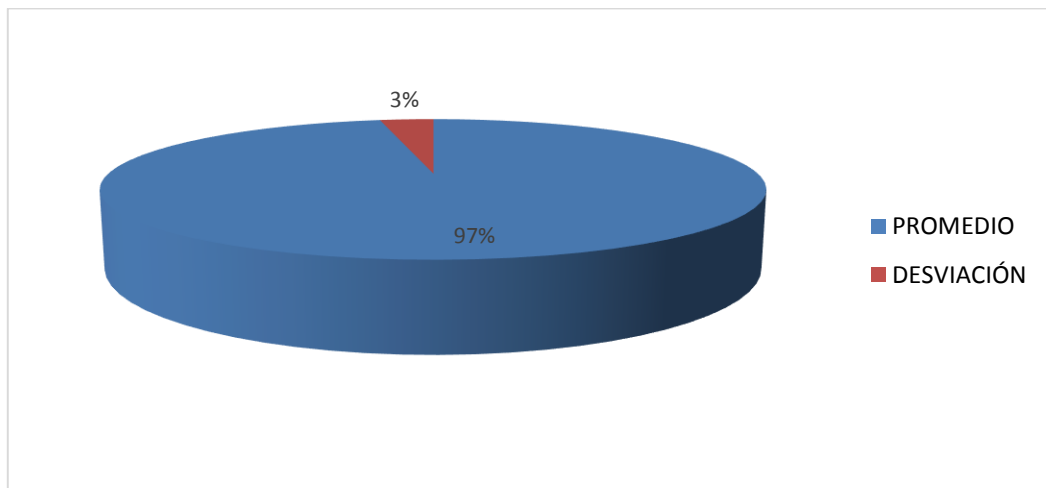
TABLA N°33 Valor que está dispuesto a pagar

Cuanto estaría dispuesto a pagar por los productos a base de aluminio y vidrio			
ÍTEMS	RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16	PROMEDIO	150	DÓLARES
	DESVIACIÓN	5	DÓLARES

Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 37 Valor que está dispuesto a pagar



Fuente: Taller aluminio y vidrio VILLALVID

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Análisis

La población encuestada determina valores que están dispuestos a pagar por los productos; un valor promedio esta desde 150 dólares y la desviación de 5 dólares correspondientes en base al diseño y fabricación de los diversos productos de la empresa de aluminio y vidrio.

3.4 CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PROFESIONALES.

Entre las principales conclusiones se consideran las siguientes:

- En este grupo los principales clientes son del género femenino y tienen más de 41 años, y poseen estudios de cuarto y tercer nivel residentes de los tres cantones de la provincia.
- Los profesionales indicaron que el poder de compra radica principalmente en la calidad del producto y precio del mismo.
- Los encuestados manifiestan que la aplicación que darían al material sería para la elaboración de puertas, ventanas, compartimiento de baños u oficinas.
- Indicaron también que la empresa debería estar ubicada en un lugar de concurrencia y comercial a fin de se encuentra vistosa a los ojos de los futuros clientes.
- Las personas encuestadas manifiestan que preferencia de pago es de contado y que los días de mayor comercialización para estos productos son los fines de semana.
- Los profesionales encuestados concuerdan con los servicios adicionales que deberían ofrecer, así como también en los anuncios publicitarios en los medios de comunicación locales.

CAPÍTULO IV

4. “PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015”

4.1. Identificación de la empresa VILLALVID.

La empresa VILLALVID, ingresará al mercado de manufactura en el cantón la Libertad ofreciendo todo tipo de trabajo en aluminio y vidrio, basados en una variedad de diseños conforme a los gustos y preferencias de los clientes.

El nombre comercial de la empresa será TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID, y tendrá como característica diferenciadora en el mercado, la fabricación de productos de alta calidad, basándose en la variedad de texturas, colores y diseños innovadores que capten la atención de los clientes de la provincia de Santa Elena, utilizando equipos y herramientas que permitan obtener un producto terminado acorde a los requerimientos de la infraestructuras de los clientes.

La atención del taller será acertada y segura, procurando captar todos los detalles más minuciosos de los clientes de manera cordial y eficiente, a través de un equipo de trabajo comprometido a atender todas las necesidades del cliente, cumpliendo con la misión y visión de la empresa. De igual manera se utilizará materia prima calificada y herramientas confiables que permita obtener un producto de calidad que permitan tener un valor agregado, alcanzando de esta manera los niveles más altos relativos a la satisfacción de los clientes.

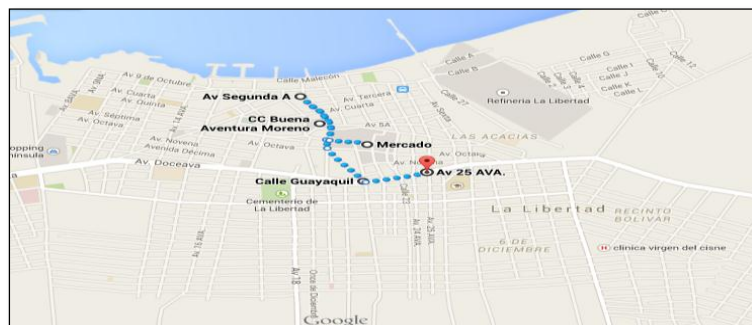
4.1.1. Actividad económica.

El taller de aluminio y vidrio VILLALVID incursiona en el área de “Fabricación de puertas y ventanas de metal y sus marcos (incluso enrollables), postigos (puertas) y portales, balcones, escaleras, rejas, tabiques de metal para fijar al suelo, etcétera.” Categoría C correspondiente a las Industrias manufactureras, división 25, grupo 251, clase 2511, de acuerdo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas – CIIU. Cabe indicar que la actividad económica de la empresa ya se encuentra registrada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas

4.1.2. Ubicación de la compañía.

La empresa de aluminio y vidrio Villalvid se encontrará ubicada en la Ciudad de La Libertad, av. 12 s/n calle 16 y calle 16-a, diagonal al Super Aki, la misma que se caracteriza por ser una zona comercial, competitiva y transitada, cualidad que permite tener un punto favorable, ya que se encuentra en un punto estratégico del cantón al momento que los futuros clientes busquen un lugar para contratar la fabricación de productos hecho en aluminio y vidrio.

GRÁFICO N° 38 Mapa casco comercial de La Libertad



*Fuente: Mapa casco comercial de La Libertad
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

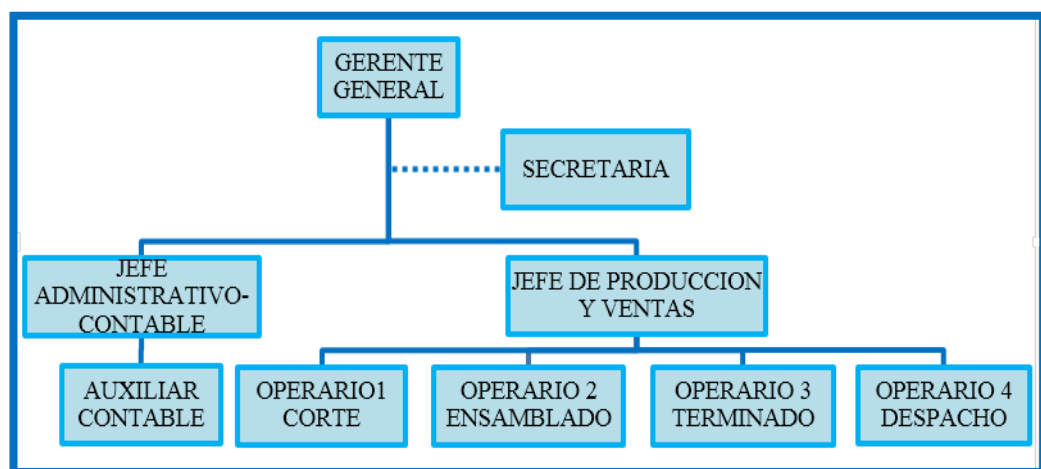
La empresa de aluminio y vidrio Villalvid, establecerá una estructura organizacional mixta, la cual incluirá las líneas de autoridad directas, y el gerente general será aquel que esté en lo más alto del organigrama, seguido de los mandos medios, y por último, en los mandos bajos estarán las demás áreas de la empresa, con los respectivos sub-cargos.

4.2.1 Organigrama funcional

Es importante identificar y fortalecer en cada uno de los empleados sus habilidades y experiencia para el buen desempeño y desarrollo del plan de negocio. En este contexto, el taller de aluminio y vidrio Villalvid, contará con empleados capacitados para cada área administrativa y operativa.

A continuación se define el organigrama mixto de la empresa, ya que cuentan con las características del organigrama:

GRÁFICO N° 39 Organigrama del taller de aluminio y vidrio VILLALVID



Fuente: Organigrama Funcional
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.2.2 Funciones y perfiles de los cargos.

Para lograr una organización eficaz dentro de la empresa de aluminio y vidrio, es necesario diseñar políticas y establecer un manual de funciones donde se encuentren estipulados los cargos, el perfil y las responsabilidades de acuerdo a los departamentos del organigrama diseñado.

4.2.3 Descripción de cargos principales

TABLA N°35 Descripción de funciones gerente general

GERENTE GENERAL
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Encargado de planificar, organizar, coordinar ejecutar y controlar las actividades desarrollados en la empresa, además de contratar el recurso humano adecuado para los demás cargos, con la finalidad de alcanzar los objetivos y un desarrollo eficiente y eficaz en cada una de las áreas de la misma.
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
<ol style="list-style-type: none">1) Coordinar, supervisar y dirigir las actividades del taller.2) Autorizar los contratos de trabajo que está dispuesto a realizar.3) Representar a la empresa de manera judicial y extrajudicialmente cuando el caso lo requiera.4) Decidir metas presupuestarias.5) Ser responsable de las operaciones totales del taller.6) Establecer relaciones con otras empresas, para formar una alianza que beneficie al taller.7) Asesoramiento adecuado al cliente.
COMPETENCIAS
<ol style="list-style-type: none">1) Habilidad para direccionar al talento humano.2) Toma de decisiones3) Comunicación asertiva4) Gestión del cambio y desarrollo de la organización.5) Respetuoso, cordial y colaborador.6) Facilidad para solucionar problemas de manera inmediata.
PERFIL
<ol style="list-style-type: none">1) Creativo y líder.2) Disponibilidad de trabajo.3) Habilidades de negociación.4) Responsabilidad y actitud positiva.5) Tener buenas relaciones personales con los clientes en general.6) Haber trabajado en el sector del aluminio y vidrio, tener buena práctica y saber todo lo relacionado a ese mercado.

Fuente: Distribución del taller

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

TABLA N°36 Descripción de funciones secretaria

SECRETARIA
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
<p>Responsable de recibir y enviar la documentación relacionada a la empresa, colabora directamente con el gerente general y encargada de la atención al cliente además de las demás responsabilidades del puesto.</p>
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1) Archivar la documentación de forma física y digital relativos a la empresa. 2) Contestar y coordinar llamadas telefónicas. 3) Elaborar cuadro de pago a proveedores y cancelación de los mismos. 4) Manejar de agenda del gerente general. 5) Comunicar las decisiones de la gerencia o cambios generados al administrador de la sucursal. 6) Organizar eventos internos y externos concernientes a trabajo de la empresa. 7) Elaborar oficios y demás documentación a pedido de su jefe inmediato.
COMPETENCIAS
<ol style="list-style-type: none"> 1) Proactiva 2) Capacidad de trabajo en equipo 3) Excelente relaciones laborales 4 Buena comunicación 5) Detallista 6) Expresión oral y escrita.
PERFIL
<ol style="list-style-type: none"> 1) Responsabilidad y honestidad. 2) Edad comprendida entre 20 y 25 años 3) Estudiante en carrera de administración o afines. 4) Estudios de secretariado. 5) Experiencia de 2 años 6) Conocimientos en computación. 7) Positiva disposición para trabajar en equipo. 8) Manejo de utilitarios de windows

Fuente: Distribución del taller
 Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

TABLA N°37 Descripción de funciones jefe administrativo-contable

JEFE ADMINISTRATIVO-CONTABLE
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
<p>Encargado de administrar, controlar, dirigir y supervisar los recursos materiales y gastos administrativo relacionados con los procesos de la empresa, garantizando el suministro oportuno de los recursos necesariamente requeridos en la implementación de los proyectos operativos de la empresa.</p>
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1) Coordinar con la gerencia la elaboración del plan de inversiones de la empresa. 2) Fomentar el trabajo en equipo en el área departamental. 3) Ser responsable al implementar líneas de acción y estrategias que contribuyan a la optimización de los recursos humanos, financieros y materiales con los que cuenta la empresa 4) Controlar que todos los procesos se desarrollen con efectividad en el taller de aluminio y vidrio. 5) Realizar y verificar que las compras de suministros y materiales sean las correctas para el proceso de fabricación de los productos y procesos administrativos - contables.
COMPETENCIAS
<ol style="list-style-type: none"> 1) Capacidad de solucionar problemas y conflictos. 2) Trabajar en equipo 3) Capacidad de toma de decisiones 4) Desarrollar comunicación asertiva 5) Capacidad de tareas múltiples. 6) Desarrollar comunicación asertiva
PERFIL
<ol style="list-style-type: none"> 1) Edad 25 a 35 años 2) Sexo masculino 3) Estado civil indistinto 4) Estudios profesionales en gestión administrativa y financiera o carreras afines. 5) Experiencia en las actividades del puesto por 3 años 6) Dominio en utilitarios y programas informáticos.

Fuente: Distribución del taller

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

TABLA N°38 Descripción de funciones auxiliar contable

AUXILIAR CONTABLE
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Encargada del registro del ingreso de facturas y asientos contables concernientes a los gastos generales de la empresa y los pagos respectivos, así como la elaboración del reporte final para las declaraciones al ente regulador, elaboración de roles y pago a proveedores
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1) Registros contables de compras ventas y gastos concernientes a la empresa. 2) Elaborar el rol de pagos y cancelar los sueldos y salarios al recurso humano. 3) Registro de retenciones, notas de débito, crédito u otras documentaciones contables. 4) Efectuar los pagos al IESS e impuestos al SRI. 5) Resguardar los cheques y otros documentos entregados por los clientes. 6) Pago a proveedores y elaboración de cuentas por pagar. 7) Elaboración de cheques y comprobantes de egreso.
COMPETENCIAS
<ol style="list-style-type: none"> 1) Trabajo en equipo 2) Comunicación asertiva 3) Sentido de responsabilidad 4) Confidencialidad en información contable. 5) Tener dominio en el campo contable 6) Ser dinámica
PERFIL
<ol style="list-style-type: none"> 1) Edad 20 a 30 años 2) Sexo femenino 3) Estado civil indistinto 4) Estudios profesionales en administración contable o carreras afines. 5) Conocimientos en tributación 6) Experiencia en las actividades del puesto por 2 años

Fuente: Distribución del taller

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

TABLA N°39 Descripción de funciones jefe de producción y ventas

JEFE DE PRODUCCION Y VENTAS
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Responsable de planificar, coordinar y ejecutar las actividades de producción, así como supervisar la calidad de los productos terminados en el taller de aluminio y vidrio, encargado de la gestión y venta terminada, y compras en conjunto con el jefe administrativo-contable
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1) Planificar las estrategias más oportunas que contribuyen al mejoramiento de las áreas de producción. 2) Control de calidad a los productos terminado (puertas, ventanas, mamparas, vitrinas, etc.) 3) Realizar y verificar las compras junto al jefe administrativo-contable. 4) Supervisar que los operarios de producción trabajen adecuadamente. 5) Gestionar las ventas y el enganche del cliente. 6) Elaborar la proyección de ventas. 7) Verificar el despacho del producto terminado en el taller.
COMPETENCIAS
<ol style="list-style-type: none"> 1) Conocimientos técnicos 2) Iniciativa 3) Sentido común 4) Trabajo en equipo 5) Liderazgo 6) Responsabilidad
PERFIL
<ol style="list-style-type: none"> 1) Edad 28 a 45 años 2) Sexo masculino 3) Estado civil indistinto 4) Estudios en carreras técnicas y tener conocimientos en proyectos 5) Experiencia en las actividades del puesto por 3 años. 6) Capacidad en dirigir grupo de trabajo 7) Manejo en utilitarios de Windows.

Fuente: Distribución del taller

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

TABLA N°40 Descripción de funciones operarios

OPERARIOS
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
Los operarios de producción son los encargados de fabricar los bloques de forma artesanal y controlar el inventario de los materiales necesarios para la fabricación de éstos. También deben aportar en el despacho de la mercadería.
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1) Verificar las respectivas medidas para que la fabricación de los productos sean los correctos. 2) Revisar que la mercadería entregada al cliente no esté con fallas. 3) Mantener limpio el lugar del trabajo y el taller en general. 4) Encargados de verificar que los productos entregados sean los mismos que están facturados. 5) Cuidar los equipos y maquinarias de la fabricación de los productos. 8) Cumplir con las especificaciones de los clientes al momento de fabricar los productos. 9) Realizar el proceso de corte, armado y terminado con la calidad respectiva.
COMPETENCIAS
<ol style="list-style-type: none"> 1) Trabajar de manera eficiente y 2) Ser puntual y responsable 3) Trabajar en equipo y a presión 4) Ser dinámico 5) Conocimientos en el área de fabricación 6) Comunicación oral
PERFIL
<ol style="list-style-type: none"> 1) Experiencia en el sector y el área, mínimo de 1 año. 2) Persona con conocimientos en trabajos en aluminio y vidrio 3) Experiencia como operador técnico en trabajos similares, mínimo de 1 año. 4) Capacidad de liderazgo. 3) Tener criterio propio y actitud ética. 4) Ser inquisitivo y saber escuchar. 5) Tener capacidad de comunicación y buena expresión oral y escrita. 6. Poseer capacidad de análisis, y trabajo en equipo.

Fuente: Distribución del taller

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.2.4 Misión

“Villalvid” es un taller dedicado a la fabricar todo tipo de trabajo en aluminio y vidrio, que pretende a través de los mismos, cubrir los gustos y preferencias de los clientes más exigentes; a un precio justo y tiempo de entrega oportuna; que garantice la estabilidad del taller y la satisfacción de los clientes.

4.2.5 Visión

Ser reconocido como una empresa que brinde el mejor servicio en la fabricación de trabajos de aluminio y vidrio, de la más alta calidad, con recurso humano eficaz, eficiente y responsable.

4.2.6 Valores corporativos

Taller de aluminio y Vidrio “Villalvid” define los siguientes valores corporativos:

- Honestidad.
- Puntualidad.
- Calidad.
- Responsabilidad.

4.2.7 Objetivo general

A continuación se define el siguiente objetivo general:

Posicionarse como una empresa sólida e innovadora dentro del sector de las microempresas que realizan trabajos en aluminio y vidrio

4.2.8 Objetivos específicos

De acuerdo al objetivo general se definen los siguientes objetivos específicos a continuación:

- ✓ Capacitar constantemente al recurso humano sobre trabajos en aluminio y vidrio además de temas administrativos.
- ✓ Fortalecer la gestión administrativa.
- ✓ Entregar trabajos de calidad en aluminio y vidrio de manera oportuna y responsable.

4.3 ANÁLISIS FODA

TABLA N°41: Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES.
<ul style="list-style-type: none">✓ Tiempo y experiencia en el mercado del aluminio y vidrio.✓ Confianza de los clientes y proveedores.✓ Entrega de servicio a tiempo y de calidad.	<ul style="list-style-type: none">✓ Apoyo de las entidades públicas a las micro empresas.✓ Los artículos elaborados en aluminio y vidrio son bien vistos por los clientes.✓ La ubicación del taller es en una zona comercial conocida.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Capital de inversión limitada. ✓ Ineficiente gestión administrativa. ✓ Local pequeño. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de precio en la materia prima. ✓ Incremento de la competencia. ✓ Cambios en la situación económica del país.

Fuente: Análisis FODA

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.4 PLAN DE MARKETING






Se define como plan de marketing a un documento que forma parte de la búsqueda de la planificación estratégica de una empresa, también sirve para recoger los objetivos y estrategias, además de las acciones que van a ser necesarias realizar para conseguir estos objetivos.

4.4.1 Producto

Los trabajos de aluminio y vidrio son requeridos por los clientes de todos los ámbitos sociales, específicamente por las empresas públicas o privadas cuando se trata de construcciones y adecuaciones de las instalaciones, se entregan productos que definen la estructura, equilibrio y vidrio para el confort y la decoración de los espacios.

Los principales productos que se comercializa son:

GRÁFICO N° 40 Descripción de los productos

		
<p>VENTANAS CORREDIZAS</p>	<p>VENTANA PROYECTABLES</p>	<p>MAMPARAS</p>
		
<p>PUERTAS CORREDIZAS</p>	<p>PUERTAS BATIENTES</p>	<p>CORTINAS DE BAÑO</p>
		
<p>DIVISORES DE INTERIORES</p>	<p>FACHADAS FLOTANTES</p>	<p>PIEL DE VIDRIO</p>
		

CUBIERTA PARA MESAS Y MUEBLES	LETREROS DE VIDRIO O CRISTAL	ESPEJO
		
PERFILES ESTRUCTURALES	TUBOS DE DIFERENTES FORMAS	BARRAS SOLIDAS
		
PERFILES DE CARROCERÍAS	VENTILACIÓN INTEGRAL	PASAMANOS

*Fuente: Descripción de los productos
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

4.4.1.1 Característica del producto

Estos trabajos pueden ser elaborados con diferentes diseños, variedad de colores y textura y se caracterizaran por los siguientes aspectos:

- Los trabajos tienen una estructura rígida, bien armada, atornillada y remachada para brindar seguridad.
- Según las sugerencias y preferencias del cliente tendrán acabados anodizados.
- Variedad de diseño, acorde al espacio y entorno

- Los materiales serán por la exigencia del usuario, como vidrio, cristal o acrílico, de contextura gruesa, uniforme, resistente y agradable a la vista.

4.4.2 Características de los consumidores.

Los principales clientes del servicio de trabajos en aluminio y vidrio son:

- Profesionales del área de la construcción.
- Empresas públicas y privadas.
- Personas naturales.

4.4.3 Clientes actuales

Los clientes actuales del taller de aluminio y vidrio “Villalvid” ubicado en el cantón La Libertad son:

- Personas que tienen residencia en La Libertad.
- Empresas de la provincia de Santa Elena.

4.4.4 Clientes potenciales

Sus clientes potenciales comprenden a personas de 25 años de edad en adelante, económicamente activas, que residan en cualquier sector de la provincia de Santa Elena o fuera de ella, cuyo status socioeconómico está ubicado en las clases sociales alta, media alta, media y baja, que vean del trabajo en aluminio y vidrio una necesidad de seguridad y decoración satisfecha para su casa, oficina o negocio.

4.4.5 Marca y logo

La marca que va ser registrada, tendrá diseño que identifique el servicio que se brindará a los clientes, con el que se pretende interiorizar e influir el posicionamiento en el mercado local y provincial

GRÁFICO N° 41 Logo



Fuente: Logo

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.4.6 Estrategias publicitarias

Las estrategias publicitarias serán aplicadas para promover e influir en el usuario que requería de nuestros trabajos, se establecen las siguientes acciones.

- Publicidad visual con la marca que se diseñará se crearán banners y gigantografías que serán colocados en el local comercial y en puntos estratégicos visibles al usuario.
- Se utilizará las redes sociales, por ser un medio de mayor efectividad en la sociedad.
- Campañas publicitarias en los medios masivos de la localidad como son radio y televisión.

GRÁFICO Nº 42 Publicidad en redes sociales



*Fuente: Publicidad en redes sociales
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

4.5 VENTAS

Para la determinación de la ventas, es importante determinar la gama de productos de se destinan a la comercialización, en este proyecto las ventas del producto son la base de las operaciones del negocio. Entre los productos que son considerados para este cálculo están las ventanas, puertas batientes, mamparas, vitrinas y puerta corrediza, cada una de ellas variarán por las dimensiones y estructuras.

En la proyección con un horizonte de 5 años, se obtiene que en el año 1 se tenga un monto de \$ 150.360,00 como ingreso por ventas

TABLA N°42 Ingreso por ventas

INGRESO POR VENTA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Vendidas al Mes ventanas 100 x 100	600	600	600	600	600
Precio de Venta	\$ 65,00	\$ 68,25	\$ 71,66	\$ 75,25	\$ 79,01
Unidades Vendidas al Mes puerta batiente 200x 100	120	120	120	120	120
Precio de Venta	\$ 150,00	\$ 157,50	\$ 165,38	\$ 173,64	\$ 182,33
Unidades Vendidas al Mes mamparas 200 x 200	72	72	72	72	72
Precio de Venta	\$ 300,00	\$ 315,00	\$ 330,75	\$ 347,29	\$ 364,65
Unidades Vendidas al Mes vitrinas	96	96	96	96	96
Precio de Venta	\$ 135,00	\$ 141,75	\$ 148,84	\$ 156,28	\$ 164,09
Unidades Vendidas al Mes puerta corrediza 200 x 200	168	168	168	168	168
Precio de Venta	\$ 350,00	\$ 367,50	\$ 385,88	\$ 405,17	\$ 425,43
INGRESOS ANUALES	\$ 150.360,00	\$ 157.878,00	\$ 165.771,90	\$ 174.060,50	\$ 182.763,52

Fuente: Ingreso por ventas

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.5.1 Estrategias de ventas

- Se instalará y se adecuará un local en un punto referencial del perímetro comercial, para la exposición de los trabajos.
- Se habilitará un espacio en el local comercial para la operatividad y fabricación de los trabajos, acordes a los requerimientos de los usuarios.
- Se pretende crear un equipo de vendedores directos, que realizarán visitas para mostrar el servicio al cliente.
- Se creará vínculos de comercialización con las entidades públicas, privadas, específicamente de construcciones para ofrecer nuestros trabajos.

4.5.2 Precios

Los productos que se ofertarán, tienen el propósito de satisfacer las necesidades de un segmento diferente de la población, van a estar a la disposición de la sugerencia, preferencia y diseño del cliente. Además se toma en cuenta que el precio es un factor importante en la competitividad del mercado lo que debe ser un punto a favor para influir en el interés de la población

El precio del producto fue determinado en base a las herramientas de investigación, como es la encuesta que permitió conocer los precios del mercado, para hacer un análisis financiero de tal manera que se establezca un precio por los trabajos en aluminio y vidrio que sean accesibles a la situación económica de nuestro mercado objetivo.

Tomando en consideración factores internos y externos, donde se analizará los costos, la utilidad que se quiere obtener y elementos de entorno que puedan afectar

4.5.2.1 Lista de precios fijos

A continuación, se detallan los valores constituidos para la venta de cada uno de los trabajos, se aclara que los precios serán acordes a las dimensiones, diseños y estructura, además se mantendrán tanto para las ventas directas o indirectas:

TABLA N°43 Precios

Productos	Precios de mercado
Ventanas 100 x 100	\$ 65
Puerta batiente 200x 100	150
Mamparas 200 x 200	300
Vitrinas	135
Puerta corrediza 200 x 200	\$ 350

Fuente: Precios

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.5.2.2 Descuento

Se propone acciones para la inserción al mercado de una forma rápida y permanente y captar clientes, lo que en la determinación de los precios se analizó igualar el costo al del resto de la competencia, pero al mismo tiempo se manejarán estrategias de descuentos.

Se considerará un descuento, en los siguientes casos:

- Al comprador de un producto que adquiere una cantidad superior a la normal, se aplica un precio no lineal.
- Reducción del precio en tiempos determinados sin que el comprador tenga un conocimiento previo del momento en el que se va a producir.
- Rebajas a diferencia de las ofertas, estas son conocidas con anterioridad por el consumidor.

4.6 PLAZA

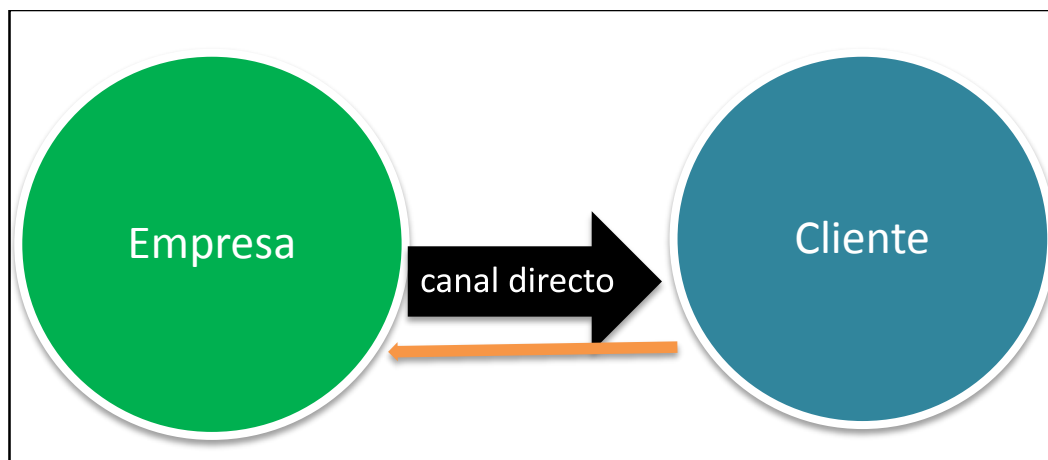
El taller de aluminio y vidrio contará con un local como principal distribuidor, ubicado en un sector de alta concurrencia comercial, permitiendo así captar un mayor número de clientes. Este tendrá un espacio donde se exhiban los trabajos ya fabricados, además de un lugar adecuado como taller para la elaboración de los productos. En cuanto a los horarios de atención, el taller de aluminio y vidrio ofrecerá su servicio de Lunes a Sábados de 9:00 am a 7:00 pm, Domingos y Festivos de 10:00 am a 5:00 pm. El producto que se ofertará estará a la disposición de todas las instituciones y población de la provincia de Santa Elena.

4.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La comercialización o venta de los productos se realizarán de manera directa o personalizada desde el local comercial hacia el cliente y de manera indirecta que serán las visitas a las comunidades aledañas por los vendedores.

Aquí el esquema de los canales de distribución

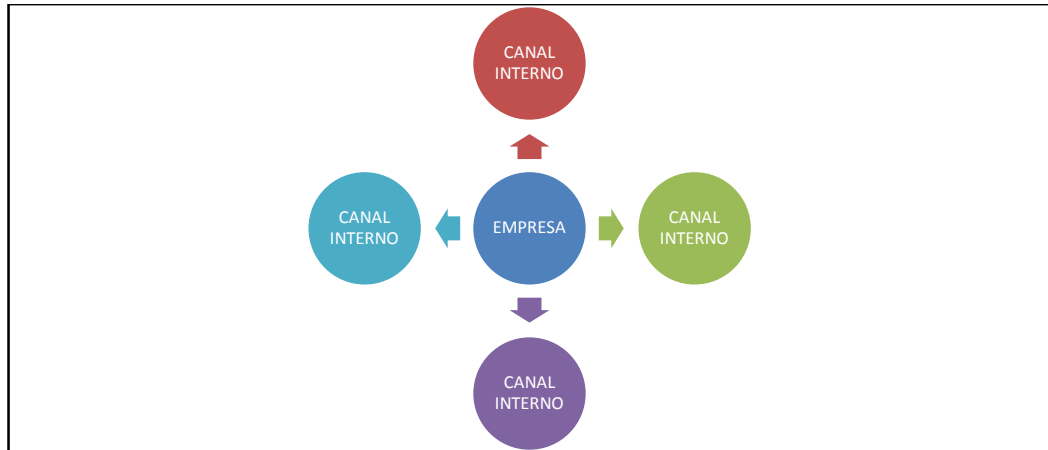
GRÁFICO N° 43 Canal directo



Fuente: Canal directo

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

GRÁFICO N° 44 Canal indirecto



Fuente: Canal indirecto

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.8 PLAN DE OPERACIONES

4.8.1 Localización óptima

El taller de aluminio y vidrio Villalvid, está ubicado en el cantón La Libertad, considerada como la capital económica de la provincia de Santa Elena, situada en la zona más céntricas de la ciudad en cuanto a nivel de flujo de público y comercial.

4.1.3. Tamaño ideal del local

En cuanto al tamaño óptimo, para el taller de aluminio y vidrio, es importante que cada área funcional cuente con un espacio adecuado para operar correctamente, tendrán la distribución de las siguientes áreas:

- Área comercial de exhibición de los trabajos,

- Área de producción donde estarán los equipos para la fabricación
- Área de administración (facturación)
- Baños

GRÁFICO N° 45 Distribución del taller



Fuente: Distribución del taller
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.11 MAQUINARIA Y EQUIPOS

El estudio técnico va a estimar la inversión real de los activos fijos, específicamente en los equipos y maquinarias que se requieren para definir la capacidad de producción y los costos de inversiones que demanda este plan de negocio. Al mismo tiempo se determinarán los valores que se deben considerar por la reinversión de las maquinarias, para poder reemplazarla y evitar que la producción tenga problemas en la fabricación de los trabajos de aluminio y vidrio.

A continuación se detallan los requerimientos que equipos y maquinarias:

TABLA N°44 Maquinarias y equipos

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO						
ACTIVO NO CORRIENTE	Cantidad	Valor con IVA Total	Vida Útil	VALOR RESIDUAL	Depreciación Anual	Depreciación mensual
ÁREA DE PRODUCCIÓN						
Maquina cortadora de aluminio	2	\$ 828,80	10		\$ 82,88	\$ 6,91
Taladro	2	\$ 134,40	10		\$ 13,44	\$ 1,12
Taladro a batería	3	\$ 187,04	10		\$ 18,70	\$ 1,56
TOTAL		\$ 1.150,24			\$ 115,02	\$ 9,59
ÁREA ADMINISTRATIVA						
Laptop	1	\$ 720,00	3		\$ 240,00	\$ 20,00
Muebles para diferentes áreas	2	\$ 1.800,00	10		\$ 180,00	\$ 15,00
Impresora multifunción	1	\$ 300,00	3		\$ 100,00	\$ 8,33
Teléfonos	1	\$ 98,50	10		\$ 9,85	\$ 0,82
Archivadores	2	\$ 160,00	10		\$ 16,00	\$ 1,33
Acondicionares de Aire	1	\$ 1.200,00	10		\$ 120,00	\$ 10,00
Equipos de oficina	1	\$ 850,00	10		\$ 85,00	\$ 7,08
Otros equipos administrativos	1	\$ 200,00	10		\$ 20,00	\$ 1,67
TOTAL		\$ 5.328,50			\$ 770,85	\$ 64,24
HERRAMIENTAS						
Destornillador eléctrico	2	\$ 74,60				
Alicate	2	\$ 20,16				
Cortador de vidrio	3	\$ 61,60				
Arco sierra	3	\$ 13,44				
Martillo	2	\$ 16,80				
TOTAL		\$ 186,60				
TOTAL INVERSIÓN FIJA		\$ 6.665,34			\$ 885,87	\$ 73,82

Fuente: Maquinarias y equipos

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Para el área de producción, que es la que normalmente debe operar para obtener los trabajos con los diversos diseños, estructura y acabados es fundamental contar con la maquinaria y equipo tecnológico adecuado, sin esas herramientas es imposible el funcionamiento del taller. Por lo tanto en esta estimación del proyecto se establece un monto de \$ 1.336,84 USD, para la compra de los activos fijos.

En cuanto a los materiales y equipos para la gestión administrativa, y las adecuaciones que se realizarán en la distribución física de la planta se calcula que el valor oscila entre los \$ 5.328,50. De esta manera se obtiene que el monto total de la inversión fija sea de \$ 6.665,34 USD, valores esenciales para la puesta en marcha del plan de negocio.

GRÁFICO N° 46 Equipos y herramientas



 <p data-bbox="528 692 616 719">Taladro</p>	 <p data-bbox="979 692 1179 719">Cortador de vidrio</p>
 <p data-bbox="480 1081 667 1108">Taladro a batería</p>	 <p data-bbox="1018 1081 1139 1108">Arco sierra</p>
 <p data-bbox="443 1503 703 1529">Destornillador eléctrico</p>	 <p data-bbox="1034 1491 1123 1518">Martillo</p>

Fuente: Equipos y herramientas
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Según el horizonte de planeación de 5 años se determina la capacidad de utilidad de los equipos y maquinarias, y para este proyecto se estima una depreciación anual cuyo monto será de \$ 917, 08 USD, por la venta de la maquinaria y equipo de acuerdo a su vida útil, así como también se debe calcular el valor de reinversión que se necesita para sustituir los equipos y maquinarias que por el uso están desgastados, estropeados y obsoleto.

4.9 PROCESO PRODUCTIVO

El proceso de producción empieza con la orden o pedido del cliente, siguiendo con el corte de los perfiles de aluminios, ensamblado y la instalación del vidrio y acabado de la ventana, puerta batiente o vitrina, el producto acabado es almacenado en la bodega en espera de ser trasladado al lugar de instalación.

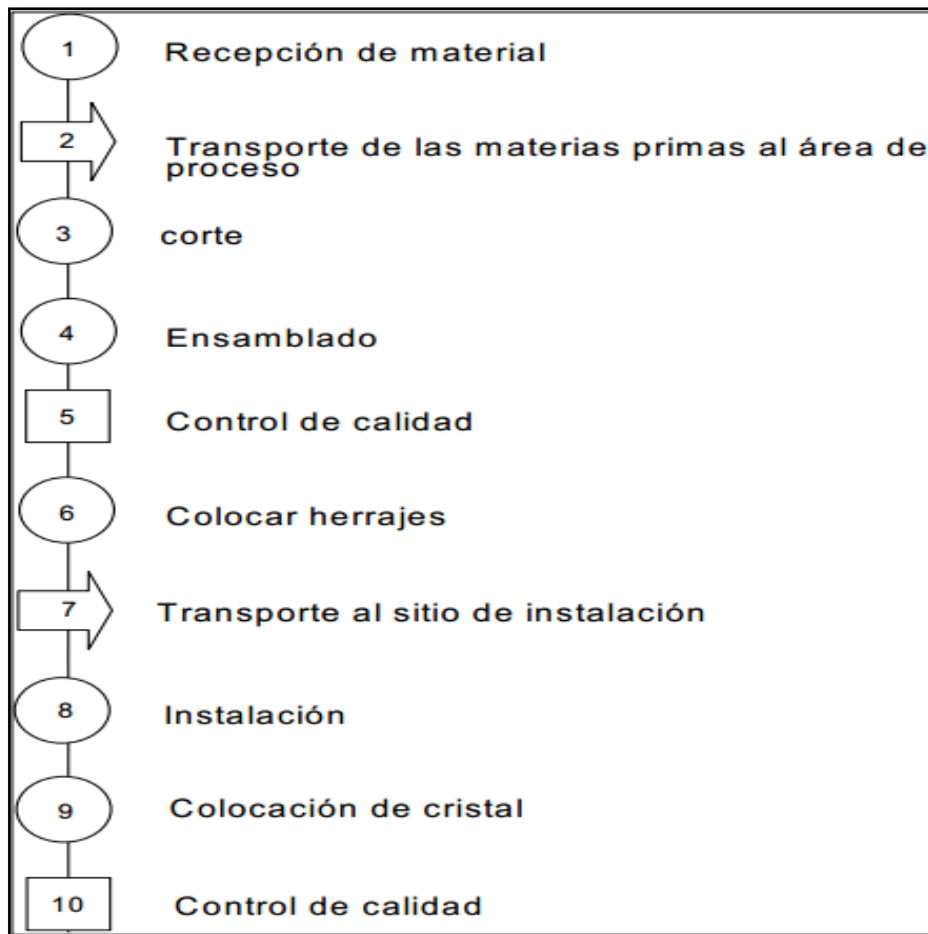
Se va a presentar la simbología utilizada en:

- Operación...
- Inspección
- ⇒ Transporte: movimiento de materiales
- △ Almacenamiento
- D Demora

4.10 DIAGRAMA DEL PROCESO

Aquí se presenta el flujo del proceso productivo a nivel general:

GRÁFICO N° 47 Flujo del proceso de fabricación de los productos



*Fuente: Flujo del proceso de fabricación de los productos
Realizado por: Freddy Villao Rodríguez*

- Luego de la recepción de materiales, este se acumula temporalmente en el almacén en donde se guardan otros stocks de materia primas.
- Se transporta por medio de montacargas la materia prima del almacén al área de proceso con el cuidado y seguridad para que no se maltrate el aluminio ni se rompan los vidrios o cristales.
- Se hacen los cortes en las máquinas, las cuales son sierras de banco más grandes y versátiles, que brindan mayor seguridad y precisión en los cortes y que pueden realizarse más rápidamente.

- Se ensamblan las tiras cortadas, atornillándose con las “contras”.
- Se realiza un control para revisar todos los cortes y ensambles de manera que hayan quedado las ventanas prefabricadas bien armadas y sin maltratarse los perfiles de aluminio.
- Se colocan los herrajes que se hayan previsto de acuerdo con el diseño.
- Se colocan los empaques de vinil y los cristales.
- Una vez terminadas de armar las ventana prefabricas, con sus cristales ya puestos, se procede a la comercialización, y después de la venta se cubren con cartones y se empacan muy bien para que no se vayan a romper los vidrios ni a maltratar los perfiles de aluminio ni los herrajes
- Se transportan los bultos o paquetes, para ser instalados y armados con los vidrios o cristales.

4.12 COSTOS DE PRODUCCIÓN

El Costo de producción hace referencia a los rubros considerados en el proceso de fabricación de los productos, este caso va desde el costo de obtención de la materia prima para la elaboración de cada uno de los productos, costo de la mano de obra directa y de los costos indirectos de fabricación.

TABLA N°45 Costo de producción total

PRODUCCIÓN					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos materiales directos	\$ 87.988,80	\$ 89.748,58	\$ 91.543,55	\$ 93.374,42	\$ 95.241,91
Costo MOD / Año	\$ 24.246,90	\$ 26.312,21	\$ 26.838,45	\$ 27.375,22	\$ 27.922,72
CIF ANUALES	\$ 1.872,38	\$ 1.909,83	\$ 1.948,02	\$ 1.986,98	\$ 2.026,72
C. PRODUCCIÓN TOTAL	\$ 114.108,08	\$ 117.970,61	\$ 120.330,02	\$ 122.736,62	\$ 125.191,35

COSTOS MANO DE OBRA DIRECTA						
NOMRES	Sueldo	Décimo 3ro.	Décimo 4to.	Vacaciones	Aporte Patronal	Fdo. Rsva
Operario 1	\$ 550,00	\$ 45,83	\$ 29,50	\$ 22,92	\$ 66,83	\$ 45,82
Operario 2	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 20,83	\$ 60,75	\$ 41,65
Operario 3	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 20,83	\$ 60,75	\$ 41,65
TOTALES	\$ 1.550,00	\$ 129,17	\$ 88,50	\$ 64,58	\$ 188,33	\$ 129,12
	Sin Fdo.Rva	Con Fdo.Rva.				
Sueldo y Benef. Mensual	\$ 2.020,58	\$ 2.149,69				
Sueldo y Benef. Anual	\$ 24.246,90	\$ 25.796,28				

Fuente: Costo de producción total

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

De acuerdo a la tabla, se determina que en el flujo de caja con un horizonte de 5 años, presenta un valor de \$ 114.108,08 USD durante el primer año.

Específicamente, dentro del costo de producción están considerados los valores de la materia prima de 5 productos que son: las ventanas, puertas batientes mamparas, vitrinas y puertas corredizas, las mismas que han sido calculadas de acuerdo a las unidades producidas por el precio unitario, considerando las características de cada una. Dando un valor total de \$ 87.988,80 USD.

TABLA N°46 Materia prima

MATERIA PRIMA			
Producto	Valor unitario	Unidades producidas y vendidas	Valor total
ventanas 100 x 100	\$ 39,00	600	\$ 23.400,00
puerta batiente 200x 100	\$ 87,00	120	\$ 10.440,00
mamparas 200 x 200	\$ 174,00	72	\$ 12.528,00
Vitrinas	\$ 78,30	96	\$ 7.516,80
puerta corrediza 200 x 200	\$ 203,00	168	\$ 34.104,00
Total			\$ 87.988,80

Fuente: Materia Prima

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Los costos de mano de obra directa están representados por el trabajo que realiza el personal indicado para esta actividad, en este caso se deduce la participación de 3 obreros para los trabajos técnicos y 1 supervisor de planta. El valor de los costos indirectos de fabricación es obtenido por los rubros del consumo de los servicios básicos que se necesitan para el funcionamiento de las instalaciones de la planta, por ejemplo, energía eléctrica, agua., combustible, mantenimiento, depreciación y costos imprevistos.

4.13 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos de administración son contraídos por el control y la dirección de la gestión administrativa, aunque no están directamente identificados con las operaciones de producción. Para este rubro se define los montos a pagarse por sueldos y salarios del personal administrativo y operativo, los costes de los servicios generales, suministros, asesoría, internet, gastos de constitución, depreciación, mantenimiento de vehículo y gastos pre-operacionales gastos relacionados con los distintos departamentos, con un monto de \$ 22.535,41 USD, en el primer año.

TABLA N°47 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios / año	\$ 12.973,56	\$ 14.069,10	\$ 14.350,48	\$ 14.637,49	\$ 14.930,24
Serv. Básicos / año	\$ 156,00	\$ 159,12	\$ 162,30	\$ 165,55	\$ 168,86
Suministros al año	\$ 600,00	\$ 612,00	\$ 624,24	\$ 636,72	\$ 649,46
Asesoría / año	\$ 1.440,00	\$ 1.468,80	\$ 1.498,18	\$ 1.528,14	\$ 1.558,70
Internet y Celular	\$ 540,00	\$ 550,80	\$ 561,82	\$ 573,05	\$ 584,51
Permisos / año	\$ 150,00	\$ 153,00	\$ 156,06	\$ 159,18	\$ 162,36
Deprec. Área Adm. / año	\$ 770,85	\$ 770,85	\$ 770,85	\$ 770,85	\$ 770,85
Mant. Vehículo / año	\$ 3.000,00	\$ 3.060,00	\$ 3.121,20	\$ 3.183,62	\$ 3.247,30
Gastos Pre-operacionales	\$ 2.905,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 22.535,41	\$ 20.843,67	\$ 21.245,12	\$ 21.654,61	\$ 22.072,28

SUELDOS ADMINISTRACIÓN						
NOMRES	Sueldo	Décimo 3ro.	Décimo 4to.	Vacaciones	Aporte Patronal	Fdo. Rsva
Administración 1	\$ 420,00	\$ 35,00	\$ 29,50	\$ 17,50	\$ 51,03	\$ 34,99
Administración 2	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 33,32
TOTALES	\$ 820,00	\$ 68,33	\$ 59,00	\$ 34,17	\$ 99,63	\$ 68,31
	Sin Fdo.Rva	Con Fdo.Rva.				
Sueldo y Benef. Mensual	\$ 1.081,13	\$ 1.149,44				
Sueldo y Benef. Anual	\$ 12.973,56	\$ 13.793,23				

Fuente: Gastos Administrativos

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.14 GASTOS DE VENTA

Dentro de las estimaciones del proyecto en el estudio financiero, es recomendable reconocer todos los rubros que se van a contraer en el desarrollo de esta actividad, es así, que se obtuvo el cálculo de los gastos de ventas que están conformados por los rubros de transporte, el 2% de las comisiones anuales y los gastos de publicidad, en donde se presenta un monto de \$ 4.955,40 USD, en el primer año.

TABLA N°48 Gastos de ventas

GASTOS DE VENTAS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transp. - Com. / año	\$ 1.500,00	\$ 1.530,00	\$ 1.560,60	\$ 1.591,81	\$ 1.623,65
Comisiones anuales	\$ 2.255,40	\$ 2.368,17	\$ 2.486,58	\$ 2.610,91	\$ 2.741,45
Publicidad anual	\$ 1.200,00	\$ 1.224,00	\$ 1.248,48	\$ 1.273,45	\$ 1.298,92
TOTAL G. VENTAS	\$ 4.955,40	\$ 5.122,17	\$ 5.295,66	\$ 5.476,17	\$ 5.664,02

Fuente: Gastos de ventas

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.15.3 Condiciones de trabajo

Para el buen funcionamiento del plan de negocio se contará como factor decisivo el talento humano, que genera ideas, por lo tanto la gerencia será selectiva en la incorporación de los mejores profesionales para cada área, caracterizados por aptitud de liderazgo, modernidad, motivación, respeto, espíritu de equipo, lealtad y competencia interna; bajo el concepto de disciplina y compromiso.

El personal va a percibir un salario fijo digno en función de sus responsabilidades en el negocio y las obligatorias por ley.

4.15.4 Políticas y normas

Las políticas componen un marco de referencia para todos los empleados y una herramienta de gestión para todos los que tienen responsabilidades de conducción, guían y trazan el camino para las operaciones que se van a realizar y ayudan ante cualquier obstáculo que pueda presentarse, contribuyendo a facilitar los procesos de comunicación y toma de decisiones, aportando a las mismas claridad y agilidad.

4.16 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.16.1 Inversión inicial

Para calcular la utilidad de un negocio será indispensable considerar todos los elementos que determinen "costos" y el precio de venta. En este contexto, a continuación se presenta los costos relativos a la inversión necesaria para comenzar a operar el taller de aluminio y vidrio Villalvid.

TABLA N°49 Inversión

Inversión Total	
INVERSIÓN FIJA	\$ 6.665,34
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 2.905,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6.751,70
TOTAL	\$ 16.322,04

Fuente: Inversión

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Para la implementación de este proyecto, se define que se necesita \$ 16.322,04 USD, como monto de inversión total para cubrir los costos y gastos.

4.16.2 Capital de trabajo

La empresa para aplicar el plan de negocio, requerirá de recursos para cubrir las necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc., recursos que deben estar disponibles a corto plazo. En esta sección se presenta la respectiva proyección de los salarios a cubrir, de acuerdo al capital de trabajo.

De acuerdo a la estimación el capital de trabajo es de \$ 141.598,89.

TABLA N°50 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
	Año 1
COSTO DE VENTA	\$ 114.108,08
GASTOS ADM.	\$ 22.535,41
GASTOS VENTA	\$ 4.955,40
CAO	\$ 141.598,89
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 6.751,70

Fuente: Capital de Trabajo

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.16.3 Fuente de financiamiento

La financiación será a través de dos medios, con los recursos propios y obtenidos por entidades financieras. Entre la mejor alternativa de inversión, se define por la mejor tasa de interés. Se constituye un aporte de los socios como capital propio \$ 1000, 00 USD y los \$ 6.322,04 USD restante se obtendrá mediante un préstamo bancario, crédito que será cancelado a un plazo de 5 años, con una tasa de interés anual del 10% con 60 pagos de una cuota mensual de \$ 134,32 USD

TABLA N°51 Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
Condiciones del Crédito	
Valor del Préstamo	\$ 6.322,04
Periodos de pago	60
Tasa de interés	10%
Forma de capitalización	mensual a 5 años
PAGO	\$ 134,32
APORTE DE SOCIOS	\$ 10.000,00
FINANCIAMIENTO	\$ 6.322,04
	\$ 16.322,04

Fuente: Financiamiento

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

A continuación, se presenta la TABLA N° 47 de amortización donde se detalla los 60 pagos mensuales de la deuda adquirida:

TABLA N°52 Tabla de amortización

No.	Principal	Intereses	Pago	Amort. Prést.
0			\$ 134,32	\$ 6.322,04
1	\$ 81,64	\$ 52,68	\$ 134,32	\$ 6.240,39
2	\$ 82,32	\$ 52,00	\$ 134,32	\$ 6.158,07
3	\$ 83,01	\$ 51,32	\$ 134,32	\$ 6.075,07
4	\$ 83,70	\$ 50,63	\$ 134,32	\$ 5.991,37
5	\$ 84,40	\$ 49,93	\$ 134,32	\$ 5.906,97
6	\$ 85,10	\$ 49,22	\$ 134,32	\$ 5.821,87
7	\$ 85,81	\$ 48,52	\$ 134,32	\$ 5.736,06
8	\$ 86,52	\$ 47,80	\$ 134,32	\$ 5.649,54
9	\$ 87,25	\$ 47,08	\$ 134,32	\$ 5.562,29
10	\$ 87,97	\$ 46,35	\$ 134,32	\$ 5.474,32
11	\$ 88,71	\$ 45,62	\$ 134,32	\$ 5.385,62
12	\$ 89,44	\$ 44,88	\$ 134,32	\$ 5.296,17
13	\$ 90,19	\$ 44,13	\$ 134,32	\$ 5.205,98
14	\$ 90,94	\$ 43,38	\$ 134,32	\$ 5.115,04
15	\$ 91,70	\$ 42,63	\$ 134,32	\$ 5.023,34
16	\$ 92,46	\$ 41,86	\$ 134,32	\$ 4.930,88
17	\$ 93,23	\$ 41,09	\$ 134,32	\$ 4.837,64
18	\$ 94,01	\$ 40,31	\$ 134,32	\$ 4.743,63
19	\$ 94,79	\$ 39,53	\$ 134,32	\$ 4.648,84
20	\$ 95,58	\$ 38,74	\$ 134,32	\$ 4.553,25
21	\$ 96,38	\$ 37,94	\$ 134,32	\$ 4.456,87
22	\$ 97,18	\$ 37,14	\$ 134,32	\$ 4.359,69
23	\$ 97,99	\$ 36,33	\$ 134,32	\$ 4.261,69
24	\$ 98,81	\$ 35,51	\$ 134,32	\$ 4.162,88
25	\$ 99,63	\$ 34,69	\$ 134,32	\$ 4.063,25
26	\$ 100,46	\$ 33,86	\$ 134,32	\$ 3.962,79
27	\$ 101,30	\$ 33,02	\$ 134,32	\$ 3.861,49
28	\$ 102,15	\$ 32,18	\$ 134,32	\$ 3.759,34
29	\$ 103,00	\$ 31,33	\$ 134,32	\$ 3.656,34
30	\$ 103,86	\$ 30,47	\$ 134,32	\$ 3.552,49
31	\$ 104,72	\$ 29,60	\$ 134,32	\$ 3.447,77

32	\$ 105,59	\$ 28,73	\$ 134,32	\$ 3.342,17
33	\$ 106,47	\$ 27,85	\$ 134,32	\$ 3.235,70
34	\$ 107,36	\$ 26,96	\$ 134,32	\$ 3.128,34
35	\$ 108,26	\$ 26,07	\$ 134,32	\$ 3.020,09
36	\$ 109,16	\$ 25,17	\$ 134,32	\$ 2.910,93
37	\$ 110,07	\$ 24,26	\$ 134,32	\$ 2.800,86
38	\$ 110,98	\$ 23,34	\$ 134,32	\$ 2.689,88
39	\$ 111,91	\$ 22,42	\$ 134,32	\$ 2.577,97
40	\$ 112,84	\$ 21,48	\$ 134,32	\$ 2.465,13
41	\$ 113,78	\$ 20,54	\$ 134,32	\$ 2.351,35
42	\$ 114,73	\$ 19,59	\$ 134,32	\$ 2.236,62
43	\$ 115,69	\$ 18,64	\$ 134,32	\$ 2.120,93
44	\$ 116,65	\$ 17,67	\$ 134,32	\$ 2.004,28
45	\$ 117,62	\$ 16,70	\$ 134,32	\$ 1.886,66
46	\$ 118,60	\$ 15,72	\$ 134,32	\$ 1.768,05
47	\$ 119,59	\$ 14,73	\$ 134,32	\$ 1.648,46
48	\$ 120,59	\$ 13,74	\$ 134,32	\$ 1.527,88
49	\$ 121,59	\$ 12,73	\$ 134,32	\$ 1.406,28
50	\$ 122,61	\$ 11,72	\$ 134,32	\$ 1.283,68
51	\$ 123,63	\$ 10,70	\$ 134,32	\$ 1.160,05
52	\$ 124,66	\$ 9,67	\$ 134,32	\$ 1.035,39
53	\$ 125,70	\$ 8,63	\$ 134,32	\$ 909,70
54	\$ 126,74	\$ 7,58	\$ 134,32	\$ 782,95
55	\$ 127,80	\$ 6,52	\$ 134,32	\$ 655,15
56	\$ 128,86	\$ 5,46	\$ 134,32	\$ 526,29
57	\$ 129,94	\$ 4,39	\$ 134,32	\$ 396,35
58	\$ 131,02	\$ 3,30	\$ 134,32	\$ 265,33
59	\$ 132,11	\$ 2,21	\$ 134,32	\$ 133,21
60	\$ 133,21	\$ 1,11	\$ 134,32	\$ 0,00

Fuente: Tabla de Amortización

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.16.4 Flujo de caja proyectado

En cuanto al flujo de inversiones se puede decir que para activos fijos, la empresa requiere de una inversión fija de \$ 6.666,34. Asumiendo todos los pagos por participación de trabajadores y demás rubros pertinentes, todos los activos serán diferidos para minimizar de forma equitativa el requerimiento de capital. El flujo de caja proyectado presenta en su primer año un flujo acumulado de \$ 9.656,70 USD.

TABLA N°53 Flujo de caja proyectada

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN FIJA*	\$ (6.665,34)					
UAIT		\$ 8.175,08	\$ 14.966,54	\$ 21.713,75	\$ 28.984,92	\$ 36.814,36
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (1.226,26)	\$ (2.244,98)	\$ (3.257,06)	\$ (4.347,74)
Pago de IR		\$ -	\$ (1.528,74)	\$ (2.798,74)	\$ (4.060,47)	\$ (5.420,18)
EFFECTIVO NETO		\$ 8.175,08	\$ 12.211,54	\$ 16.670,03	\$ 21.667,39	\$ 27.046,44
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 115,02	\$ 115,02	\$ 115,02	\$ 115,02	\$ 115,02
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 770,85	\$ 770,85	\$ 770,85	\$ 770,85	\$ 770,85
(+) Aporte Accionistas	\$ 10.000,00					
(+) Préstamo concedido	\$ 6.322,04	\$ (1.025,87)	\$ (1.133,26)	\$ (1.251,96)	\$ (1.383,05)	\$ (1.527,87)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 9.656,70	\$ 8.035,08	\$ 11.964,16	\$ 16.303,94	\$ 21.170,21	\$ 26.404,45
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 9.656,70	\$ 17.691,78	\$ 29.655,94	\$ 45.959,88	\$ 67.130,09
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 9.656,70	\$ 17.691,78	\$ 29.655,94	\$ 45.959,88	\$ 67.130,09	\$ 93.534,54

Fuente: Flujo de caja proyectado

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.17 ESTADOS FINANCIEROS

4.17.1 Estado de resultado (pérdida y ganancias)

En la siguiente tabla se presenta el Estado de Resultados, donde la empresa obtiene utilidad neta desde el primer año, aumentando de forma paulatina en los siguientes años.

TABLA N°54 Estado de resultado

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 150.360,00	\$ 159.381,60	\$ 168.944,50	\$ 179.081,17	\$ 189.826,04
(-) Costo de Venta		\$ (114.108,08)	\$ (117.970,61)	\$ (120.330,02)	\$ (122.736,62)	\$ (125.191,35)
(=) Utilidad Bruta		\$ 36.251,92	\$ 41.410,99	\$ 48.614,47	\$ 56.344,54	\$ 64.634,68
(-) Gastos Administrativos		\$ (22.535,41)	\$ (20.843,67)	\$ (21.245,12)	\$ (21.654,61)	\$ (22.072,28)
(-) Gastos de Ventas		\$ (4.955,40)	\$ (5.122,17)	\$ (5.295,66)	\$ (5.476,17)	\$ (5.664,02)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 8.761,11	\$ 15.445,15	\$ 22.073,69	\$ 29.213,76	\$ 36.898,38
(-) Gastos Financieros		\$ (586,03)	\$ (478,61)	\$ (359,94)	\$ (228,84)	\$ (84,02)
(=) UAIT		\$ 8.175,08	\$ 14.966,54	\$ 21.713,75	\$ 28.984,92	\$ 36.814,36
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (1.226,26)	\$ (2.244,98)	\$ (3.257,06)	\$ (4.347,74)	\$ (5.522,15)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (1.528,74)	\$ (2.798,74)	\$ (4.060,47)	\$ (5.420,18)	\$ (6.884,29)
UTILIDAD NETA		\$ 5.420,08	\$ 9.922,82	\$ 14.396,22	\$ 19.217,00	\$ 24.407,90

Fuente: Estado de resultado

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Por lo tanto, los ingresos son los valores que va a recibir la empresa por los productos que comercializa. A ese valor se le debe restar el monto de todos los componentes que intervienen en la producción de esos bienes (costos), para obtener un resultado económico, que puede ser positivo (ganancia) o negativo (pérdida) respectivamente.

4.17.3 Estado de situación financiera

TABLA N°55 Estados de situación financiera proyectados

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
Efectivo	\$ 9.656,70	\$ 17.691,78	\$ 29.655,94	\$ 45.959,88	\$ 67.130,09	\$ 93.534,54
Total Activo Corriente	\$ 9.656,70	\$ 17.691,78	\$ 29.655,94	\$ 45.959,88	\$ 67.130,09	\$ 93.534,54
A. NO CORRIENTE						
Maquina cortadora de aluminio	\$ 828,80	\$ 828,80	\$ 828,80	\$ 828,80	\$ 828,80	\$ 828,80
Taladro	\$ 134,40	\$ 134,40	\$ 134,40	\$ 134,40	\$ 134,40	\$ 134,40
Taladro a batería	\$ 187,04	\$ 187,04	\$ 187,04	\$ 187,04	\$ 187,04	\$ 187,04
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	\$ -	\$ (115,02)	\$ (230,05)	\$ (345,07)	\$ (460,10)	\$ (575,12)
Laptop	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00	\$ 720,00
Muebles para diferentes áreas	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
impresora multifunción	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Teléfonos	\$ 98,50	\$ 98,50	\$ 98,50	\$ 98,50	\$ 98,50	\$ 98,50
Archivadores	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,00
Acondicionares de Aire	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00

Adecuaciones	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
Otros equipos administrativos	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ -	\$ (770,85)	\$ (1.541,70)	\$ (2.312,55)	\$ (2.743,40)	\$ (3.514,25)
Herramientas	\$ 186,60	\$ 186,60	\$ 186,60	\$ 186,60	\$ 186,60	\$ 186,60
Total Activo NO Corriente	\$ 6.665,34	\$ 5.779,47	\$ 4.893,59	\$ 4.007,72	\$ 3.461,84	\$ 2.575,97
TOTAL ACTIVOS	\$ 16.322,04	\$ 23.471,25	\$ 34.549,53	\$ 49.967,60	\$ 70.591,94	\$ 96.110,51
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Porción Corriente de la Deuda	\$ 1.025,87	\$ 1.133,26	\$ 1.251,96	\$ 1.383,05	\$ 1.527,87	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 1.226,26	\$ 2.244,98	\$ 3.257,06	\$ 4.347,74	\$ 5.522,15
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 1.528,74	\$ 2.798,74	\$ 4.060,47	\$ 5.420,18	\$ 6.884,29
Total Pasivo Corriente	\$ 1.025,87	\$ 3.888,26	\$ 6.295,69	\$ 8.700,58	\$ 11.295,79	\$ 12.406,44
PASIVO NO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	\$ 5.296,17	\$ 4.162,88	\$ 2.910,93	\$ 1.527,88	\$ -	\$ -
Total Pasivo NO Corriente	\$ 5.296,17	\$ 4.162,88	\$ 2.910,93	\$ 1.527,88	\$ -	\$ -
Total PASIVO	\$ 6.322,04	\$ 8.051,14	\$ 9.206,62	\$ 10.228,46	\$ 11.295,79	\$ 12.406,44
PATRIMONIO						
Capital	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 5.420,08	\$ 9.922,82	\$ 14.396,22	\$ 19.217,00	\$ 24.407,92
Total PATRIMONIO	\$ 10.000,00	\$ 14.506,34	\$ 25.919,57	\$ 42.566,64	\$ 64.713,53	\$ 92.640,00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 16.322,04	\$ 22.557,48	\$ 35.126,19	\$ 52.795,10	\$ 76.009,32	\$ 105.046,44

Fuente: Estados de Situación Financiera Proyectados

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

Respecto al estado de situación financiera, se pudo evidenciar que el proyecto muestra niveles de eficiencia en todo sentido como se muestra en los siguientes ratios:

TABLA N°56 Nivel de eficiencia

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	3,00%	7,23%	10,04%	12,72%	15,28%
ROA	27,61%	51,66%	46,39%	41,06%	36,03%
ROE	31,06%	44,03%	39,11%	34,22%	30,15%
ROI	45,06%	114,13%	166,47%	221,47%	279,26%

Fuente: Nivel de eficiencia

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.17.4 Evaluación financiera del proyecto

La tasa de interés para el cálculo del VAN será del 20% para la evaluación del proyecto y definir si la equivalencia es mayor al desembolso inicial, el proyecto será recomendable para que sea aceptado.

De acuerdo al cálculo se obtiene que el valor del VAN es POSITIVO con un monto de \$ 20.793,55 USD, el cual garantiza que el proyecto es rentable.

TABLA N°57 Calculo del VAN

VAN	\$ 20.793,55
-----	--------------

Fuente: Calculo del VAN

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.17.5 TIR (tasa interna de retorno)

El siguiente método para la evolución del proyecto es el cálculo del TIR, en donde los resultados obtenidos presente una TIR de 25 % siendo superior a la tasa de descuento, queriendo decir que si existe mayor rentabilidad.

TABLA N°58 Calculo Del TIR

TIR	25%
-----	-----

Fuente: Calculo Del TIR

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

4.18 PLAN DE ACCIÓN

TABLA N°59 Plan de acción

PLAN DE ACCIÓN PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID			
PROBLEMA PRINCIPAL	¿Qué incidencia tiene la implementación de un plan de negocio en los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2015?		
FIN DEL PROYECTO			INDICADORES
Mejorar los procesos administrativos del taller de aluminio y vidrio Villalvid, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena			Encuestas a posibles clientes y profesionales
PROPÓSITO DEL PROYECTO			
Elaboración de un Plan de Negocios			Encuestas a posibles clientes y profesionales
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES
Aumentar la fidelidad de los clientes mediante el diseño y aplicación de estrategias publicitarias con el propósito de posicionarse en el mercado.	Encuestas dirigida a posibles clientes y profesionales	Desarrollar campañas publicitarias, en redes sociales y en medios de comunicación, así como también la elaboración de la publicidad visual.	Crear página web, facebook, y twitter. Difundir publicidad en medios de comunicación masivos, realizando promociones. Elaboración de banners y gigantografía.
Crear vínculos de comercialización con las entidades públicas, privadas específicamente de construcción para ofertar los trabajos.	Encuestas dirigida a posibles clientes y profesionales	Realizar alianzas estratégicas a fin de ofrecer los trabajos de fabricación y mantenimiento de los productos.	Captar clientes públicos o privados especialmente en las construcciones de la Provincia.
Ofrecer productos de calidad a través de la reinversión de maquinaria e implementos en el área de fabricación de productos	Encuestas dirigida a posibles clientes y profesionales	Realizar convenios que permitan facilitar la adquisición de maquinarias en el área productiva	Compra de maquinarias y equipos para la producción.
Proporcionar al talento humano de un manual de funciones que permita tener conocimiento de las responsabilidades y tareas que se deben cumplir en las áreas de trabajo	Encuestas dirigida a posibles clientes y profesionales	Dotar de los recursos necesarios en las áreas de trabajo a fin de alcanzar el cumplimiento eficaz de las actividades	Implementar recursos materiales y capacitaciones para lograr el desarrollo efectivo de las tareas.

Fuente: Plan de acción

Realizado por: Freddy Villao Rodríguez

CONCLUSIONES.

- El plan de negocios para el taller de aluminio y vidrio fue propuesto con la finalidad de mejorar los canales de distribución, la publicidad y gestión administrativa.
- Las estrategias planteadas tienen como objetivo innovar diseños y adecuar las instalaciones del taller de aluminio y vidrio Villalvid que permitan captar la atención de los nuevos clientes.
- Impulsar el uso de la materia prima a través de las ferias de aluminio y vidrio a fin de promover la adquisición de objetos realizados a base de este material.
- En el análisis financiero el Valor Actual Neto (VAN) es positivo con un total de \$ 20.793,55 USD, y un TIR de 25% superior a la tasa de descuento garantizando la rentabilidad de la propuesta.

RECOMENDACIONES

- Realizar un control de todas las estrategias aplicadas en las áreas de la empresa con el fin de determinar si se están efectuando en el tiempo establecido.
- Ofrecer los productos y dar seguimiento a través de correos electrónicos página web, redes sociales, así se incentivará al cliente a la compra.
- Crear diseños en aluminio y vidrio de acuerdo a los gustos y preferencias del cliente, con la finalidad de darle a la materia prima una propuesta innovadora.
- Capacitar continuamente al talento humano en técnicas y conocimientos del aluminio y vidrio, como también en la atención personalizada al cliente, con el objetivo de brindar un servicio de calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Ana García González (2006) los nuevos emprendedores. Creación de empresas
- Berry Leonard, A. Parasuraman y Valerie Zeithanml (1993), Calidad total en la gestión de servicio. Editorial Díaz de Santos. Madrid, España.
- Cesar Augusto Bernal (2006) metodología de la investigación segunda edición
- Chiavenato Idalberto (2009), Comportamiento Organizacional, La Dinámica del Éxito en las Organizaciones. Edición segunda. Editora McGraw-Hill.
- Chiavenato Idalberto (2002), Gestión de Talento Humano, Segunda edición, Editorial McGraw Hill, México.
- Fayol Henry (1994), Administración industrial y General, Editorial El Ateneo.
- Hernández Sampieri R. (2010), Metodología de la investigación. Editorial McGraw-Hill, 4ta Edición.
- Jaime Laviña Urueta, Jaime del rey tapia (2008) criterios en indicadores de la excelencia en innovación empresarial, segunda edición
- Kotler Philip (2002), Fundamentos de Marketing. Edición sexta.
- Marcial Córdova Padilla (2006) formulación y evaluación de proyectos
- Manuel Fernández Esquinas Y Jorge Ruiz (2006) Los jóvenes y la creación de empresas
- Pallares Zoilo (2005), Libro Hacer empresa, cuarta Edición, Fondo Editorial Nueva Empresa.

- Saproso G., (1977), Clínica Empresarial. Una metodología paso a paso para desarrollar y monitorear un “Plan de Negocios”. Ediciones Machi, Buenos Aires, Argentina.
- Ramírez, V. (2007) formulación y evaluación de proyectos de inversión

Páginas de Internet.

- Asamblea Constituyente, Constitución de la República del Ecuador, Quito, 2008
- Asamblea Nacional, Ley de Economía Popular y Solidaria, Quito, 2011.
- <http://www.arenart.com/infotecnica/tinfo11.htm>
- <http://es.slideshare.net/calidad-en-servicio/html>.
- <http://quito.olx.com.ec/q/disenio-en-vidrio-arenado/c-207>
- <http://acav.foroactivo.com/t166-libros-sobre-vidrio-buenos>
- <http://www.artespana.com/arquitecturadelhierro.htm>

ANEXOS

ANEXO No 1: Carta aval

"TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID"
BARRIO 28 DE MAYO AV. ELEODORO SOLORZANO DIAGONAL SUPER AKI
RUC 0906049549001

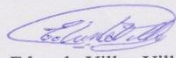
La Libertad, 31 Marzo del 2015

Señores:
UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

Por medio del presente reciba un cordial saludo, a la vez notifico que se ha autorizado al Sr. Freddy Villao Rodríguez con cedula de identidad N° 0926913070, egresado de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial, a realizar el tema de tesis **"PLAN DE NEGOCIOS PARA EL TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO VILLALVID, AÑO 2015"**

Particular que comunico para fines pertinentes.

Atentamente


Eduardo Villao Villao
PROPIETARIO

"TALLER DE ALUMINIO Y VIDRIO"
"VILLALVID"
Eduardo Villao V. e Hija.
PROPIETARIOS
C.I. 9 99840521

ANEXO No 2: Modelo de encuesta realizada a posibles clientes

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL**



ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CLIENTES DEL CANTÓN LA LIBERTAD

Objetivo: Obtener información para establecer el nivel de aceptación en el mercado que ofrece el taller de aluminio y vidrio “Villalvid” del cantón La Libertad, a través de la aplicación de encuestas para los posibles clientes, en beneficio y mejora de la empresa.

SEXO: **EDAD:**
Masculino 21 - 30 41 - 50
Femenino 31 - 40 Mayor de 50

NIVEL DE ESCOLARIDAD.

Primaria Tercer nivel Técnico
Secundaria Posgrado

LUGAR DE RESIDENCIA.

La Libertad Salinas
Santa Elena

1.- ¿Necesita usted un trabajo de aluminio y vidrio en su hogar u oficina?

Sí No

2.- ¿Conoce en su sector algún lugar donde se realicen estos trabajos de aluminio y vidrio?

Sí No

3.- ¿En qué función toma Ud. su de decisión de compra?

Precio Calidad

4.- ¿Qué servicio necesitaría para su hogar?

Ventanas Puertas
Baños Otros especifique-----

5.- ¿Cuándo Ud. necesita el servicio de aluminio y vidrio donde lo busca?

Internet
Guía telefonica
Cerca de su casa

6.- ¿De qué forma preferiría el pago de un servicio o trabajo en aluminio y vidrio?

Contado Crédito

7.- ¿Cuáles son los atributos para elegir una empresa de aluminio y vidrio?

Servicio Atención
Calidad Precio

8.- ¿Qué día le gustaría que atienda la empresa de aluminio y vidrio?

Lunes a viernes Indiferente
Fines de semana

9.- ¿Qué productos/ servicios adicionales que le gustaría brindara la empresa de aluminio y vidrio?

Transportación a casa de los productos
Puesta el producto en el hogar (instalación)
Pedidos por internet
Venta por catálogo
Otros especifique-----

10.- ¿Cómo le gustaría enterarse de las novedades de la empresa de aluminio y vidrio?

TV
Internet (redes sociales)
Radio

11.- ¿Le gustaría que se realicen ferias de exhibición de los productos a base de aluminio y vidrio?

Sí No

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos a base de aluminio y vidrio?

Promedio Desviación

ANEXO No 2: Modelo de encuesta realizada a profesionales

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DESARROLLO EMPRESARIAL



ENCUESTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL CANTÓN LA LIBERTAD

Objetivo: Obtener información para establecer el nivel de aceptación en el mercado que ofrece el taller de aluminio y vidrio “Villalvid” del cantón La Libertad, a través de la aplicación de encuestas a los profesionales, en beneficio y mejora de la empresa.

SEXO: EDAD:

Masculino 21 - 30 41 - 50
Femenino 31 - 40 Mayor de 50

NIVEL DE ESCOLARIDAD.

Tercer nivel Técnico
Posgrado

LUGAR DE RESIDENCIA.

La Libertad Salinas
Santa Elena

1.- ¿Considera usted que el uso del aluminio y vidrio es una alternativa para la decoración y usos en casas y empresas?

Sí No

2.- ¿Conoce usted lugares donde se realicen estos trabajos de aluminio y vidrio?

Sí No

3.- ¿La decisión de compra ud. la toma en función de qué?

Precio Calidad

4.- ¿Qué servicio necesitaría para su hogar usted cree se necesitan para hogares o empresas?

Ventanas Puertas
Baños Otros especifique-----

5.- ¿Cuáles son los medios donde las personas buscan servicios con aluminio y vidrios?

Internet
Guia telefonica
Cerca de su casa

6.- ¿Preferiría que se le hiciera más accesible el pago de su trabajo en aluminio y vidrio?

Contado Crédito

7.- ¿Cuáles son los atributos que usted considera las empresas toman en cuenta al momento de elegir por una empresa de aluminio y vidrio?

Servicio Atención
Calidad Precio

8.- ¿Qué días usted considera es el adecuado que atiendan las empresas dedicadas a la comercialización de productos a base de aluminio y vidrio?

Lunes a viernes Indiferente
Fines de semana

9.- ¿Qué productos/ servicios adicionales que le gustaría brindara la empresa de aluminio y vidrio?

Transportación a casa de los productos
Puesta el producto en el hogar (instalación)
Pedidos por internet
Venta por catálogo
Otros especifique-----

10.- ¿Cómo le gustaría enterarse de las novedades de la empresa de aluminio y vidrio?

TV
Internet (redes sociales)
Radio

11.- ¿Ud. Considera que las ferias de exhibición de los productos a base de aluminio y vidrio serian ideal para la promoción de los productos?

Sí No
No responde

12.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos a base de aluminio y vidrio?

Promedio Desviación

ANEXO No 4: Fotos instalaciones del taller de aluminio y Vidrio “Villalvid”



*Fuente: Fotos instalaciones del taller de aluminio y vidrio “Villalvid”
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez*



*Fuente: Fotos instalaciones del taller de aluminio y vidrio “Villalvid”
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez*



Fuente: Fotos de las instalaciones del Taller de Aluminio y Vidrio "VILLALVID"
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez



Fuente: Fotos de las instalaciones del Taller de Aluminio y Vidrio "VILLALVID"
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez

ANEXO No 5: Fotos de trabajos terminados e instalaciones



Fuente: Fotos de Trabajos Terminados e Instalaciones
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez



Fuente: Fotos de Trabajos Terminados e Instalaciones
Elaborado por: Freddy Villao Rodríguez