



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA
COMERCIALIZACION DEL NUEVO PRODUCTO “PANELES
DE ALUCUBOND DE LA EMPRESA ALUMESA S.A EN EL
CANTÓN GUAYAQUIL**

Tutora:

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs

Autora:

Rodríguez Duarte Allison Salome

Guayaquil, Ecuador

2021

Certificado del Tutor del trabajo de Titulación

Lsi. **Yandres Janeth García Charcopa** Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que la egresada **Rodríguez Duarte Allison Salome**, es autora de la Tesis de Grado titulada: **“Proyecto de prefactibilidad para la comercialización del nuevo producto “Paneles de Alucubond” de la empresa Alumesa S.A en el cantón guayaquil”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Lsi. Yandres García Charcopa, Mgs.
Tutora de trabajo de Titulación

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación **“Proyecto de Prefactibilidad para la Comercialización del nuevo producto “paneles de alucubond” de la empresa Alumesa S.A en el cantón guayaquil”**, presentado por la egresada Rodríguez Duarte Allison Salome, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Mercedes Intriago Cedeño
Coordinadora de la carrera

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa
Tutora trabajo investigación

Msc. Francisco Verduga Vélez
Miembro del tribunal

Msc. Verni Jacome Santos
Miembro del tribunal

Declaración de autoría

La responsabilidad de la presente investigación, así como sus argumentos, análisis, procedimientos, ideas, resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenecen exclusivamente a sus autoras, el cual constituye un trabajo de originalidad en conjunto con el tutor, se logró culminar con éxito.

Por la autoría que nos asiste, se cede el derecho de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Tnloga. Rodríguez Duarte Allison Salome
Egresada de la carrera de Gestión empresarial

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme sabiduría y su amor eterno, por estar en esta etapa tan importante de mi vida.

A la universidad san Gregorio de Portoviejo, a todo el cuerpo administrativo, docentes, por sus esfuerzos para que el presente proyecto se pudo llevar a cabo para que finalmente pudiera alcanzar mi título como Ingeniera en Gestión Empresarial.

A mis amigos que a pesar de la distancia siempre me dieron el impulso de llegar a mi meta final, en especial a mis amigas Brenda y Ginger, por ser mis pilares en este camino llamado vida universitaria

A mi Tutora de Tesis Lsi. Yandres García, quien, con su paciente, dedicación e inteligente, se supo orientar y guiar la ejecución con el objetivo de cumplir este gran logro que con sacrificio y de la mano de Dios pude lograrle.

A todos los docentes que estuvieron en todo este tiempo con su empujón de no decaer en el final del camino, en animarme y recordar lo capaz que puedo ser en todo lo que me proponga

Rodríguez Duarte Allison Salome**Dedicatoria**

Dedico este proyecto en primer lugar a Dios por permitirme tener vida, ¡salud y ser mi guía en este camino, que me ha dado la fortaleza para culminar mis estudios, uno de mis grandes sueños de ser Ingeniera en Gestión Empresarial y decir GRACIAS DIOS!

A mi amada hija Luciana por ser mi fuente de motivación para poder superarme cada día y así poder luchar por un futuro mejor, con cada mirada y sonrisa que me ha regalado no me dejaron caer en el camino, para que siga adelante para yo ser su espejo y ejemplo para su vida.

A mis padres por ese apoyo incondicional que nunca me han dejado sola y por la paciencia que tienen a sus hijos, nietos y en especial a mi hija porque con su llegada nos ha alegrado el alma, a pesar de que hemos pasado por momentos difíciles siempre han estado ahí brindándome su amor y tolerancia durante este proceso.

A mis hermanos por ser mi ancla y ejemplo a seguir, que con la mano de Dios, esfuerzo y perseverancia todo se puede lograr para alcanzar nuestros sueños.

A mi abuela querida que no está presente físicamente, pero está en los brazos de nuestro Padre Celestial, en vida siempre nos decía que quería ver a todos sus nietos profesionales con la ayuda de Dios y sobre todo felices por cumplirlos.

A mis compañeros y amigos, quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegrías, tristezas y todas aquellas personas durante todo este tiempo estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.

Rodríguez Duarte Allison Salome

Sumario

Este trabajo aborda el estudio de prefactibilidad de un nuevo proyecto empresarial, entendido este como la comercialización de Paneles de Alucubond en la empresa Alumesa S.A, desde la perspectiva financiera para el incremento de sus ventas, en la actualidad se ha visto el uso de acrílico, lo cual ha quitado su valor de calidad, provocando quejan en los usuarios, en estos tiempos nos hemos visto golpeados por una pandemia a nivel mundial, misma que ha hecho que cada persona salga adelante con sus propios emprendimientos, encontrando una autoayuda, este proyecto tiene como finalidad mejorar la venta de la empresa a través de las asesorías, la venta de planchas de Alucubond, para el uso externo e interno de cada edificio o empresa, para una mejor fachada, implementar novedades como el lanzamiento del nuevo producto de Paneles de Alucubond, el análisis de prefactibilidad se lo realizo por medio de encuestas a familias en el sector centro de la ciudad de Guayaquil.

Palabras claves: Industria, producto, comercialización, prefactibilidad, Paneles

Abstract

This work addresses the pre-feasibility study of a new business project, understood as the commercialization of Alucubond Panels in the company Alumesa S.A, from the financial perspective to increase its sales, at present, the use of acrylic has been seen, which has taken away its quality value, causing complaints from users, in these times we have been hit by a global pandemic, which has made each person get ahead with their own endeavors, finding self-help, the purpose of this project is to improve the sale of the company through consultancies, the sale of Alucubond sheets, for the external and internal use of each building or company, for a better façade, implement novelties such as the launch of the new product of Alucubond panels, the pre-feasibility analysis was carried out through surveys of families in the downtown sector of the city of Guayaquil.

Keywords: Industry, product, sales, pre-feasibility, panels

Tabla de Contenido

Tabla de contenido	Páginas
Certificado del Tutor del trabajo de Titulación.....	ii
Certificado del tribunal	1
Declaración de autoría.....	1
Agradecimiento	1
Dedicatoria	ii
Sumario	viii
Abstract	ix
Tabla de contenido	x
Lista de tablas	xiii
Capítulo I.....	1
1.Problematización.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Antecedentes Generales	1
1.3. Formulación del problema	1
1.4. Planteamiento del problema.....	2
1.5. Preguntas de Investigación.....	4
1.6. Delimitación del problema.....	4
1.7. Justificación.....	5
1.8. Objetivos.....	7
Conclusión	7
Capitulo II	8
2.Contextualización.....	8
2.1. Marco Teórico.....	8

2.2. Marco Conceptual	9
2.3. Marco ambiental.....	10
2.4. Variables.....	8
2.5. Operacionalización de las variables	10
Conclusión	11
Capitulo III.....	15
3.Marco Metodológico.....	15
3.1. Plan de investigación.....	15
3.2. Tipos de investigación.....	15
3.3. Fuentes de investigación	15
3.4. Población.....	16
3.5. Muestra.....	17
Capitulo IV.....	22
4.Formulación de proyecto	22
4.1. Análisis e interpretación de resultados.....	22
4.2. Estudio de mercado	32
4.3. Estudio técnico	50
4.4. Estudio Administrativo	52
4.4.1. Análisis Situacional.....	52
4.4.2. Organigrama.....	53
4.5. Marco Legal.....	54
Conclusión	57
Capítulo V.....	58
5. Propuesta.....	58
5.1. Título de propuesta.....	58

5.2. Autora de propuesta	58
5.3. Empresa Auspiciante.....	58
5.4. Área de cobertura de propuesta.....	58
5.5. Fecha de presentación	58
5.6. Fecha de Culminación.....	58
5.7. Duración de proyecto	58
5.8. Participantes del proyecto	58
5.9. Objetivo general de propuesta.....	58
5.10. Objetivos específicos	59
5.11. Beneficiarios directos.....	59
5.12. Beneficiarios indirectos.....	59
5.13. Impacto de la propuesta	59
5.14. Descripción de la propuesta	59
5.14.1. Ingresos.....	60
5.15. Importancia	77
conclusión	77
Referencias	77
Cuestionario	83
Apéndice B Entrevista.....	86

Lista de tablas

Tabla 1. Proyecto de prefactibilidad	8
Tabla 2. <i>Variable Independiente: Paneles de Alucubond</i>	10
Tabla 3. <i>Variable independiente: Comercialización de paneles de Alucubond.</i>	11
Tabla 4. <i>Cálculo de población</i>	17
Tabla 5. Muestras técnicas	17
Tabla 6. Instrumentos.....	20
Tabla 7. Tamaño de muestra	20
Tabla 8. ¿Qué tiempo contrata usted los servicios de paneles de Alucubond?.....	23
Tabla 9. ¿Cuál opción considera importante para implementar la comercialización de los paneles de Alucubond?.....	24
Tabla 10. ¿Qué tiempo de experiencia debe tener un operario para la instalación de paneles de Alucubond?	25
Tabla 11. ¿Qué grado de calidad debe tener un trabajo de instalación de paneles de Alucubond?	26
Tabla 12. ¿Qué tiempo oportuno para la entrega final de instalación de paneles de Alucubond?	27
Tabla 13. ¿Cuánto dinero puede pagar por el servicio de paneles de Alucubond?....	28
Tabla 14. ¿En qué parte de Guayaquil o Ecuador le gustaría que la empresa brinde el servicio de la instalación de paneles de Alucubond?.....	29
Tabla 15. ¿Cuál es el medio de comunicación debe promocionar los servicios de paneles de Alucubond?	30
Tabla 16. ¿Qué medio de pago debe usar la empresa cobrar los servicios de paneles de Alucubond?	31

Tabla 17. ¿Qué nivel de estudios debe tener un colaborador para que la empresa pueda contratarlo?.....	32
Tabla 18. Maquinarias y equipos	52
Tabla 19. Ingresos	60
Tabla 20. Materiales Directos	60
Tabla 21. Cuadro de inversión	61
Tabla 22. Préstamo del proyecto	61
Tabla 23. Estados Financieros.....	65
Tabla 24. Flujo de Caja	69
Tabla 25. Rentabilidad del proyecto	70
Tabla 26. Tasas de Descuentos	71
Tabla 27. Rubros de costos	71
Tabla 28. Muestras de Punto de equilibrio.....	73
Tabla 29. Muestras de Punto de equilibrio.....	74
Tabla 30. Evaluación Financiera.....	75
Tabla 31. Datos de Costo Beneficio.....	76
Tabla 32. Calculo Costo Beneficio	76
Tabla 33. Análisis de sensibilidad.....	76

Lista de figuras

Figura 1. Fuerzas de Porter	8
Figura 2. Paneles de una cara	8
Figura 3. Paneles doble cara	8
Figura 4. Muestreo Probabilístico.	18
Figura 5. Muestreo no probabilístico	19
Figura 6. Formula.....	20
Figura 7. Tiempo de contrato de servicio.....	23
Figura 8. <i>Opciones importantes para comercialización</i>	24
Figura 9. Grado de Calidad	26
Figura 10. Tiempo de trabajo	27
Figura 11. Pago de servicio	28
Figura 12. Lugar de ventas	29
Figura 13. Medios de comunicación	30
Figura 14. Medios de pagos.	31
Figura 15. Nivel de estudios	32
Figura 17. Gerente General	35
Figura 19. Paneles de Alucubond.....	36
Figura 20. Logo de la empresa	49
Figura 22. Ubicación del establecimiento	51
Figura 24. Organigrama	53
Figura 34. Punto de Equilibrio	72

Capítulo I

1. Problematización

1.1. Tema

Proyecto de prefactibilidad para la creación del nuevo producto “Paneles de Alucubond” de la empresa Alumesa S.A en la ciudad de Guayaquil.

1.2. Antecedentes Generales

Estados Unidos y Europa se los considera como unos los países desarrollados con un avance en economía por medio de empresas que tienen acceso a la prestaciones, se menciona del aumento de sus negocios con las relaciones que hay entre sucursales que tienen, esto con el propósito de tener un acelerado crecimiento no tan solo nacional sino también internacional, hay información donde se habla que existen hechos verdaderos de emprendedores ecuatorianos, competencia de aleaciones que hay dentro del mercado para ser exitoso, mediante la expansión en el mercado internacional utilizando el método de franquicias, la cual usar este tipo de estrategia es rentable en el mercado ecuatoriano. (Almeida, Jullie, 2016, págs. 105 - 108)

En Europa los paneles están compuestos por núcleos de tipo alveolar habituales, Alucubond se encola de modo visco plástico en un proceso de fabricación continua.

Dentro del mercado industrial de vidrios y aluminios se estima el margen bruto del 48% de microempresas que son muy fundamentales para el crecimiento económico del País, es cierto que se encuentra en proceso de desarrollo pero aun así hay microempresas que trabajan duro y siempre tienen en mente mejorar cada producto y servicio que ofrecen al público esto es bueno para la rentabilidad de la propiedad inicial de una localidad determinada, lo que le hace falta a muchas

empresa para seguir mejorando y creciendo, son los conocimientos y preparación profesional acerca de cómo manejar la parte administrativa, muchos trabajan de forma empírica solo por ganar pero a la final ellos pueden obtener mayor productividad con preparación.

El marketing es una buena estrategia que puede ser aplicada tanto en pequeñas, medianas y grandes empresas, esto llama la atención del cliente al momento de ofrecer sus productos o servicios el marketing lo hace novedoso y atractivo y mucho más cuando se ve en alcancen de poder adquisitivo.

El material no es apto a lo frágil, sino ligado al plástico y se resalta por los valores de pegadura de sus capas cubiertas, cada una de sus propiedades en la parte mecánica como es el caso de resistencia.

Muchas son las microempresas y pequeños negocios que necesitan de una inversión inicial, pero muchos no tienen el presupuesto para hacerlo por eso acuden a préstamos a instituciones financieras. Los análisis y estudios de prefactibilidad que se realizan brindan mejores progresos, dentro de un proyecto se proponen lograr resultados de alto crecimiento ya sea cuna se desee ofrecer un producto o servicio, ayudando a mejoras de rentabilidad en la propiedad inicial en la localidad determinada.

1.3. Formulación del problema

Como contribuirá el proyecto de prefactibilidad para la comercialización del nuevo producto “Paneles de Alucubond” de la empresa Alumesa S.A en la ciudad de Guayaquil en el Periodo fiscal 2020?

1.4. Planteamiento del problema

La empresa Alumesa S.A se dedica a la elaboración y comercialización de aluminios y vidrios, con experiencia de 15 años en el mercado industrial ecuatoriano situado en el centro de la ciudad de Guayaquil, lugar que tuvo inicios de ingresos de clientes por el servicio que brinda la empresa, en consecuencia, de la pandemia las ventas han disminuido, desea implementar el proyecto de prefactibilidad para la comercialización el nuevo producto que son los paneles de Alucubond.

Las micro y pequeñas empresas son quienes buscan de la colaboración por parte del Gobierno para invertir en su negocio, personas que no tienen un establecimiento físico de trabajo, antes trabajaban en sus hogares donde realizaron trabajos artesanales sin ayuda de máquinas de cortar, utilizaban como material de trabajo hojas de sierras. El gobierno nacional en Ecuador es quien dan el impulso y apoyo a este tipo de empresas que tiene el pensamiento y objetivo de emprender y salir adelante.

La gerente Sra. Zaida Duarte junto con ayuda de su esposo realizaron un préstamo para la compra de nuevo material y así elaborar los trabajos que los clientes requieren para satisfacer sus necesidades, con la finalidad de recomendar el servicio de la empresa.

El nuevo producto Alucubond será utilizado para la parte exterior e interior de un establecimiento, una de las funciones de este material es la adaptabilidad de todos los campos de la arquitectura, sea público o privados, se determina por la calidad de ser un producto con muy poco peso y a la vez resistente a los cambios climáticos, se instalará con diferentes tecnologías en la parte donde son las fachadas de casas que lo exterior, como la parte interna, lo que divide una oficina, diferentes

tipos de paneles rectos, curvados con iluminación de ambas partes comparada por acrílicos y vinilos que no son con luminaria. (Acart, 2018, pág. 5)

El procedimiento continuo de fabricación permite elaborar placas de hasta nueve mm de longitud con una planeada excelente. Los detalles limpios y constructivamente impecables de las más diversas aplicaciones se pueden realizar fácilmente con las herramientas habituales.

Gracias a sus propiedades especiales, el Alucubond no sólo es idóneo para aplicaciones exteriores como revestimientos de fachadas, cubiertas, balcones, tejados ligeros, etc.

Sino también para las reformas interiores como revestimientos de techos, o en los transportes o la fabricación industrial. Además de su escaso peso y su excelente planeada, el Alucubond brilla por su elevada resistencia a la intemperie, en lo referente al tratamiento de la superficie, se utilizan exclusivamente sistemas de pintura de alta calidad con una resistencia óptima a la intemperie y resistentes a las emisiones industriales.

Las excelentes propiedades del material ayudan a la inspiración y permiten soluciones adaptables a todos los campos de la arquitectura, tanto públicos como privados. Se caracteriza por ser un producto ligero, extremadamente rígido y plano, así como su ductilidad tanto en despieces como en cortes. Tiene gran resistencia a los cambios climáticos, combinados con alta resistencia térmica y a la combustión, sumado al aislamiento acústico.

Las denominadas delanteras de panel de aluminio son un tipo diferente de fachadas de casas que están 100% aceptables para ser utilizadas en todo

tipo de edificios, lo que ha permitido un gran alcance dentro del mercado.

Algunas de las características principales de las fachadas tienen una gran agilidad,

mucha rigidez y una superficie bastante plana. Pueden llegar a ser el distintivo que marque la diferencia a una gran ciudad por su elegancia.

Estos materiales son especiales para ideas y trabajos de diseño artístico urbano, sus usos para exteriores caben destacar un amplio abanico de posibilidades y desgloses, así como diferentes tecnologías de lo más innovadoras tanto en el área de las fachadas de casas ligeras como en los forrados de ventanas y balcones, el montaje de marquesinas o la construcción de cubiertas volantes, aparte de sus posibilidades para los antepechos de las ventanas, etc.

En Ecuador se conoce diferentes paneles e Alucubond de acuerdo a su tamaño: rectos, curvos y compuestos, que van de la vista hasta monumentales, según se requiera. Puede ser con iluminación interna o externa, que en combinación con acrílicos y vinilos auto adheribles logran efectos de iluminación excepcionales y altamente duraderos.

1.5. Preguntas de Investigación

- ¿En qué consiste teóricamente la prefactibilidad de un proyecto?
- ¿Qué aspectos técnicos o financieros debe contener este proyecto de prefactibilidad?
- ¿Cuáles son los costos de inversión para la comercialización de los Paneles de Alucubond?
- ¿Cómo estructurar la viabilidad financiera de un proyecto?

1.6. Delimitación del problema

Campo: Empresarial

Área: Costos

Aspectos: Costos de Inversión y Factibilidad Económica

Tema: Proyecto de prefactibilidad para la comercialización del nuevo producto “Paneles de Alucubond” de la empresa Alumesa S.A en la ciudad Guayaquil.

Espacio: Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui, Ciudadela las Orquídeas

Tiempo: 2021

Línea de Investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.7. Justificación

El presente trabajo implementa el proyecto de prefactibilidad de la comercialización en paneles de Alucubond de la empresa que se ha dedicado en esta rama por más de 15 años, desea implementar la venta de este nuevo producto para aumentar sus ventas que a consecuencia de la pandemia han disminuido sus ventas, la implicación práctica del proyecto es basada en procedimientos de crecimiento dentro del mercado en lo que concierne el sector industrial de la ciudad de Guayaquil, con el fin de dar mejoramiento a los ingresos de una microempresa o a un nuevo negocio, con una ampliación de productos que sean de calidad y alianzas de servicios que logren producir la eficacia y satisfacción del cliente, de tal manera poder alcanzar nuevos mercados, el sector de aluminios y vidrios es conveniente porque da mayor oportunidad de trabajo en ciudadelas, empresas públicas y privadas con instalaciones de trabajo de todo tipo de iluminaria y vidrios en diferentes modelos y colores.

La parte metodológica es representada como la creación de un proceso de crecimiento en el mercado, donde se será constituida como una herramienta esencial de estrategias de promociones que realice la empresa para obtener mayores ingresos y productividad de su negocio con la finalidad de que el proyecto sea viable. La excelencia social del lugar se la aplica en la ciudad de Guayaquil provincia del Guayas, tendrá establecimiento físico donde se podrá realizar sus compras con seguridad, el aspecto de teoría de la empresa realiza la propuesta de habilidades en el marketing durante la existencia de diversificaciones de aluminios que tiene el mercado.

El Alucubond, su material es rígido y liviano se lo describe por ser un producto plano y por la eficacia de sus dimensiones, fue fabricado con aluminio y polietileno, su fabricación según petición del cliente se provee material en diferentes medidas para disminuir desperdicios, debido a nuestra distribución regional se ofrece mejores tiempos de entrega, paneles de colores en medidas:

- 1.25mm x 2.44mm
- 1.25mm x 3.10mm
- 1.25mm X 3.70mm

su espesor:

- 3mm
- 4mm
- 6mm
-

se utilizan maquinarias para cortar, alternar, doblar, asegurar, unir y juntar paneles modulando al tamaño requerido para el diseño del proyecto, diversidad se coloca un rango de colores estándar y acabados de alto provecho en resistencia.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo General

Desarrollar un proyecto de prefactibilidad para la comercialización del nuevo producto “Paneles de Alucubond” de la empresa Alumesa S.A en la ciudad de Guayaquil.

1.8.2. Objetivos Específicos

- Analizar los aspectos teóricos relacionados entre prefactibilidad y comercialización de paneles de Alucubond.
- Identificar la situación actual de la empresa para un mejor desarrollo de estudio financiero de los paneles de Alucubond
- Solicitar un préstamo para la inversión del proyecto de paneles de Alucubond

Conclusión

Dentro del primer capítulo se pudo desarrollar un resumen general donde ayudó a proyectar los objetivos mencionados para conseguir aprobación de este nuevo producto, así poderlo comercializar en el centro de Guayaquil, con la finalidad de llegar a cada cliente e incrementar las ventas de la empresa.

Capítulo II

2. Contextualización

2.1. Marco Teórico

Proyecto de prefactibilidad

“El diagnóstico actual asemeja el problema donde se encierra el análisis de la oferta y demanda del producto para la proyección de este estudio en situación de fundar una mejor inversión de los recursos” (Miranda, 1972, pág. 15).

El presente proyecto de prefactibilidad será de ayuda para realizar un estudio y análisis de toda la información que se recolecte, considerando las variables que determinen su viabilidad, con la finalidad de encontrar mejores estrategias para el éxito del proyecto.

Tabla 1.

Proyecto de prefactibilidad

Prefactibilidad	Detalle
Informes del proceso	Base del proyecto
Estudio de mercado	El Análisis y determinación del proyecto
Estudio Técnico	Proyección de entidades financieras
Estudio Organizacional	Indicadores financieros

Las variables son indicadores que examina la posibilidad del proyecto, recopilando datos e información necesaria para disminuir riesgos de posibles pérdidas de la empresa, de adquiere un préstamo con un valor suficiente que ayude para la inversión inicial, mediante las investigaciones del marco legal de la empresa

e instrumentos requeridos como el estudio del mercado, costos financieros, análisis tecnológico que proyectan las inversiones del proyecto deseado, la inversión para la comercialización de los paneles de la empresa.

Interpretación personal:

En este proyecto de prefactibilidad realiza un estudio que comprende el análisis preliminar de la idea que se necesita conocer en el ámbito comercial y empresarial al recopilar toda la información posible, considerando sus variables, puntos centrales para la determinación de su viabilidad y hacerlo factible.

Cuando se planea realizar una inversión, el estudio de prefactibilidad abarca diversas cuestiones con una investigación de mercado y se debe considerar el aspecto legal y plan financiero.

En concreto, tendríamos que exponer que todo estudio de prefactibilidad cuenta con una estructura que se encuentra conformada por una serie importante de información que permite un estudio para minimizar el riesgo, cuando se planea realizar una inversión, para lograr una investigación de mercado, considerando el aspecto legal y plan financiero, el estudio de prefactibilidad cuenta con una estructura que conforma:

- Estudio de mercado.
- Estudio financiero establece los costos al que hay que hacerle frente para poder sacar adelante la iniciativa deseada.
- Estudio tecnológico, que aborda las inversiones y gastos que hay que llevar a cabo en materia tecnológica para poder realizar el proyecto deseado.

Es precisar con mayor detalle del estudio de campo con la finalidad de encontrar las mejores alternativas en la creación de este proyecto, que sea técnicamente viable para así conocer sus beneficios y posibles fuentes de financiación

Las conclusiones que puede tener un estudio de las características que estamos abordando pueden indicar cuatro medidas diferentes:

- Reformular el proyecto.
- Postergar el citado proyecto.
- Abandonar la idea de manera clara y firme.
- Seguir adelante con el proyecto acometiendo lo que ya hemos mencionado anteriormente como estudio de factibilidad.
- Abandonar la idea de manera clara y firme.

El estudio de mercado

Permite el lanzamiento de un producto o servicio para conocer los puntos claves de gustos y expectativas, mediante un estudio de mercado pueda medir si el producto o servicio es aceptable por proceso de ventas de precio, calidad o características del producto, distribución con el objetivo de obtener clientes potenciales para medir y analizar mejores resultados del target, un estudio de mercado puede hacerse de muchas formas, tiene diversas formas de segmentación.

Se divide en primario o secundario.

Primario:

Los estudios de mercado primarios incluyen pruebas tradicionales y confiables como los focus group - grupos de concentración o prueba, tales como:

- Las encuestas
- Entrevistas
- Investigaciones de campo
- **Observaciones del producto o punto de venta.**

Además, las técnicas del estudio de mercado primario son las más usadas en el mundo del marketing.

Secundario:

Los estudios de mercado primarios incluyen datos obtenidos de otras fuentes que son aplicables al producto nuevo, tiene la ventaja de ser relativamente barato y accesible para todo, la desventaja de este tipo de estudios son resultados que no son específicos en la investigación, debido que los datos utilizados vienen de las tendencias y son difíciles de validar.

4P del Marketing

La empresa emplea un estudio para poder insertar las 4 P del marketing, conocidas como

- Producto
- Precio
- Promoción
- Plaza.

Objetivos del estudio de mercado

El análisis del producto dará información del mismo, no se trata solo de vender, sino saber asesorar y brindar un excelente servicio para que se compre el producto con el objetivo de que los clientes recomienden a otros.

- Plaza, lugar donde se va adquirir el producto
- El precio, el costo directo en el mercado y los clientes que transmiten mensaje, es una manera de estrategia, recomendación para evitar la competencia.
- Publicidad, las forma de transmitir el mensaje.

Toda esta información te ayudará a formar una buena estrategia, identificando las necesidades y objetivos de los diferentes segmentos de mercado.

- Mide el posicionamiento de la marca en el público consumidor, comparando precios con los de la competencia.
- Estar consciente de las desventajas y limitaciones del producto, para un público meta.

Ventajas del estudio

Las ventajas permiten conocer los gustos del cliente, brindando información de cada producto.

Análisis y métricas de los estudios de mercado

Las páginas web y las redes sociales aportan estadísticas que permite saber la edad, el sexo y la zona donde viven las personas que visitan tu sitio online, estos datos ayudar a determinar un análisis del estudio de mercado y son necesarios para crear la estrategia de mercadotecnia.

Pensamientos finales

El estudio de mercado es un proceso a seguir antes de lanzar cualquier producto o servicio para anticipar las reacciones del cliente y la competencia, es decir, sirve para reinventar tu proceso de mercadeo y hacer reestructuraciones que te ayuden a tener un mayor alcance en la audiencia. Hay diferentes herramientas que puedes utilizar para obtener los datos que conformen el estudio de mercado y así construir un plan de mercadotecnia que se ajuste a las realidades del mercado.

Valor actual neto

Donde se calculan los flujos de efectivo en función de tiempo para hallar el valor del costo beneficio e inversiones.

Estudio Técnico

El estudio técnico necesita obtener información de los puntos del producto, de esta forma se conoce gustos de cada cliente para mejorar los aspectos de ventas como, por ejemplo, mejora de precio, promoción, calidad del producto, con aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado.

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización e instalaciones.

Interpretación personal:

El estudio técnico que la empresa Alumesa S.A que va a desarrollar son los objetivos específicos para demostrar la viabilidad de este proyecto de la comercialización de los paneles de Alucubond, en cuanto el número de unidades

vendidas la localización dónde se lo comercializa, mediante el estudio de mercado referente a la necesidad de venta que la empresa requiere por su inversión de los paneles.

Las conclusiones que puede tener un estudio de las características que estamos abordando pueden indicar cuatro medidas diferentes:

- Reformular el proyecto.
- Postergar el citado proyecto.
- Abandonar la idea de manera clara y firme.
- Seguir adelante con el proyecto acometiendo lo que ya hemos mencionado anteriormente como estudio de factibilidad.

El estudio financiero convierte un proyecto de inversión de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad, es parte de un posterior estudio de mercado, la información permite hacer el análisis de riesgos de un proyecto y evalúa su viabilidad.

Información de los datos para un estudio financiero

Se realiza un análisis completo de toda la información, las fuentes a consultar dependerán de si estamos ante una empresa ya en funcionamiento o se trata de un mero proyecto teórico, en el que tendremos que trabajar con datos más estadísticos que reales, es decir para elaborar un documento es importante un análisis de datos, costos laborales, demanda del producto y fuentes de financiación.

Componentes a tener en cuenta al elaborar estudios financieros

Analiza la rentabilidad de un proyecto debemos tener presentes, al menos, los siguientes datos

- Ingresos.

- Balance general proyectado.
- Costos.
- Razones financieras.
- Gastos de administración.
- Punto de equilibrio.
- Gastos de venta.
- Flujo neto de efectivo.
- Gastos financieros.
- Costo de capital.
- Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad

Viabilidad financiera.

El estudio de la viabilidad financiera afirma que los proyectos deben ser evaluados con independencia de las fuentes de financiamiento, observa en la realidad es, que no es fácil conseguir recursos financieros si no se cuenta con garantías reales y que el acceso a créditos para los microempresarios tiene más de una dificultad.

Es decir, ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto, es decir, aquellos con rentabilidad alta, con un riesgo razonable, el estudio de viabilidad financiera muestra las fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, es posible financiar todas las etapas del mismo. Estas fuentes pueden ser propias del capital aportado:

- Por los mismos socios
- Bancos

- Cooperativas de ahorro y crédito
- Fuentes externas

El estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

Interpretación personal: Se conocen las inversiones, de ingresos de operación información que proporciona el estudio de mercado, los costos de operación, impuestos, depreciación. Antes de calcular cuánto te va a costar vender, la financiación que necesitarás, necesitas saber cuánto vas a vender, el volumen de ventas que podrías alcanzar el primer año con tu negocio, y antes de tener en cuenta qué financiación necesitará tu proyecto.

La realización de una correcta previsión de ventas es vital para una empresa pues de ella se deriva el presupuesto de ingresos y de gastos y por consiguiente, las previsiones de fabricación, aprovisionamiento, logística, recursos humanos.

Cálculo de la Viabilidad Financiera

- El margen bruto.

De tus ingresos por ventas tienes que deducir el coste de los productos vendido, de esta manera, cuantificas el margen bruto de explotación. El coste de tus productos se obtiene sumando todos los costes variables los que aumentan proporcionalmente a la producción: materiales y mano de obra de producción.

Cálculo de la Viabilidad Financiera: El coste de oportunidad.

En economía, el coste de oportunidad o coste alternativo designa:

- Coste de la inversión de los recursos disponibles
- Oportunidad económica
- Inversiones alternativas disponibles
- Valor de la mejor opción no realizada.

Se refiere a aquello de lo que un agente se priva o renuncia cuando hace una elección o toma de una decisión. En finanzas se refiere a la rentabilidad que tendría una inversión considerando el riesgo aceptado, para las valoraciones, contrastando el riesgo de las inversiones o la inmovilidad del activo.

Evaluación

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo de oportunidad de los fondos. Por otro lado, también se debe determinar la estructura y condición de financiamiento, y a su vez la afectación del proyecto hacia las finanzas de la entidad, ya que esto determinará si la misma es sujeto de crédito ante la posible necesidad de financiamiento.

En general se puede decir que la evaluación financiera es el estudio que se hace de la información, que proporciona la contabilidad y toda la demás información

Indicadores Financieros

Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Al dividir el activo corriente entre el pasivo corriente, sabremos cuantos activos corrientes tendremos para cubrir o respaldar esos pasivos exigibles a corto plazo.

Valor presente neto (VPN)

El Valor Presente Neto (VPN) o Valor Actual Neto (VAN) es el método más conocido para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero para maximizar la inversión, procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

El Valor Presente Neto (VPN), también conocido como Valor Actual neto (VAN) o Valor Neto Actual (VNA), es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer pérdida o ganancia.

El VPN es, por tanto, una medida del beneficio que rinde un proyecto de inversión a través de toda su vida útil.

Supone el equivalente en unidades monetarias actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen un proyecto.

Valor actual neto (VAN)

Valor presente es también conocido como Valor actual neto (VAN) este es uno de los métodos financieros que tiene como objetivo tomar en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo, consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.

La tasa que éste utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa (K) por la cual los proyectos de inversión no se ejecutan.

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno calcula el valor actual de beneficios igual o mayor a flujos de inversión negativos del proyecto.

Ventajas:

- Toma en cuenta todos los flujos y su distribución en el tiempo.
- Sí pondera intrínsecamente la importancia de la inversión inicial, si el TIR es mayor que K (Cálculo del costo de capital), se garantiza cubrir la inversión, el costo financiero y generar un excelente que incrementa la riqueza de la empresa.

Desventajas:

- No maximiza la ganancia, que es el objetivo de la empresa.
- No conduce a decisiones óptimas ante proyectos con vidas económicamente desiguales, por lo que no se recomienda usarlo.
- Es posible que se presenten varios TIR en un solo proyecto.

Las 5 fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter son fundamentales para la investigación de negocio donde se puede elegir un aumento de recursos para la competencia que tenga una empresa, es ideal para analizar actividades del entorno, de esta forma se conserva las relaciones con productos de aluminios y vidrios. (Costa, 2017, pág. 50)

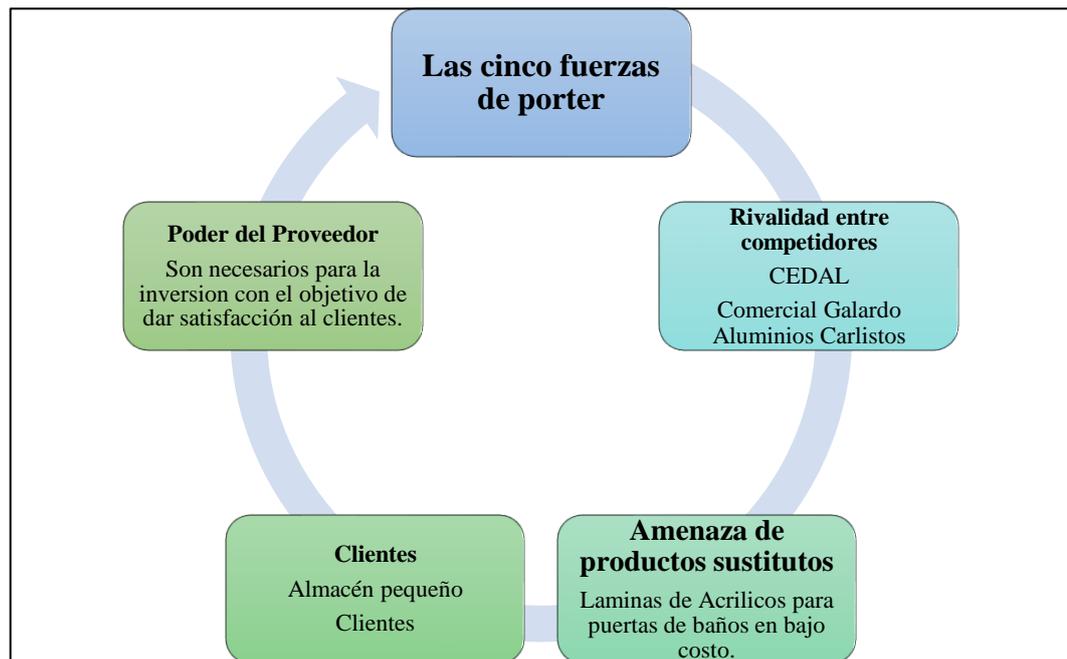


Figura 1. Fuerzas de Porter

En la actualidad la empresa está en constante movimiento dentro del mercado, ellos examinan la dinámica interna para obtener crecimiento en la industria de aluminios y vidrio, implementando las láminas de Alucubond también al entorno en que participa para la satisfacción de los clientes aplicando las habilidades mediante un estudio de mercado.

Tipos de Alucubond

Se describe el panel de Alucubond como dos hojas de aluminio hechas con polietileno, en pintura PPG, está protegida por una capa de KYNAR 500, y con garantía de 15 años de utilidad” (Acart, 2018, pág. 6).

Sus propiedades son que ayuda a la iluminación y permiten soluciones acomodadizas a todas las áreas de la arquitectura ya sea:

- Públicos o privado
- Ligero

- Riguroso

con una gran resistencia a los cambios climáticos, su proceso de instalación es sencilla y puede ser cortado al gusto.

Paneles de una cara

Los Paneles son utilizados en la parte externa de una fachada en edificios, centros comerciales entre otros.



Figura 2. Paneles de una cara

Paneles de Doble Cara

Son usados en la parte interna para divisiones de casa, oficinas, hospitales entre otros.



Figura 3. Paneles doble cara

2.2. Marco Conceptual

Estudio de factibilidad

“Refleja la información completa de los datos de desarrollo en un proyecto para tomar decisiones mediante el desarrollo o implementación de estudio de la información” (Damaris, 2001, pág. 23).

Mercado de Valores

“Se proyecta las transacciones o movimientos de la información de valores disponibles, negociables que para la comercialización” (Córdoba, 2014, pág. 12).

Sistema financiero

Es un conjunto de instituciones que tiene como función principal organizar el mercado y canalizar los recursos financieros desde los agentes financieros excedentarios ahorradores y e inversionistas.

Ofertas

Se las conoce como cantidades de bienes o servicios para que los productores estén dispuestos a vender a los clientes.

Estudio Organizacional

Las organizaciones son entidades sociales que están dirigidas a las metas, diseñadas como sistemas de actividades, estructuradas y coordinadas en forma deliberada y están vinculadas al entorno.

Una Organización es una herramienta que utilizan las personas para coordinar sus acciones con el fin de obtener algo que desean o valoran, es decir, lograr sus metas.

- Principio de la Unidad de Mando

Indica que debe existir un solo mando para puesto existente en la organización.

- Principio del Equilibrio de autoridad-responsabilidad

Precisa el grado de responsabilidad que corresponde a cada nivel jerárquico.

- Principio de Equilibrio y Control

Delega un grado de control para asegurar la Unidad de Operaciones.

- Principio de la definición de puesto

Las actividades y responsabilidades de cada Unidad deben estar por escrito y darse a conocer al colaborador que va a realizar.

2.3. Marco ambiental

Proyecta las formas de reciclaje, este producto no es peligroso ni afecta al medio ambiente para el ciclo de material.

Disponibilidad de instalación

Los paneles de Alucubond convence una gran cantidad de posibilidades sencillas e procesamiento e instalación, el material puede cerrarse, plegarse y curvarse con herramientas de constructores de metal y fachadas de comercialización habitual.

Más de 50 años de experiencia nos dan la seguridad de poderle ofrecer un producto perfeccionado con una calidad permanente. El ALUCOBOND continúa ofreciendo un aspecto exterior de valor conservado, también después de décadas de aplicación de exterior, los grandes costes de mantenimiento que son habituales en muchas de las soluciones alternativas. Si, junto a los costes de la inversión, también

se tienen en cuenta los reducidos costes de mantenimiento y la eficiencia energética, resulta un cálculo que convence por su rentabilidad, especialmente también en grandes proyectos.

Protección contra incendios

Es un material no inflamable y tiene protección contra incendio, cuenta con un airbag que no permite perjudicar estéticamente en una arquitectura.

2.4. Variables

2.4.1. Variable independiente

Proyecto de prefactibilidad

Es donde se elige el proyecto de acuerdo a los estudios técnicos, organizacional y legal tomando en cuenta la inversión que se necesitaría en el proyecto y para la solución al problema formulado de la prefactibilidad mediante la elaboración y evaluación de proyectos que disminuyen los márgenes de los itinerarios de rentabilidad socioeconómica y privada que ayudan a la toma de decisiones de inversión. (Moreno & Miranda, 2012, pág. 95)

La Preparación de Proyectos es el proceso que permite establecer:

- Los estudios de viabilidad técnica
- Económica
- Financiera
- Social
- Ambiental
- Legal

con el objetivo de reunir información para la elaboración del flujo de caja del proyecto para tal efecto las entidades ejecutoras de proyectos deben realizar el

estudio de prefactibilidad para sus proyectos de inversión, para la realización de este se deben aplicar metodologías de Preparación y Evaluación de Proyectos.

2.4.2. Variable dependiente:

Comercialización de Paneles de Alucubond

La comercialización de este tipo de material paneles de Alucubond caracterizado por ser un material rígido, leve, su fuerza, excelente acabado y elaborado por dos láminas de recubiertas de aluminio, un núcleo relleno de agregado mineral.

Utilización

Desde su introducción en el mercado, ALUCOBOND influye en la arquitectura moderna en todo el mundo con diseños de fachadas excepcionales y ya ocupa desde hace mucho tiempo un lugar fijo en la arquitectura de interiores. Como multi talento líder del mercado, ALUCOBOND ha alcanzado grandes éxitos gracias al perfeccionamiento innovador permanente del producto y las superficies. Para nuestro equipo de innovaciones, estos éxitos son un incentivo para continuar desarrollando novedades orientadas en el mercado y herramientas de gran ayuda.

El material para fachadas se distingue por sus excelentes características del producto, como planimetría precisa, diversidad de superficies y colores, así como una excelente plasticidad. La comercialización de este material de paneles de Alucubond es importante ya que son un material Rígido y Ligero, son caracterizados por su fuerza y excelente torsión y flexión.

2.5. Operacionalización de las variables

Tabla 2

Variable Independiente: Proyecto de Prefactibilidad

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
Es lo que contempla a la selección del proyecto de estudio técnico, estudio organizacional y legal con una inversión que necesitaría el proyecto para la solución al problema diseñado de la prefactibilidad mediante la elaboración, evaluación del proyecto las cuales disminuyen los bordes de los indicadores de rentabilidad socioeconómica y de forma privada, aportando a la toma de decisiones de inversión. (Moreno & Miranda, 2012)	Estudio Técnico	Producto Costo Instalación VAN	¿Qué costo tendrá la inversión de este proyecto? ¿Cuál es el costo de Adquisición del cliente? ¿Cuánto es el capital de este proyecto?	Entrevista
	Estudio Financiero	TIR Playback	¿Cuál es el valor del VAN de este proyecto? ¿En qué tiempo se recupera la inversión?	

Tabla 3.

Variable dependiente Comercialización de paneles de Alucubond

Definición	Categoría	Indicador	Ítems	Técnicas
La comercialización de este tipo de material de paneles de Alucubond caracterizado por ser un material rígido, ligero, su fuerza, excelente acabado y elaborado por dos láminas de cubierta de aluminio, un núcleo relleno de agregado mineral, (Castro, 2012)	Estudio Mercado	Producto Control	¿Qué tiempo compra los paneles de Alucubond? ¿Qué precio paga por el servicio? ¿En qué lugar instalaría paneles de Alucubond? ¿Qué medio de comunicación activos para promocionar los paneles?	Encuesta
	Estudio Organizacional	Plaza Promoción		

Conclusión

En este capítulo se analiza el marco legal, marco ambiental con toda la información completa que se refleja en el marco conceptual, donde la oportunidad es de conectar las variables dependientes e independientes con el fin que los resultados sean beneficiosos para la empresa.

Capítulo III

3. Marco Metodológico

3.1. Plan de investigación

Realiza una investigación con diseño de campo para solucionar algún tipo de conflicto que puede llegar a tener la empresa, y es que con un estudio de mercado en la comercialización de paneles de Alucubond se tendrá un costo mejor y adaptable al consumidor, considerando su tiempo de uso y dure más, comparadas con las antiguas láminas de acrílicos en su tiempo de duración, el color amarillo se hacía con el objetivo de tener mayor resultado elaborando teorías y soluciones de estos problemas de renovación e implementación.

Campo

“La investigación de campo es el indicado para recopilar los datos completos de la investigación explorativa, descriptiva y explicativa de hechos reales” (Yepta, 2001, pág. 53).

Bibliográfico

Una investigación bibliográfica o documental es aquella que utiliza textos intelectuales como fuentes primarias para obtener datos, no solamente de una recopilación de datos contenidos

3.2. Tipos de investigación

El desarrollo de la presente utilizará varios tipos de investigaciones que permita determinar el estudio del proyecto de prefactibilidad para la información completa que explique las causas y efectos de las variables.

La empresa Alumesa S.A conoce la importancia de conocimientos relacionados con aluminios y vidrios para analizar los efectos y falla de la empresa,

el problema planteado ayuda a conocer la estadística del incremento de las ventas del nuevo producto paneles de Alucubond.

Conocer la importancia de tener conocimientos relacionados con aluminios y vidrios para analizar los efectos y fallas que tenga la empresa, el problema planteado con ayuda de la investigación explorativa permitirá conocer sobre estadísticas, datos que ayuden con el incremento de ventas con el nuevo producto Paneles de Alucubond

Cuantitativa

Es parte de la recolección de los procesos de datos que ayuda con las preguntas de investigación utilizando un análisis estadístico, con el enfoque cuantitativo que refleja el tema y conclusión de marco teórico orientado a la investigación de datos.

Este enfoque cuantitativo trabaja sobre la base de una revisión de literatura que apunta al tema y da como conclusión un marco teórico orientado a la investigación recolectando datos que derivan las hipótesis que serán sometidas a prueba para probar la veracidad del estudio si estas aportan evidencia en su favor, si se refutan, se descartan en busca de mejores explicaciones y nuevas hipótesis

“Cada resultado obtenido servirá como diseño e instrumentos que mide datos de muestra, análisis de entrevistas abiertas y cerradas” (Cienfuegos, 2007, pág. 18).

Cualitativa

Cuenta hechos reales, interpretando la información por sus procesos de estudios, sistemático y riguroso, cuya dirección se ve reflejada en los datos recopilados.

El enfoque cualitativo puede ser visto a través de diferentes momentos operacionales. Un primer momento considerado como de reflexión en donde todos

los participantes del estudio exponen los diversos elementos que abordan el interés de la investigación. Este hecho facilita la construcción del problema de investigación cualitativa, en segundo momento de análisis a partir de la revisión de la literatura relacionada con la idea de investigación lo que facilita la construcción de la conceptualización teórica que soporta el proceso de investigación.

Mixto

Se mezcla la investigación cualitativa y cuantitativa este tipo de investigación tiene el objetivo de una visión exitosa para el proyecto.

El método de este enfoque mixto busca responder a un problema de investigación desde un diseño concurrente, secuencial, de conversión o de integración según sea los logros planteados, el proceso de investigación mixta implica una recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que se haya considerado para la investigación.

Acorde al proyecto se trabajará con la investigación explicativa porque permite buscar por qué y las causas del problema, que ayudaran a darle una solución que influye en el crecimiento de la empresa.

3.3. Fuentes de investigación

Las fuentes de investigación permiten recopilar y examinar información de datos mediante el análisis de cada tipo de investigación realizada y permiten al investigador tener información evidente para la solución de problemas del proyecto.

Según el autor (Aragón, 1902) menciona que: “Son procedimientos que utiliza la ciencia para obtener datos, técnicas que puede ser directo o indirecto `por medio de entrevistas y encuestas del proyecto” (pág. 15)

Interpretación personal: Son procedimientos específicos que se utilizan en determinadas áreas de la ciencia para la obtención de datos. Las técnicas de investigación se engloban dentro de un método, así, por ejemplo, el método de encuestas comprende técnicas como la entrevista, la observación participativa, etc. Las técnicas de investigación suelen llamarse técnicas de recolección de datos, estos pueden ser directas o indirectas como las entrevistas y las observaciones

Cuestionario

Son las preguntas metodológicas relacionadas con la investigación que ayudan a obtener informaciones reales en una empresa de manera de satisfacer las necesidades de los clientes.

Entrevistas

Es un formato de pregunta que el investigador del proyecto debe formular según la información que desee recopilar con el propósito de obtener respuestas.

Entrevista personal

Es uno de los métodos para evaluar el aparente comportamiento. En una entrevista tanto el entrevistador como el entrevistado persiguen un objetivo, a entrevista es la fase decisiva en el proceso de selección de personal y de ella dependerá el ingreso a un puesto de trabajo.

Preparación para una entrevista:

- Conoce todo lo que puedas de la empresa.
- Repasa tus aptitudes, tu experiencia y tu formación.
- Lleva el currículum y conócelo a la perfección, ya que se basarán en él.
- Hazte una relación de tus puntos débiles.
- Prepara argumentos para defenderlos

Encuestas

Es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos, a través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede.

3.4. Población

Las personas para la investigación que participaran, sus características comunes conocidas como muestras puede ser finita o infinita.

Población infinita

Se la conoce como infinita porque es una población que no puede ser contada, pero es igual de importante para recopilar información.

Población finita

“Al contrario de la infinita esta es contada y fijada por el investigador para obtener información muchas veces confidencial” (Aragón, 1902, pág. 10).

La empresa utilizará la población finita porque si puede contar el número de personas ya que cuenta con un personal, establecimiento físico y clientes que compran los productos.

Cálculo de la población

“Dada la investigación en el Instituto de Estadística y Censos sobre la población y Vivienda del 2020 menciona resultados del 3.645.483 de habitantes en la provincia del Guayas y 2.350.915 en el cantón Guayaquil” (INEC, 2020).

Tabla 4.

Cálculo de población

Datos	Población
Habitantes ecuatorianos	17 ´ 096,789
Cantón Guayaquil, Parroquia Tarqui	2 ´ 350,915

Fuente: Tomado de (INEC, 2020)

3.5. Muestra

Tabla 5.

Muestras Técnicas

Muestras técnicas	Total
Entrevistas	13
Encuestas	371
Total	384

La muestra de este proyecto es de 384 personas, resultado total mediante método específico de la viabilidad del proyecto.

Muestra representativa

Las muestras son familiarizadas por tamaño y características que permite los resultados del resto de la población con un margen de error conocido.

Muestreo Probabilístico

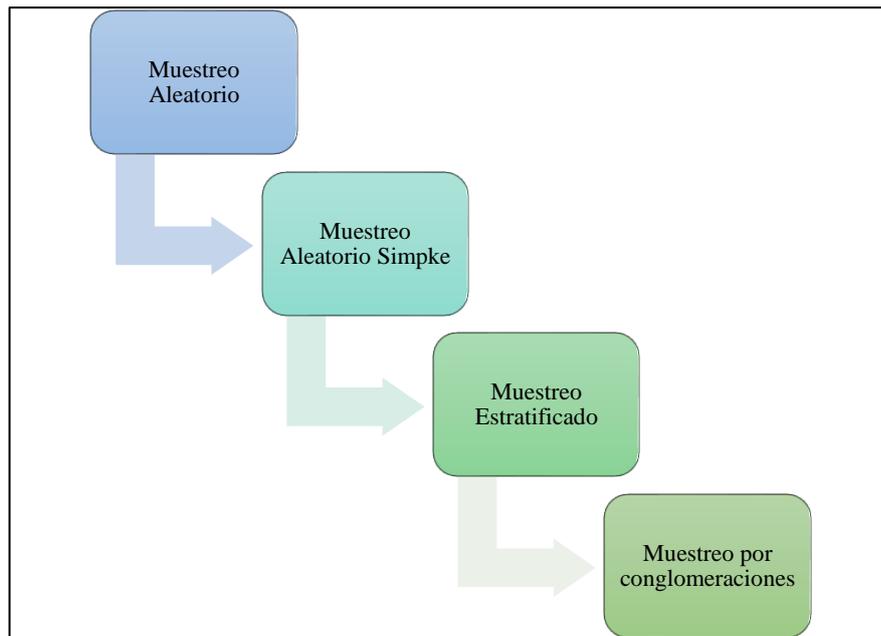


Figura 4. Muestreo Probabilístico.

Muestreo Aleatorio Sistemático

Basado en la selección de cada elemento en función constante, de tal manera se escoge un solo producto del cuatro al diez veces Ej.: Plancha de Alucubond, puerta de baño.

Muestreo Aleatorio Simple

Se basa en los procedimientos en la cual todos los elementos son aleatorio a la selección.

Muestreo por conglomerados

Muestras que son tomadas para la investigación o donde se desea realizar la selección.

Muestreo no probabilístico

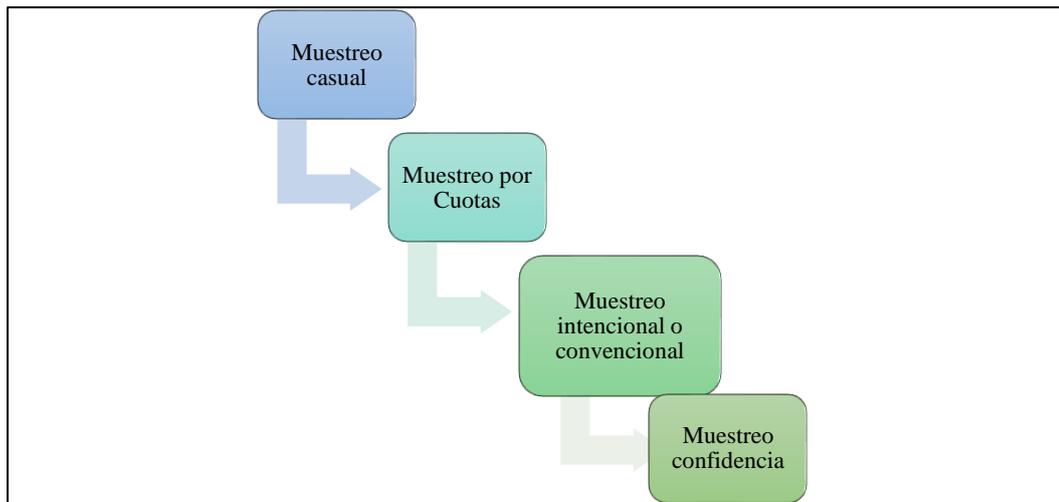


Figura 5. Muestreo no probabilístico

Muestreo casual o accidental

Hace referencia a los procedimientos que permiten elegir de manera libre cada elemento sin un juicio o criterio preestablecidos.

Muestreo intencional o conveniencia

Estos son detallados en los elementos que son escogidos con base de criterio.

Muestra de la Población

En la muestra de población se contará con un tamaño específico que garantice un análisis estadístico en el segmento de mercado.

Tabla 6

Instrumentos

Técnicas	Instrumentos
Encuestas	Cuestionario
Entrevistas	Formulario

Cuestionario: El cuestionario a realizar se basarán en la aplicación al grupo de personas de la muestra seleccionada para la investigación del proyecto.

Encuestas: Las preguntas abiertas o cerradas que se las realizará a los futuros clientes.

Tamaño de muestra

Es la información completa de los datos del Proyecto con las observaciones que refleja el resultado, métodos estadísticos que generan impacto del proyecto.

Tabla 7.

Tamaño de muestra

Parámetro	Valor
N	212.366,50
Z	1,96
P	0,50
Q	0,50
E	0,05

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$

Figura 6. Formula

P: Probabilidad de Éxito: (0.50)

Q: Probabilidad de Fracaso: (0.50)

n: El tamaño de la muestra

N: tamaño de la población total: 272.366,50

Z²: Nivel de Confianza: 95% (1.96)

E²: Margen de Error o Sesgo de Información: 0.05

Se determina que el 100% de la población representa a 2239.191

$$n = \frac{272.366,50 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.5^2 * (272.366,50 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{26\ 691.917}{27\ 236.649,98}$$

$$n = 384$$

Capítulo IV

4. Formulación de proyecto

4.1. Análisis e interpretación de resultados

El presente proyecto fija objetivos claros y por medio del análisis e interpretación de datos se despejaran dudas y se aclarará más el proceso y objetivo al que se desea llegar, visualizando a futuro la situación financiera de la empresa con el fin de satisfacer clientes y lograr una posición en la mente de cada uno, reduce debilidades y potencia las fortalezas con una mejor estrategia para comercializar los paneles de Alucubond mejorando la relación con proveedores, actualizar promociones con nuevos valores y diseño para la venta directa con los clientes, la encuesta determina la viabilidad financiera del proyecto de la empresa Alucubond ubicada en el centro de la ciudad de Guayaquil.

Permite estudiar la competencia para poder reducir posibles debilidades y potenciar nuestras fortalezas teniendo una mejor comercialización e incremento en ventas; como materia prima, proveedores, factores promocionales, costo de fabricación entre otros aspectos.

Se tiene una información mucho más clara y precisa de lo que se desea llevar a la venta y desarrollarlo conforme se presente la investigación, coordinando valores y ventas directas con el público en general, determina la viabilidad financiera en la comercialización del nuevo producto Paneles de Alucubond de la empresa Alumesa S.A en el cantón Guayaquil tomando en consideración las edades comprendidas a partir de los 18 años.

Pregunta 1.- ¿Qué tiempo contrata usted los servicios de Paneles de Alucubond?

Tabla 8

¿Qué tiempo contrata usted los servicios de paneles de Alucubond?

Parámetros	Clientes
Diario	170
Semanal	114
Mensual	16
Anual	84
Total	384

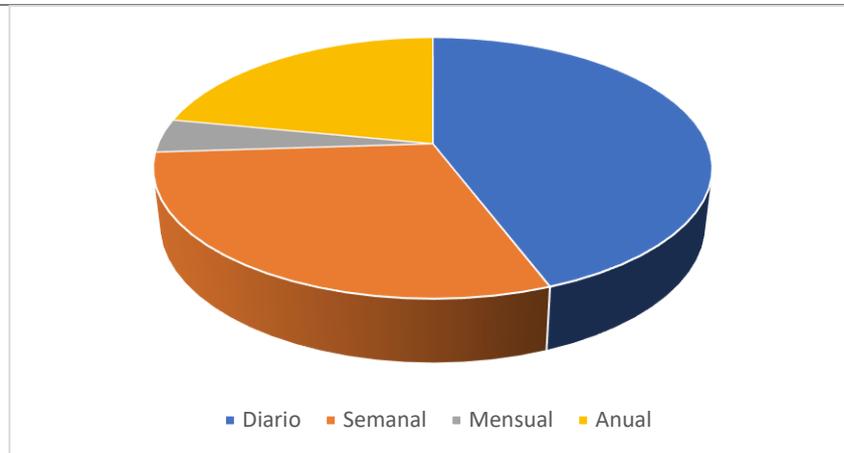


Figura 7. Tiempo de contrato de servicio

Interpretación

170 clientes opinan que el tiempo de contratación de los paneles de Alucubond es muy seguido debido que desean modernizarse, cambiar el ambiente de sus hogares de cada uno.

Pregunta 2.- ¿Cuál opción considera importante para implementar la comercialización de los paneles de Alucubond?

Tabla 9

¿Cuál opción considera importante para implementar la comercialización de los paneles de Alucubond?

Parámetros	Clientes
Precio Accesible	84
Calidad del producto	130
Rapidez del servicio	160
Instalación gratuita	10
Total	384



Figura 8. Opciones importantes para comercialización

Interpretación

160 clientes opinan que la rapidez del servicio y la calidad son importantes a la hora de realizar la instalación de paneles de alucubond de la empresa Alumesa S.A

Pregunta 3.- ¿Qué tiempo de experiencia debe tener un operario para la instalación de paneles de Alucubond?

Tabla 10.

¿Qué tiempo de experiencia debe tener un operario para la instalación de paneles de Alucubond?

Tiempo	Clientes
1 año	128
3 años	200
No necesita experiencia	56
Total	384



Figura 9. Experiencia laboral.

Interpretación

El 52% que equivale a 200 clientes opinaron que para este tipo de instalación debe existir 3 años para evitar cualquier tipo de accidente y que el cliente no quede satisfecho.

Pregunta 4.- ¿Qué grado de calidad debe tener un trabajo de instalación de paneles de Alucubond?

Tabla 11.

¿Qué grado de calidad debe tener un trabajo de instalación de paneles de Alucubond?

Parámetros	Clientes
Alto	200
Medio	56
Regular	128
Total	384



Figura 9. Grado de Calidad

Interpretación

200 clientes opinaron que el grado de calidad que los trabajos sobre los paneles de Alucubond son importantes ya que debe ser un trabajo pulcro y eficaz con la finalidad que la empresa quede bien para que sean recomendados a otros clientes.

Pregunta 5.- ¿Qué tiempo considera oportuno para la entrega final de instalación de los paneles de Alucubond?

Tabla 12.

¿Qué tiempo oportuno para la entrega final de instalación de paneles de Alucubond?

Parámetros	Clientes
En 2 Semanas	284
1 mes	100
Total	384



Figura 10. Tiempo de trabajo

Interpretación

284 clientes opinaron que el tiempo considerado para la entrega de estos trabajos serian con una espera de quince días para un mejor servicio de calidad.

Pregunta 6.- ¿Cuánto dinero puede pagar por el servicio de paneles de Alucubond?

Tabla 13

¿Cuánto dinero puede pagar por el servicio de paneles de Alucubond?

Parámetros	Clientes
\$ 80,00	300
\$ 120	84
Total	384



Figura 11. Pago de servicio

Interpretación

300 clientes dijeron que ellos están dispuestos a pagar \$80 por la instalación de trabajo con paneles de Alucubond.

Pregunta 7.- ¿En qué parte de Guayaquil o Ecuador le gustaría que la empresa brinde el servicio de instalación de paneles de Alucubond?

Tabla 14

¿En qué parte de Guayaquil o Ecuador le gustaría que la empresa brinde el servicio de la instalación de paneles de Alucubond?

Parámetros	Cientes
Sur / Sur	210
A nivel nacional	74
Total	384



Figura 12. Lugar de ventas

Interpretación

El 50% de los clientes si está de acuerdo que la instalación se la haga más en el centro por el movimiento de las personas que tienen conocimiento de este tipo de trabajo.

Pregunta 8.- ¿Cuál es el medio de comunicación debe promocionar los servicios de paneles de Alucubond?

Tabla 15.

¿Cuál es el medio de comunicación debe promocionar los servicios de paneles de Alucubond?

Parámetros	Cientes
Televisión	200
Redes Sociales	184
Total	384



Figura 13. Medios de comunicación

Interpretación

200 clientes opinan que la empresa debería implementar el medio de comunicación donde puedan ofrecer sus servicios deben hacer sus promociones mediante televisión ya que la mayoría son de tercera edad y están acostumbrados.

Pregunta 9.- ¿Qué medio de pago prefiere usted que la empresa tenga para los cobros de sus servicios?

Tabla 16

¿Qué medio de pago debe usar la empresa cobrar los servicios de paneles de Alucubond?

Parámetros	Clientes
Efectivo	100
Tarjeta de Crédito	284
Total	384

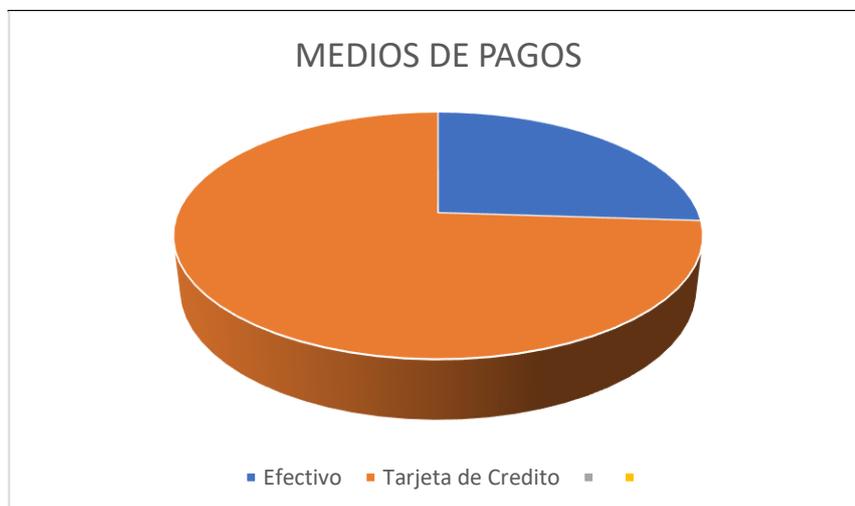


Figura 14. Medios de pagos.

Interpretación

284 clientes prefieren que la empresa tenga el medio de pago con tarjeta de crédito para disminuir los robos que hoy en día se vive mucho la delincuencia a nivel nacional.

Pregunta 10. ¿Qué nivel de estudios debe tener un colaborador para que la empresa Alumesa S.A. pueda contratarlos?

Tabla 17.

¿Qué nivel de estudios debe tener un colaborador para que la empresa pueda contratarlo?

Parámetros	Clientes
Colegio	210
Universidad	174
Total	384



Figura 15. Nivel de estudios

Interpretación

210 clientes opinan que todas las empresas brinden la oportunidad de trabajo a jóvenes para que pongan en práctica sus conocimientos y habilidades.

4.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado permite obtener los resultados de la información de datos que son analizados detenidamente y procesados mediante las herramientas estadísticas para obtener la admisión y aprobación del producto dentro del mercado

industrial, con el estudio de mercado los paneles de Alucubond busca aumentar las ventas por ofrecer un producto novedoso y con vida útil para sus hogares.

4.2.1. Microambiente

Dentro del microambiente se lo realiza mediante la toma de decisiones para elegir estrategias para la comercialización de paneles de Alucubond para el proyecto.

4.2.2. Macroambiente

Identifica los parámetros legales que serán los son importantes para el trabajo, mediante un análisis de los factores económicos, tecnológicos y legales para la empresa.

4.2.3. Oferta

El proyecto busca innovar ofreciendo producto nuevo para el mercado ecuatoriano con algo de alta calidad y con un precio accesible para todos con una instalación gratuita, visita personal en el lugar de la instalación.

4.2.4. Demanda

Es la cantidad de productos que ofrece la empresa y el cliente está dispuesto a pagar la cantidad acordada por ese bien que brinda la compañía con precios bajos para captar clientes potenciales en la cual ellos nos recomienden para lograr incrementar las ventas de la empresa.

4.2.5. Demanda insatisfecha

Se calcula y analiza clientes que han logrado la oferta con expectativas y necesidades de estas personas.

Tabla 18.

Demanda insatisfecha

Años	Proyección de oferta	Proyección de demanda	Demanda insatisfecha
2020	384	10%	266
2021	415	6%	355
2022	448	19%	402
2023	484	19%	466
3024	523	45%	541

La demanda insatisfecha servirá para determinar el alcance de clientes que pueden adquirir el producto final, tomando en cuenta que es un producto nuevo dirigido al sector centro de la ciudad de Guayaquil y con envíos a nivel nacional.

Diseño de producto

Paneles de Alucubond con varios colores

Características del servicio de la empresa

- Instalación gratuita de los paneles de Alucubond, laminas hechas con fibra, existe de una cara y doble cara
- Servicio de calidad y confiable
- Puntualidad en las entregas de trabajos
- Ventas de accesorios para: puertas, ventanas, mallas, ventanales.
- Cortes a la medida que desea el cliente
- Comercialización de paneles de Alucubond (nuevo producto)



Figura 16. Gerente General

Datos de la empresa

Nombre de la empresa	Alumesa S.A
Representante legal	Sra. Zaida Duarte Moncada
Dirección	Av. Quito 2041 e/ Huancavilca
Correo	Alumesa2@gmail.com
Teléfono	0997656340



Figura 17. Paneles de Alucubond

Misión

Alumesa S.A es una empresa dedicada al compromiso con el cliente, que realiza trabajos de fabricación y comercialización de aluminios y vidrios, ofrecemos productos y servicios de valor agregado buscando un crecimiento profesional y desarrollo para nuestros clientes, cumpliendo con leyes, aportes a la comunidad.

Visión

Ser una empresa líder en la comercialización del mercado industrial de aluminios y vidrios a nivel nacional con una expansión internacional, reconocida por ofrecer trabajos de instalación de calidad y satisfacción del cliente.

Determinación de precio

Al precio se lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien”

El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos), el estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito servicio a ofrecer.

En las economías de mercado o de libre competencia el precio está determinado por las relaciones entre oferta y demanda, sus fluctuaciones tienen como límite mínimo el costo de producción, que podría ser rebasado sólo en condiciones excepcionales y si se tiene capacidad de absorber la pérdida.

El precio de venta depende de:

- Elasticidad – precio de la demanda.
- Concepto de mercadotecnia de la empresa.
- Estructura del mercado en cuanto oferta y número de consumidores.

- Fijación de precios oficiales.
- Tipo y naturaleza del mercado y sistema de distribución.
- Estructura de los costos de operación.
- Margen de rentabilidad esperado.
- Los objetivos del análisis de precios son:
- La determinación de cambios basada en cifras indicadoras.
- Determinación e interpretación de la elasticidad del precio.

Aspectos

Una de las decisiones más importantes que debe tomar el gerente está relacionada con la fijación del precio de venta del servicio que ofrecerá, para lo cual se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

Los costos de producción se derivan en materia prima, mano de obra directa, costos indirectos, gastos de administración y ventas, costos de oportunidad e impuestos, entre otros.

Los precios de la competencia, si se tiene en cuenta la sensibilidad del cliente ante una diferencia de precios; de tal forma que, considerando la calidad del servicio que se ofrece, los del proyecto deben estar acorde con los precios del mercado.

Políticas gubernamentales, considerando que los precios pueden ser influenciados por el Estado mediante medidas como impuestos, aranceles, subsidios y otras para proteger o estimular sectores económicos, lo mismo que para desestimular consumos o favorecer a los consumidores

Margen de rentabilidad esperado, asociado con la contribución esperada por el inversionista, a partir de su costo de producción.

La combinación de los anteriores permite la fijación del precio de venta del servicio, que debe ser revisado permanentemente en la medida en que los factores

determinantes se modifiquen, el producto se vende al precio de mercado que surge del equilibrio entre las curvas de oferta y demanda.

Plan de promoción

Realizar campañas publicitarias en radio, periódico y medios digitales promocionar la página web de la compañía, informando los convenios con instituciones públicas y privadas y la inclusión laboral de personal en condición de discapacidad.

Venta personal

- Incrementar las ventas.
- Captar nuevos clientes.
- Implementar vendedores a la empresa.

Promoción

- Dar a conocer los servicios y la empresa.
- Repartir Flyers en conjuntos habitacionales de la ciudad de Guayaquil.

Relaciones públicas

- Capacitar constantemente al personal de la empresa.

Estrategias de mercadotecnia

El punto de partida para definir los proyectos lo constituye la estrategia de mercadeo, que tiene su fundamento en el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones. Su función consiste en seguir la evolución del

mercado de referencia e identificar los diferentes productos-mercados y segmentos actuales o potenciales, sobre la base del análisis de la diversidad de las necesidades a encontrar.

El estudio del proyecto debe considerar el desarrollo de la estrategia de mercadeo del producto. Si bien este tipo de análisis es verdaderamente relevante para los productos diferenciados, puede perder importancia en el caso de las mercancías.

La estrategia de comercialización constituye un aspecto central a la hora de estimar tanto la demanda potencial como los costos iniciales de desarrollo del mercado. Los aspectos relacionados con la comercialización incluyen la publicidad, marcas, embalajes, canales de distribución, etc.

Estudio técnico

Las informaciones técnicas y físicas se transforman en unidades monetarias para el cálculo de las inversiones y la minimización y optimización de los costos. En este sentido, podemos decir que el estudio técnico comprende:

Tamaño del proyecto.

Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño

determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

- Proceso tecnológico.

- Problemas legales.

Localización del proyecto.

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

Un mercado en expansión requerirá añadir nueva capacidad, la cual habrá que localizar, bien ampliando las instalaciones ya existentes en un emplazamiento determinado, bien creando una nueva en algún otro sitio. La introducción de nuevos o servicios conlleva una problemática análoga.

Una contracción de la demanda puede requerir el cierre de instalaciones y/o la reubicación de las operaciones; otro tanto sucede cuando se producen cambios en la localización de la demanda.

La elección de la localización es una decisión compleja en la mayoría de los casos, tanto en sí misma como por sus interrelaciones, aunque es cierto que para algunas empresas ésta viene determinada por un factor dominante que restringe el número de alternativas. En general, la cantidad de factores y de lugares involucrados en el análisis es enorme; si ello es así para compañías de ámbito nacional, lo es mucho más para aquellas que operan a nivel internacional

Por lo que respecta a las firmas pequeñas de nueva creación, éstas se localizan típicamente en el lugar de residencia de su fundador y comienzan a expandirse en su entorno local o regional; las decisiones, por lo general, se basan sobre todo en las preferencias y la intuición del propietario o, en todo caso, en estudios simples de carácter más bien informal. Las grandes empresas, en cambio,

deben considerar muchas alternativas de localización y la decisión que se toma a través de procedimientos formalizados se fundamenta en estudios más amplios y rigurosos, cuya magnitud vendrá influida por la naturaleza y el alcance de la decisión que se ha de tomar.

Factores que influyen en la localización

Las alternativas de las instalaciones deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes factores globales:

- Medios y costos de transporte.
- Disponibilidad y costo de mano de obra.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Factores ambientales.
- Cercanía del mercado.
- Costo y disponibilidad de terrenos.
- Topografía de suelos.
- Estructura impositiva y legal.
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros.
- Comunicaciones.
- Posibilidad de desprenderse de desechos.

Macro localización

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además,

compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto.

Las condiciones básicas de una región son:

- Distancia y acceso a la infraestructura.
- Mercados de venta amplios.
- Disponibilidad de insumos.
- Abastecimientos de energía.
- Industrias conexas y servicios auxiliares.
- Disponibilidad de mano de obra.

Las consideraciones obedecen a políticas gubernamentales de desarrollo regional. Se debe considerar su rentabilidad y factibilidad (propuesta más favorable).

Las preferencias personales están relacionadas con:

- Interés personal a favor de la región para la localización del proyecto
- La macro localización debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

Micro localización

La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa.

Procesos productivos

El proceso es una secuencia de eventos, organizados para lograr resultados predeterminados y reproducibles, después de identificar las actividades que se

realizan dentro de la organización, se procede a la agrupación de éstas en procesos, por lo que un proceso se define como un conjunto de actividades que actúan entre sí, y pertenecen a otros procesos, para así obtener un output material o resultados.

Dentro de la metodología es necesario agrupar las actividades en procesos, para esto es importante tener claro todas las actividades que cada persona realiza, por lo que es necesario el levantamiento de información a través de encuestas hacia los departamentos, en donde se solicite relacionar las actividades que realizan y agruparlas de tal manera que se obtengan procesos.

Posteriormente cuando la información esté procesada, se verifica con los mismos empleados y se obtiene un diccionario de actividades y procesos. Dentro de la empresa existen diferentes clases de procesos, clasifica los procesos en gerenciales, operativos y de soporte.

Gerenciales. - Estos procesos son grupos de actividades que se encargan de diseñar, planear, dirigir, controlar y enlazar los procesos operativos con los de apoyo o soporte, por ejemplo, procesos de: diseño, mercadeo, distribución, planificación etc.

Operativos. - Es el conjunto de actividades que convierten los recursos en bienes o servicios, por lo que se relacionan directamente con la prestación del servicio o la producción del bien, como es el proceso de compras,

- Producción.
- Logística.
- Venta
- Soporte.

Como lo indica en su nombre, es el grupo de actividades que apoyan a los demás procesos, es decir proporcionan recursos para desarrollo de éstos, como pueden ser: proceso de reclutamiento de personal, gestión financiera, mantenimiento físico y tecnológico, entre otros. A continuación, se grafican dos procesos que se aplican en la empresa mediante el diagrama de flujo.

Diseño y distribución de planta

La distribución de planta como el proceso de determinación de la mejor ordenación de los factores disponibles, de modo que constituyan un sistema productivo capaz de alcanzar los objetivos fijados de la forma más adecuada y eficiente posible, el mismo autor plantea cuatro objetivos básicos que debe conseguir una buena distribución de servicios, los cuales son:

- Alcanzar la integración de todos los elementos o factores implicados en la unidad prestadora del servicio, para que funcione como una comunidad de objetivos.
- Procurar que los recorridos efectuados por los materiales y hombres, de operación a operación y entre departamentos sean óptimos, lo cual requiere economía de movimientos, de equipos, de espacio, etc.

- Garantizar la seguridad, satisfacción y comodidad del personal, consiguiéndose así una disminución en el índice de accidentes y una mejora en el ambiente de trabajo.

La distribución que la empresa Alumesa S.A tendrá un espacio requerido para cada servicio que se oferte y el espacio necesario para las distintas operaciones de ventas o el asesoramiento para cada cliente.

Inversiones en activos

Un activo fijo es un bien de la empresa que no puede convertirse en liquidez a corto plazo. Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

Clasificación de activos fijos

El activo fijo se clasifica en dos grupos:

- Tangible, elementos que pueden ser tocados, tales como los terrenos, los edificios, la maquinaria, etc.
- Intangible, que incluye cosas que no pueden ser tocadas materialmente, tales como los derechos de patente, etc. Las inversiones en compañías.

Vida útil

La vida útil de este nuevo producto llamado paneles de Alucubond que comercializara la empresa Alumesa S.A es de 15 años por su material de resistencia, elaborado con láminas externas de aluminios y fibra de PVC en la parte interna.

Factores que influyen la vida útil de un activo fijo:

- El uso
- El tiempo

Adquisición de materia prima

La materia prima que se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, se clasifica como: materia prima directa y pasa a ser el primer elemento del costo de producción. La materia prima que no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, se clasifica como materia prima indirecta y se acumula dentro de los cargos indirectos. La empresa ALUMESA S.A aplica este enfoque para cuantificar el costo de sus procesos para poder ofertar sus servicios, primera función de la empresa para la consecución de sus insumos es la función de compra. Esta primera función la realiza el Área de talento humano, cuyos objetivos principales son:

- Adquirir los materiales, suministros y servicios necesarios de la calidad apropiada.
- Adquirirlos a tiempo para satisfacer las necesidades del personal y hacer que sean entregados en el sitio debido.
- Adquirirlos al costo final más bajo posible

Costos indirectos del proyecto

Los costos indirectos de este proyecto no pueden ser identificados como directamente atribuibles. Pero que sí pueden ser identificados por su sistema de contabilidad como incurridos en relación directa con los costes directos del proyecto.

Plan estratégico empresarial

La empresa ALUMESA diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, planes son a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud, es decir, su tamaño influye en la cantidad de actividades

que debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

La planeación estratégica es el proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado. Su propósito es modelar y remodelar los negocios y productos de la empresa, de manera que se combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorios.

Esta planificación proporciona la dirección que guiará la misión, la visión, los objetivos y las estrategias de la empresa, pues facilita el desarrollo de planes para cada una de sus áreas funcionales. Un plan estratégico completo guía cada una de las áreas en la dirección que la organización desea seguir y les permite desarrollar objetivos, estrategias y programas adecuados a las metas. La relación entre la planificación estratégica y la de operaciones es parte importante de las tareas de la gerencia.

Visión

Visión Ser una empresa líder en la fabricación del mercado industrial de aluminios y vidrios a nivel nacional con una expansión internacional, poder ser reconocida por ofrecer excelentes trabajos de calidad y satisfacción al cliente.



Figura 18. Logo de la empresa

4.2.6. Producto

Son planchas de paneles de Alucubond con diversos colores, hechos de fibra, soporta el agua y sol.



4.2.7. Precio

El precio de cada plancha de Alucubond es de \$40 determina un precio accesible de los productos que la empresa comercializa para los clientes, ofreciendo productos tales como: aluminios, vidrios, accesorios para el proyecto de prefactibilidad

4.2.8. Comercialización

La comercialización de Paneles de Alucubond son asesoradas para que el cliente adquiera el producto, hechos de fibra, con el objetivo incrementar las ventas de la empresa Alumesa S.A ubicada en el centro de Guayaquil, aplicando promociones con un precio accesible a los clientes y así lograr un posicionamiento en la mente del consumidor.

4.2.9. Promoción

Se implementa la promoción de instalación gratuita, los martes locos y descuento para personas de tercera de edad y discapacitados.

4.3. Estudio técnico

Mediante la comercialización de los paneles de Alucubond se determina la factibilidad del proyecto brindando un servicio de calidad.

4.3.1. Dimensión y características

Para este proyecto se detalla la dimensión de la bodega que tiene la medida de 60 x 40 metros cuadrados, por un costo de alquiler \$700 dólares americanos.

4.3.2. Localización del proyecto

Para este proyecto la empresa está ubicada en el centro de Guayaquil Av Quito y Huancavilca, para su comercialización de paneles de Alucubond, espacio de ventas y servicio al público.

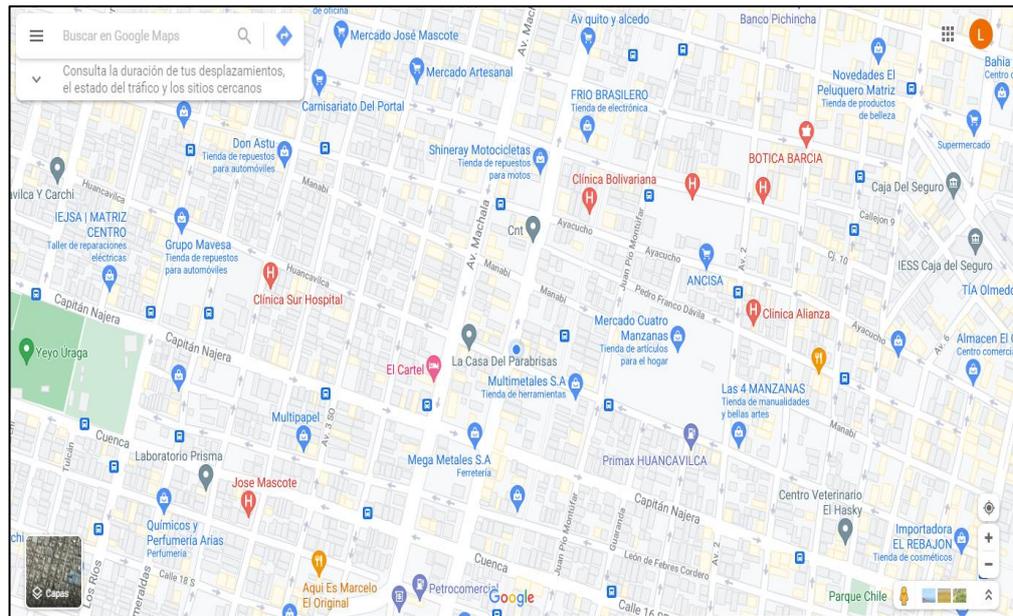


Figura 19. Ubicación del establecimiento

4.3.3. Tecnología del proceso productivo

Esta parte se base en el desarrollo y crecimiento del proyecto en la de equipos indispensable que se utilizan como es la compra de paneles de Alucubond para incrementar las ventas de la empresa, la tecnología permite desarrollar mucho mejor los procesos de elaboración y el crecimiento, reemplazando las antiguas láminas de acrílicos que se usaban por el nuevo producto paneles de Alucubond.

4.3.4. Ingeniería del proyecto.

De manera valiosa se aplica la ingeniería mediante los conocimientos de la rentabilidad en el mercado para el éxito y efectividad del proyecto para la empresa Alumesa S.A

4.3.5. Maquinarias y Equipos

Para poner en marcha el proyecto la empresa requiere de una inversión para incrementar las ventas del negocio del nuevo producto de paneles de Alucubond, proyectando sus costos de activos, precio de adquisición.

Tabla 19.

Maquinarias y Equipos

	Unidad	Costo unitario	Total
Cortadora	\$ 1,00	\$ 7, 234.66	\$ 800.00
Embaladora	\$ 2,00	\$ 250.00	\$ 450.00
Computadoras	\$ 2,00	\$ 600.00	\$ 1,200.00
Sillas Ejecutivas	\$ 2,00	\$ 55.00	\$ 110.00
Copiadoras	\$ 1,00	\$ 120.00	\$ 620.00
Telefonos	\$ 2,00	\$ 150.00	\$ 240.00
Total			\$ 3, 660.00

4.4. Estudio Administrativo

Administración de los elementos adquiridos en la planeación con el objetivo de ubicar el perfil de cada persona que desea entrar en la empresa.

Valores de la empresa

Los valores que practica la empresa es la puntualidad, responsabilidad, tolerancia, trabajo en Equipo, ética profesional, disciplina y respeto para los miembros de la empresa y clientes

4.4.1. Análisis Situacional

Aplica sus objetivos para cumplir las metas del proyecto con la finalidad de incrementar sus ventas con el nuevo producto paneles de Alucubond.

4.4.2. Organigrama

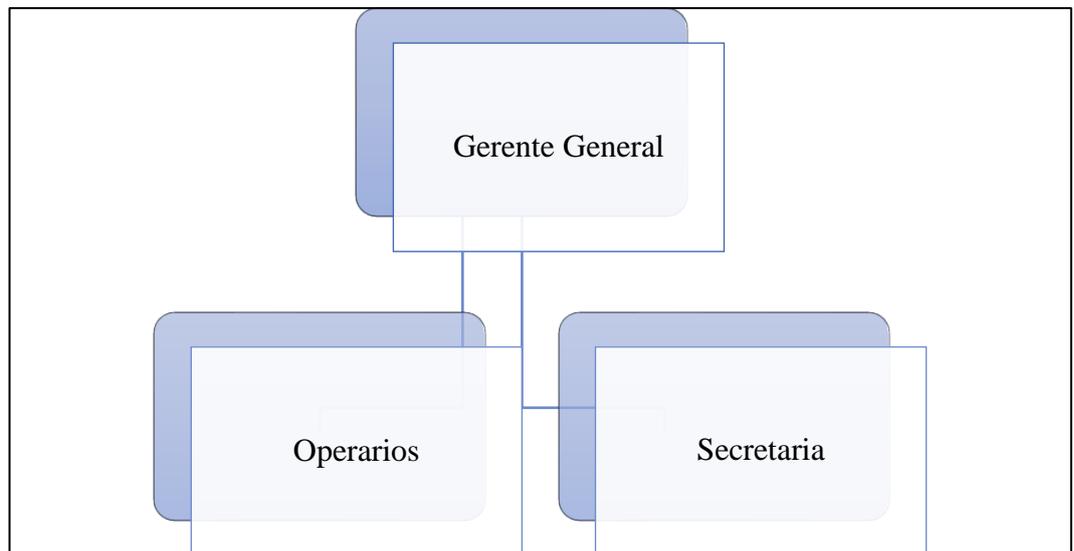


Figura 20. Organigrama

4.4.3. Funciones de Talento Humano

- **Gerente General**

Funciones: Compra de materia prima y Comunicación con los proveedores.

Perfil Requerido: Título Superior, conocimientos en el Administrativa, economía, dirigiendo puestos similares por lo menos 3 años

- **Operario**

Funciones: Respetar los canales de distribución emitidos por el jefe, Coordinar entrega de productos, conocer a sus compradores sobre las diversas promociones, Coordinar con su jefe reuniones semanales y mensuales sobre las ventas.

Perfil Requerido: Título Bachiller, conocimiento en el área Administrativa y experiencia de un año de experiencia.

Habilidades: Proactivo y eficaz

- **Secretaria**

Funciones: Atención diaria de los clientes y proveedores, recepción de correspondencia, controlar y programar la agenda del jefe y despacho de la documentación.

Perfil Requerido: Título Universitario de Administración de empresa, Conocimiento en el área Administrativa, con experiencia **6 meses** de experiencia.

Habilidades: Facilidad de palabras y manejo de documentación de suma importancia

4.5. Marco Legal

Los estatus expuestos en este proyecto se han tomado del marco legal de la República del Ecuador las siguientes leyes:

Ley de pequeña industria (año)

Se considera pequeña industria a todos los predomios de la operación y maquinaria sobre la manual que se dedique a las actividades de transformación, inclusive de forma de materia prima o de productos semielaborados, en finales o intermedio.

El ministerio de industrias y productividad como eje prioritario el apoyo y acompañamiento a las pequeñas y medianos empresarios

para la cual busca desarrollar y ejecutar programas de fomento para estos sectores.

Beneficio

Esta ley otorga 2 tipos de beneficios: Generales o específicos

Los beneficios generales otorgan todas las personas naturales y jurídicas que se acogen al régimen de esta ley, es decir, la pequeña industria estos beneficios son:

- La exoneración del pago del impuesto a actividades como:
- Constitución de compañías
- Reforma a los estatutos de compañía
- Aumento de capital de compañía.
- Exoneración total de los impuestos sobre los activos totales.
- Exoneración del pago de impuestos a la importación de maquinaria, herramientas, equipos y repuestos.
- Exoneración de materia prima siempre que no se produzca en el país.

La limitación o prohibición de importación de artículos similares a los elaborados por las pequeñas industrias o artesanos nacionales.

Los que frecen condiciones satisfactorias de calidad y precios. Las instituciones de crédito de fomento están obligadas a otorgar crédito en condiciones especiales en cinto monto, plazo y tasa de interés o garantía.

El gobierno nacional, las instituciones públicas y privadas gocende beneficios estatales, provinciales o especiales, que participen de fondos públicos por productos y artesanía y de las pequeñas industrias.

Obligaciones

Las obligaciones de Ministerio de Industrias y Productividad son:

- Controlar y exigir el cumplimiento de los compromisos contraídos por talleres de artesanos y pequeñas industrias que gocen de los beneficios de la ley.

- Llevar libros y registros correspondientes.
- Realizar las inspecciones y comprobaciones que sean necesarias para la correcta aplicación de la ley.

4.5.1. Tipo de empresa

Ley de Compañías (1999)

Creada el 5 de noviembre de 1999, publicada con el registro oficial # 312.

Las Pymes debido a su estructura pueden operar como una organización con personas jurídicas o naturales, sin embargo, para aquellas que operan con personas jurídicas deben acogerse a las disposiciones establecidas en la ley de compañías, la cual establece:

La superintendencia de compañías es controlar las empresas del Ecuador que ejerce y vigila el control total de los aspectos jurídicos, societarios, económicos, financieros y contables de las empresas.

Las Pymes deciden constituirse con personas que pueden elegir hasta 5 compañías:

La compañía en nombre colectivo.

La compañía en comandita simple y dividida por acciones.

La compañía de responsabilidad limitada.

La compañía anónima.

Las principales obligaciones que deben cumplir las compañías son: Presentar en el primer cuatrimestre de cada año:

Copias autorizadas de balances general anual y estado de cuentas de pérdidas y ganancias aprobados por la junta general de socios o accionistas.

Conclusión

En este capítulo se refleja todo el trabajo de los procesos técnicos, administrativos y comercial, las funciones de cada miembro de la empresa Alumesa S.A con la ayuda de talento humano, este proyecto de paneles de Alucubond tendrá como objetivo encuestar a 384 clientes del centro de Guayaquil.

Capítulo V

5. Propuesta

5.1. Título de propuesta

Comercialización de paneles de Alucubond de la empresa Alumesa S.A

5.2. Autora de propuesta

Allison Salome Rodríguez Duarte

5.3. Empresa Auspiciante

Ningún Auspiciante

5.4. Área de cobertura de propuesta

Centro de Guayaquil

5.5. Fecha de presentación

Julio del 2020

5.6. Fecha de Culminación

Según el cronograma

5.7. Duración de proyecto

6 meses

5.8. Participantes del proyecto

Clientes

Proveedores

Dueños de la empresa

Autora del proyecto

5.9. Objetivo general de propuesta

Desarrollar un proyecto de prefactibilidad para la comercialización del nuevo producto “Paneles de Alucubond” de la empresa Alumesa S.A en la ciudad de Guayaquil.

5.10. Objetivos específicos

Analizar los aspectos teóricos relacionados entre prefactibilidad y comercialización de paneles de Alucubond.

Identificar la situación actual de la empresa para un desarrollo de estudio financiero de los paneles de Alucubond.

Solicitar un préstamo para la inversión del proyecto de paneles de Alucubond.

5.11. Beneficiarios directos

Empresa

Clientes de Guayaquil

5.12. Beneficiarios indirectos

Clientes a nivel nacional

5.13. Impacto de la propuesta

El impacto de la propuesta de este proyecto beneficia las ventas de la empresa Alumesa S.A mediante la comercialización de los Paneles de Alucubond con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes.

5.14. Descripción de la propuesta

La descripción de la propuesta de este proyecto es comercializar el nuevo producto “Paneles de Alucubond” con varios modelos de paneles, ya sea una cara para trabajos de fachadas o frente de un edificio y paneles de doble cara que son utilizados para trabajos de divisiones internas ya sea para oficinas con la finalidad de incrementar las ventas de la empresa Alumesa S.A por motivos que esta pandemia nos ha afectado a todos a nivel mundial, como empresa se busca seguir manteniéndonos y creciendo en el mercado ecuatoriano.

5.14.1. Ingresos

Los ingresos proyectados en este trabajo tienen como un período de 5 años, basándonos en las ventas de los paneles de Alucubond.

Tabla 20.

Ingresos

Descripción	Proyección de Ingresos				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Paneles de Alucubond	\$ 44.64	\$ 49.10	\$ 51.01	\$ 59.41	\$ 65.35
Ingresos producto	\$ 10, 842.70	\$124, 439.66	\$150, 571.99	\$182, 128.11	\$200, 452.45
TOTAL	\$ 102,887.34	\$124, 488.76	\$150, 631.40	\$182, 187.52	\$200, 517.80

5.14.2. Costos de materiales directos

Este proyecto no tiene MOD, MOI, el total de la MPD y CIF V se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 21.

Materiales Directos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MOD	-	-	-	-	-
MPD	\$ 48, 000.00	\$79, 104.00	\$81, 477.12	\$83, 921.43	\$86, 439.08
MOI	-	-	-	-	-
CIF	\$ 19, 752.00	\$ 20, 344.56	\$ 20, 954.00	\$ 21, 583.54	\$ 22, 231.05
TOTAL	\$ 8,046.00	\$ 8, 287.33	\$ 8, 536.00	\$ 8, 792.08	\$ 9, 055.84
MENSUAL					
TOTAL ANUAL	\$ 96, 552.00	\$ 99, 448.56	\$ 102, 432.02	\$ 105, 504.98	\$ 108, 670.13

5.14.3. Préstamo del proyecto

Para este proyecto se necesita una inversión de \$13.594,23 que nos representa el 60% préstamo se realizara al Banco Elitoral y el 40% corresponde al capital propio, pagando una tasa de interés del 10.21% para la comercialización de paneles de Alucubond

Tabla 22.

Cuadro de inversión

INVERSION TOTAL	\$ 22 ,657.05
Préstamo	\$ 4 ,125.88
Capital de Operaciones	\$ 18 ,531.17
CAPITAL PROPIO	\$ 9 ,062.82

Con 5 años de financiamiento, 60 pagos, 0% de interés de gracia y una tasa del 1.29% que es el resultado del valor de la tasa de interés activa que equivale al 15.50% se lo divide para 12 meses, este proyecto necesita una inversión de \$ 22, 657.05.

Tabla 23.

Préstamo del proyecto

N	Capital	Interés	Total Dividendo	Amortización del Capital
				\$ 13.594,23
1	\$ 151,39	\$ 175,59	\$ 326,98	\$ 13.442,84
2	\$ 153,35	\$ 173,64	\$ 326,98	\$ 13.289,49
3	\$ 155,33	\$ 171,66	\$ 326,98	\$ 13.134,16
4	\$ 157,34	\$ 169,65	\$ 326,98	\$ 12.976,83
5	\$ 159,37	\$ 167,62	\$ 326,98	\$ 12.817,46
6	\$ 161,43	\$ 165,56	\$ 326,98	\$ 12.656,03
7	\$ 163,51	\$ 163,47	\$ 326,98	\$ 12.492,52

8	\$ 165,62	\$ 161,36	\$ 326,98	\$ 12.326,90
9	\$ 167,76	\$ 159,22	\$ 326,98	\$ 12.159,14
10	\$ 169,93	\$ 157,06	\$ 326,98	\$ 11.989,21
11	\$ 172,12	\$ 154,86	\$ 326,98	\$ 11.817,08
12	\$ 174,35	\$ 152,64	\$ 326,98	\$ 11.642,74
13	\$ 176,60	\$ 150,39	\$ 326,98	\$ 11.466,14
14	\$ 178,88	\$ 148,10	\$ 326,98	\$ 11.287,26
15	\$ 181,19	\$ 145,79	\$ 326,98	\$ 11.106,07
16	\$ 183,53	\$ 143,45	\$ 326,98	\$ 10.922,54
17	\$ 185,90	\$ 141,08	\$ 326,98	\$ 10.736,63
18	\$ 188,30	\$ 138,68	\$ 326,98	\$ 10.548,33
19	\$ 190,74	\$ 136,25	\$ 326,98	\$ 10.357,59
20	\$ 193,20	\$ 133,79	\$ 326,98	\$ 10.164,40
21	\$ 195,69	\$ 131,29	\$ 326,98	\$ 9.968,70
22	\$ 198,22	\$ 128,76	\$ 326,98	\$ 9.770,48
23	\$ 200,78	\$ 126,20	\$ 326,98	\$ 9.569,70
24	\$ 203,38	\$ 123,61	\$ 326,98	\$ 9.366,32
25	\$ 206,00	\$ 120,98	\$ 326,98	\$ 9.160,32
26	\$ 208,66	\$ 118,32	\$ 326,98	\$ 8.951,65
27	\$ 211,36	\$ 115,63	\$ 326,98	\$ 8.740,29
28	\$ 214,09	\$ 112,90	\$ 326,98	\$ 8.526,21
29	\$ 216,85	\$ 110,13	\$ 326,98	\$ 8.309,35
30	\$ 219,66	\$ 107,33	\$ 326,98	\$ 8.089,70
31	\$ 222,49	\$ 104,49	\$ 326,98	\$ 7.867,20
32	\$ 225,37	\$ 101,62	\$ 326,98	\$ 7.641,84
33	\$ 228,28	\$ 98,71	\$ 326,98	\$ 7.413,56
34	\$ 231,23	\$ 95,76	\$ 326,98	\$ 7.182,33
35	\$ 234,21	\$ 92,77	\$ 326,98	\$ 6.948,12
36	\$ 237,24	\$ 89,75	\$ 326,98	\$ 6.710,88
37	\$ 240,30	\$ 86,68	\$ 326,98	\$ 6.470,58
38	\$ 243,41	\$ 83,58	\$ 326,98	\$ 6.227,17
39	\$ 246,55	\$ 80,43	\$ 326,98	\$ 5.980,62
40	\$ 249,73	\$ 77,25	\$ 326,98	\$ 5.730,89
41	\$ 252,96	\$ 74,02	\$ 326,98	\$ 5.477,93
42	\$ 256,23	\$ 70,76	\$ 326,98	\$ 5.221,70
43	\$ 259,54	\$ 67,45	\$ 326,98	\$ 4.962,16
44	\$ 262,89	\$ 64,09	\$ 326,98	\$ 4.699,27
45	\$ 266,29	\$ 60,70	\$ 326,98	\$ 4.432,99
46	\$ 269,73	\$ 57,26	\$ 326,98	\$ 4.163,26
47	\$ 273,21	\$ 53,78	\$ 326,98	\$ 3.890,05
48	\$ 276,74	\$ 50,25	\$ 326,98	\$ 3.613,31
49	\$ 280,31	\$ 46,67	\$ 326,98	\$ 3.333,00

50	\$ 283,93	\$ 43,05	\$ 326,98	\$ 3.049,07
51	\$ 287,60	\$ 39,38	\$ 326,98	\$ 2.761,47
52	\$ 291,32	\$ 35,67	\$ 326,98	\$ 2.470,15
53	\$ 295,08	\$ 31,91	\$ 326,98	\$ 2.175,07
54	\$ 298,89	\$ 28,09	\$ 326,98	\$ 1.876,18
55	\$ 302,75	\$ 24,23	\$ 326,98	\$ 1.573,43
56	\$ 306,66	\$ 20,32	\$ 326,98	\$ 1.266,77
57	\$ 310,62	\$ 16,36	\$ 326,98	\$ 956,15
58	\$ 314,63	\$ 12,35	\$ 326,98	\$ 641,51
59	\$ 318,70	\$ 8,29	\$ 326,98	\$ 322,81
60	\$ 322,81	\$ 4,17	\$ 326,98	(\$ 0,00)
	\$ 13.594,23			

Resumen de la Tabla de Amortización

Préstamo: \$ 13,594.23

Período: 5 años

Tasa: 1.29%

Año	Capital	Interés	Total Dividendo	Amortización del Capital
1	\$ 1,951.49	\$ 1,972.32	\$ 3,923.82	\$11,642.74
2	\$ 2,276.42	\$ 1,647.40	\$ 3,923.82	\$ 9,366.32
3	\$ 2,655.44	\$ 1,268.38	\$ 3,923.82	\$ 6,710.88
4	\$ 3,097.57	\$ 826.25	\$ 3,923.82	\$ 3,613.31
5	\$ 3,613.31	\$ 310.50	\$ 3,923.82	\$ 0.00

5.14.4. Estados Financieros

Determina la operación financiera de la empresa que permite saber los ingresos y egresos que tiene mediante las transacciones económicas para obtener el margen bruto de perdidas o ganancias del precio para su viabilidad de la comercialización de paneles

Tabla 24.

Estados Financieros

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO						
ACTIVOS	BG Inicial	2020	2021	2022	2023	2024
CORRIENTE						
Caja - Bancos	\$ 18.531,17	\$ (12.161,97)	\$ (16.095,92)	\$ (6.227,81)	\$ 21.186,09	\$ 69.970,20
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios Materia Prima y Materiales	\$ -	\$ 7.312,12	\$ 7.377,93	\$ 7.444,33	\$ 7.511,33	\$ 7.578,93
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 18.531,17	\$ (4.849,85)	\$ (8.718,00)	\$ 1.216,52	\$ 28.697,41	\$ 77.549,13
FIJO						
Terreno, Construcciones y Adecuaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de Oficina	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00	\$ 780,00
Muebles y Enseres	\$ 690,88	\$ 690,88	\$ 690,88	\$ 690,88	\$ 690,88	\$ 690,88
Vehículo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de Computación	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00
Maquinarias y Equipos Herramientas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ (327,20)	\$ (654,39)	\$ (981,59)	\$ (1.308,78)	\$ (1.635,98)
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 2.390,88	\$ 2.063,68	\$ 1.736,49	\$ 1.409,29	\$ 1.082,10	\$ 754,90

DIFERIDO						
Otros	\$	\$				
Activos	1.735,00	1.735,00				
(-)		\$				
Amortización		(1.735,00)				
Acumulada						
TOTAL	\$	\$				
ACTIVO	1.735,00	-				
DIFERIDO						
TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$	\$
ACTIVOS	22.657,05	(2.786,17)	(6.981,51)	2.625,81	29.779,51	78.304,03
PASIVOS						
CORRIENTE						
Cuentas por pagar		\$	\$	\$	\$	\$
proveedores		7.312,12	7.377,93	7.444,33	7.511,33	7.578,93
Participación		\$	\$	\$	\$	\$
Trabajadores		(4.620,58)	(1.854,84)	1.204,37	4.933,51	9.473,13
Impuesto a la Renta		\$	\$	\$	\$	\$
TOTAL		(5.760,32)	(2.312,37)	1.501,45	6.150,45	11.809,83
PASIVO		\$	\$	\$	\$	\$
CORRIENTE		(3.068,78)	3.210,71	10.150,15	18.595,29	28.861,89
OTROS PASIVOS						
Deuda a Largo Plazo	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	13.594,23	11.642,74	9.366,32	6.710,88	3.613,31	0,00

TOTAL OTROS PASIVOS	\$ 13.594,23	\$ 11.642,74	\$ 9.366,32	\$ 6.710,88	\$ 3.613,31		
TOTAL PASIVOS	\$ 13.594,23	\$ 8.573,96	\$ 12.577,03	\$ 16.861,03	\$ 22.208,60	\$ 28.861,89	
PATRIMONIO							
Capital Social	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	
Aporte socios	\$ 8.962,82	\$ 8.962,82	\$ 8.962,82	\$ 8.962,82	\$ 8.962,82	\$ 8.962,82	
Reserva Legal		\$ (2.042,30)	\$ (2.862,14)	\$ (2.329,80)	\$ (149,19)	\$ 4.037,93	
Utilidad Neta del Ejercicio		\$ (18.380,66)	\$ (7.378,57)	\$ 4.790,99	\$ 19.625,52	\$ 37.684,11	
Utilidades Acumuladas			\$ (18.380,66)	\$ (25.759,22)	\$ (20.968,24)	\$ (1.342,72)	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 9.062,82	\$ (11.360,13)	\$ (19.558,54)	\$ (14.235,22)	\$ 7.570,91	\$ 49.442,14	
TOTAL PASIVO PATRIMONIO	\$ -	\$ 22.657,05	\$ (2.786,17)	\$ (6.981,51)	\$ 2.625,81	\$ 29.779,51	\$ 78.304,03
	\$ -	\$ (0,00)	\$ -	\$ (0,00)	\$ -	\$ -	
				\$ 0,00	\$ (0,00)	\$ -	

5.14.5. Flujo de Caja

Determina la operación financiera de la empresa que permite saber los ingresos egresos que tiene mediante las transacciones económicas para obtener la liquidez del primer año para ver si hay crecimiento que permita la mejora de la empresa y su rentabilidad del proyecto.

Tabla 25.

Flujo de Caja

Flujo de Caja						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
INGRESOS	\$		\$	\$	\$	\$
	82.682,70		100.046,06	121.055,74	146.477,44	177.237,70
(-) Costos de ventas	\$		\$	\$	\$	\$
	87.745,43		88.535,13	89.331,95	90.135,94	90.947,16
Utilidad Bruta	\$		\$	\$	\$	\$
	(5.062,73)		11.510,93	31.723,79	56.341,50	86.290,54
		-6%	12%	26%	38%	49%
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Adm.	\$		\$	\$	\$	\$
	23.568,80		22.027,36	22.222,66	22.419,72	22.618,55
Gastos de Venta	\$		\$	\$	\$	\$
	200,00		201,80	203,62	205,45	207,30
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$		\$	\$	\$	\$
	23.768,80		22.229,16	22.426,27	22.625,16	22.825,85
UTILIDAD OPERACIONAL	\$		\$	\$	\$	\$
	(28.831,52)		(10.718,23)	9.297,51	33.716,34	63.464,70
(-) Gastos Financieros	\$		\$	\$	\$	\$
	(1.972,32)		(1.647,40)	(1.268,38)	(826,25)	(310,50)
utilidad antes de participación a trabajadores	\$		\$	\$	\$	\$
	(30.803,85)		(12.365,63)	8.029,14	32.890,09	63.154,19
Pago Participación Trabajadores	\$		\$	\$	\$	\$
	-		4.620,58	1.854,84	(1.204,37)	(4.933,51)
Pago Impuesto a la Renta e imp.	\$		\$	\$	\$	\$
	-		5.760,32	2.312,37	(1.501,45)	(6.150,45)
(=) Utilidad de ejercicio	\$		\$	\$	\$	\$
	(30.803,85)		(1.984,73)	12.196,35	30.184,27	52.070,23
(+) Ajustes de Depreciación	\$		\$	\$	\$	\$
	327,20		327,20	327,20	327,20	327,20
(+) Ajustes por Amortización	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1.735,00	-	-	-	-	-
(=) EFECTIVO ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	\$(28.741,65)	\$(1.657,53)	12.523,55	30.511,47	52.397,43	52.397,43

ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
Activos Fijos	\$4.125,88					
Activos Intangibles	\$ -					
Capital de Trabajo	\$18.531,17					
FLUJO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	\$ 22.657,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
ACTIVIDADES FINANCIARIAS						
Préstamo Bancario	\$ 13.594,23					
Amortización de Capital		(\$ 1.951,49)	(\$ 2.276,42)	(\$ 2.655,44)	(\$ 3.097,57)	(\$ 3.613,31)
FLUJO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO (=) FLUJO NETO	\$ 9.062,82	\$ (30.693,14)	\$ (3.933,95)	\$ 9.868,11	\$ 27.413,90	\$ 48.784,12
FLUJO DEL PRESTAMO	\$ (13.594,23)	\$ (26.769,33)	\$ (10,13)	\$ 13.791,92	\$ 31.337,72	\$ 52.707,93
FLUJO DEL PROYECTO	\$ (22.657,05)	\$ (14.355,74)	\$ (3.185,97)	\$ 1.635,01	\$ 8.231,48	\$ 16.269,92
FLUJO ACUMULADO	\$ (22.657,05)	\$ 42.582,85	\$ (45.768,82)	\$ (44.133,81)	\$ (35.902,33)	\$ (19.632,41)

Tabla 26.

Rentabilidad del proyecto

RENTABILIDAD DEL PROYECTO	
VAN	\$ 16.560,24
TIR	-10%

Tabla 27.

Tasas de Descuentos

TASAS DE DESCUENTO		INDICADOR	TASA
	MONTO		
EVALUAR LA INVERSION - CAPITAL PROPIO	\$ 9.062,82	MODELO DE FIJACION DE PRECIOS DE ACTIVOS DE CAPITAL	16,19%
EVALUAR CAPACIDAD DE PAGO	\$13.594,23	TASA DE INTERES PRESTAMO	15,50%
EVALUAR RENTABILIDAD DEL PROYECTO	(+) Ajustes por Amortización	COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	14,86%

Tabla 28.

Rubros de costos

RUBRO	MONTO	PARTICIPACION	COSTO FINANCIERO
DEUDA	\$ 13.594,23	75,00%	15,50%
CAPITAL	\$ 9.062,82	20,00%	16,19%
INVERSION	\$ 22.657,05	100,0%	

5.14.6. Evaluación económica

La evaluación económica del proyecto muestra el análisis financiero para la toma de decisiones que necesitan para el éxito del estudio de gastos, inversión mediante el punto de equilibrio de ventas que generen una utilidad.

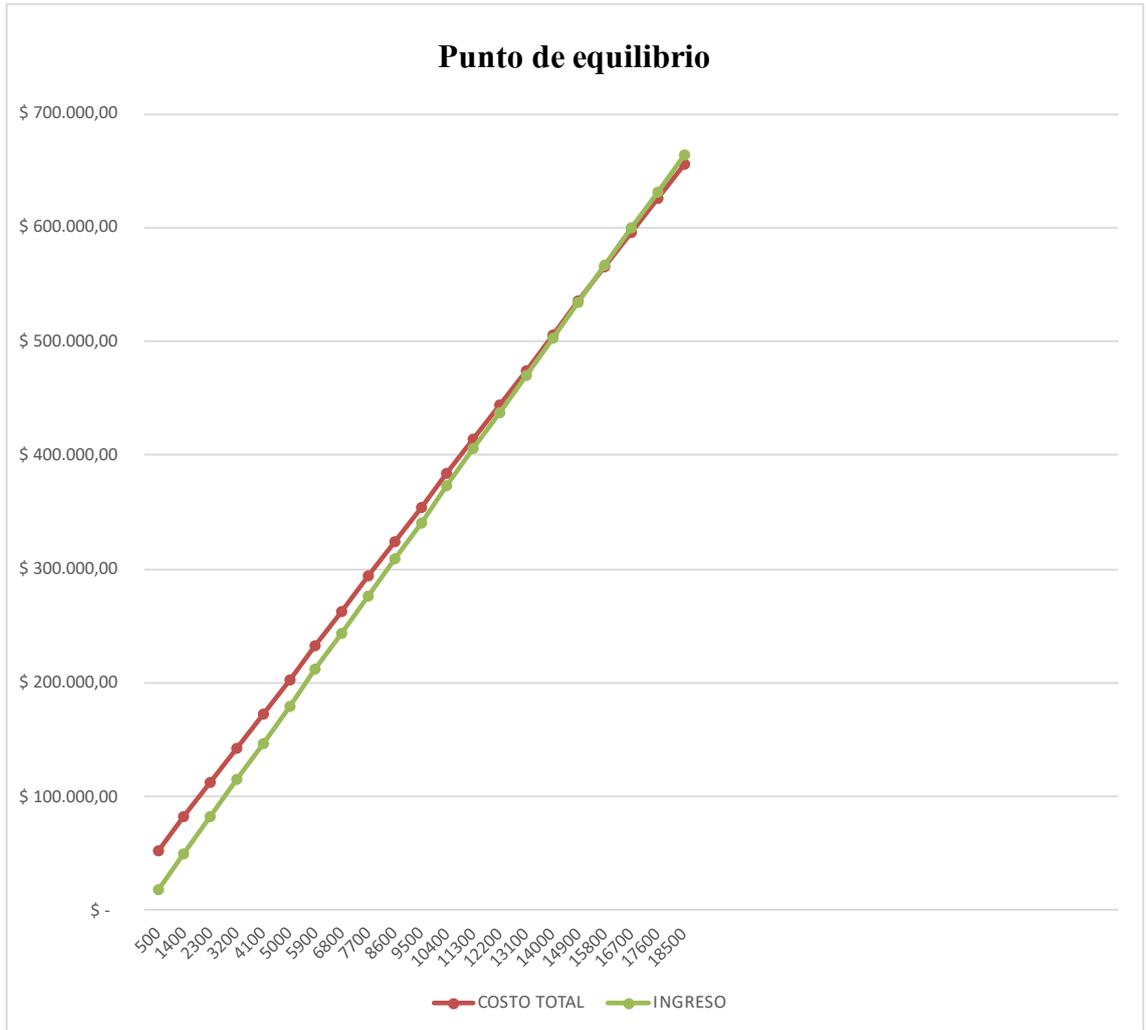


Figura 21. Punto de Equilibrio

Tabla 29.

Muestras de Punto de equilibrio

CANTIDAD	COSTO TOTAL	INGRESO	UTILIDAD
500	\$ 51.651,07	\$ 17.943,29	\$ -33.707,77
1400	\$ 81.866,69	\$ 50.241,22	\$ -31.625,47
2300	\$ 112.082,32	\$ 82.539,15	\$ -29.543,17
3200	\$ 142.297,94	\$ 114.837,08	\$ -27.460,86
4100	\$ 172.513,57	\$ 147.135,01	\$ -25.378,56
5000	\$ 202.729,19	\$ 179.432,94	\$ -23.296,26
5900	\$ 232.944,82	\$ 211.730,86	\$ -21.213,95
6800	\$ 263.160,44	\$ 244.028,79	\$ -19.131,65
7700	\$ 293.376,07	\$ 276.326,72	\$ -17.049,35
8600	\$ 323.591,69	\$ 308.624,65	\$ -14.967,04
9500	\$ 353.807,32	\$ 340.922,58	\$ -12.884,74
10400	\$ 384.022,94	\$ 373.220,51	\$ -10.802,44
11300	\$ 414.238,57	\$ 405.518,43	\$ -8.720,13
12200	\$ 444.454,19	\$ 437.816,36	\$ -6.637,83
13100	\$ 474.669,82	\$ 470.114,29	\$ -4.555,53
14000	\$ 504.885,44	\$ 502.412,22	\$ -2.473,22
14900	\$ 535.101,07	\$ 534.710,15	\$ -390,92
15800	\$ 565.316,69	\$ 567.008,08	\$ 1.691,38
16700	\$ 595.532,32	\$ 599.306,00	\$ 3.773,69
17600	\$ 625.747,94	\$ 631.603,93	\$ 5.855,99
18500	\$ 655.963,57	\$ 663.901,86	\$ 7.938,29

Tabla 30.

Muestras de Punto de equilibrio

CANTIDAD	COSTO TOTAL	INGRESO	UTILIDAD
500	\$ 51.651,07	\$ 17.943,29	\$ -33.707,77
1400	\$ 81.866,69	\$ 50.241,22	\$ -31.625,47
2300	\$ 112.082,32	\$ 82.539,15	\$ -29.543,17
3200	\$ 142.297,94	\$ 114.837,08	\$ -27.460,86
4100	\$ 172.513,57	\$ 147.135,01	\$ -25.378,56
5000	\$ 202.729,19	\$ 179.432,94	\$ -23.296,26
5900	\$ 232.944,82	\$ 211.730,86	\$ -21.213,95
6800	\$ 263.160,44	\$ 244.028,79	\$ -19.131,65
7700	\$ 293.376,07	\$ 276.326,72	\$ -17.049,35
8600	\$ 323.591,69	\$ 308.624,65	\$ -14.967,04
9500	\$ 353.807,32	\$ 340.922,58	\$ -12.884,74
10400	\$ 384.022,94	\$ 373.220,51	\$ -10.802,44
11300	\$ 414.238,57	\$ 405.518,43	\$ -8.720,13
12200	\$ 444.454,19	\$ 437.816,36	\$ -6.637,83
13100	\$ 474.669,82	\$ 470.114,29	\$ -4.555,53
14000	\$ 504.885,44	\$ 502.412,22	\$ -2.473,22
14900	\$ 535.101,07	\$ 534.710,15	\$ -390,92
15800	\$ 565.316,69	\$ 567.008,08	\$ 1.691,38
16700	\$ 595.532,32	\$ 599.306,00	\$ 3.773,69
17600	\$ 625.747,94	\$ 631.603,93	\$ 5.855,99
18500	\$ 655.963,57	\$ 663.901,86	\$ 7.938,29

5.14.7. Evaluación financiera

Este método evalúa la utilidad del proyecto durante el tiempo establecido con el aplicando estrategias para el incremento de las ventas de la empresa Alumesa S.A.

Tabla 31.

Evaluación Financiera

PUNTO DE EQUILIBRIO	A				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio De Venta	35,89	\$ 39,48	\$ 43,42	\$ 47,77	\$ 52,54
(-) Costo Variable	33,57	\$ 34,58	\$ 35,62	\$ 36,69	\$ 37,79
(=) Contribución Marginal	2,31	\$ 4,90	\$ 7,81	\$ 11,08	\$ 14,75
Costos Fijos	34.864,61	35.526,46	36.163,80	36.768,54	37.331,06
Punto De Equilibrio Anual					25
Unidades	15069	7257	4633	3319	30
Punto De Equilibrio Mensual.			3		21
Unidades	1256	605	86	277	1
Punto De Equilibrio Anual.	\$ 540.773,59	\$ 286.491,32	\$ 201.188,94	\$ 158.520,50	\$ 132.933,93
Punto De equilibrio Mensual \$	\$ 45.064,47	\$ 23.874,28	\$ 16.765,74	\$ 13.210,04	\$ 11.077,83

5.14.8. Costo Beneficio

Este método ayuda a reflejar las ventas adquiridas del proyecto que debe tener la empresa Alumesa S.A

Tabla 32.

Datos de Costo Beneficio

Inversión	\$ 22.657,05
Tasa de Descuento	14,86%

Tabla 33.

Calculo Costo Beneficio

Relación Costo Beneficio				
Años	Inversión	Ingresos	Egresos	Flujo Caja
0	\$ (22.657,05)	\$ -	\$ -	\$ (22.657,05)
1		\$ 82.682,70	\$ 113.486,54	\$ (30.803,85)
2		\$ 100.046,06	\$ 112.411,69	\$ (12.365,63)
3		\$ 121.055,74	\$ 113.026,60	\$ 8.029,14
4		\$ 146.477,44	\$ 113.587,35	\$ 32.890,09
5		\$ 177.237,70	\$ 114.083,51	\$ 63.154,19
Suma de Ingreso				\$627.499,64
Suma de Egresos				\$566.595,69
Costos-Inversión				\$589.252,74
Relación Beneficio /Costo				1,064907

5.14.9. Análisis de sensibilidad

Tabla 34.

Análisis de sensibilidad

	Pesimista	Esperado	Optimista
	-5%		5%
PRECIO	34,09	\$ 35,89	37,68
COSTO VARIABLE		\$ 33,57	
COSTO FIJOS		\$9.123,49	
VAN	\$ (4.468,52)	\$ 16.560,24	34.720,07
TIR	-1%	-10%	23%

5.15. Importancia

La importancia de este proyecto es cumplir los objetivos para determinar la viabilidad por los cálculos de ingresos y egresos logrando que el producto tenga aceptación en el mercado para tener clientes potenciales.

5.16. Metas del proyecto

Tener crecimiento económico con el nuevo producto

Posicionarnos en la mente del consumidor

Llegar al mercado internacional

5.17. Finalidad de la propuesta

Tener una mejora de publicidad con el nuevo producto de paneles de Alucubond para la comercialización de la empresa logrando que este proyecto tenga éxito, cumpliendo con las medidas necesarias para recuperar la economía de la empresa que como varias en el país sus ventas han disminuido por la pandemia del COVID.

conclusión

Gracias al punto de equilibrio se puede conocer la cantidad de ventas para generar una utilidad para la empresa, la cual es importante porque mientras más se vende más se gana siempre y cuando los gastos generales sean bien administrados para que la empresa tenga una utilidad ya sea de manera mensual o anual.

Referencias

- Acart. (2018). *Cristal Templado y HERRAJES*. Obtenido de ACART:
<https://www.alucobondmexico.com.mx>
- ACART, E. (03 de Diciembre de 2018). *Evaluación de proyectos*. Obtenido de Panel
Compuesto Alucubond: <https://www.alucobondmexico.com.mx/>
- Almeida, J. (2016). *Administradores del mundo*. Mexico DF.
- Almeida, Jullie. (2016). *Administradores del mundo*. Venezuela.
- Angarica, L. (2013). *Aplicación de un enfoque participativo*. Habana: Nacional .
- Aragón, A. (1902). *Metodología de investigación en pymes*. Obtenido de
Universidad de murcia España:
https://www.auiop.org/reunion_internacional/web/ponencias/Ponencia_Antonio_Aragon_Sanchez.pdf
- Bejar, C. (2018). *Impactos de las inversiones españolas en economías latinoamericanas*. España : Marcial Pons.
- Castro, N. (2012). *Fachadas ventiladas para la disminución de temperaturas en edificaciones residenciales en la ciudad de santa martha*. Obtenido de
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15564/1/Trabajo%20de%20Investigaci%C3%B3n-Natalia%20Castro%20P%C3%A9rez.pdf>
- Cienfuegos, M. (2007). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 7(13). Obtenido de
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200015

Córdoba, M. (2014). *Mercado de valores*. Obtenido de Ecoe, ediciones:

<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/11/Mercado-de-valores-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>

Costa, J. (2 de Junio de 2017). *Análisis de la estrategia competitiva por medio de las cinco fuerzas de porter en la asociación d eproductores agropecuarios*

piuntza nankais para exportación y diversificación de productos. periodo

2016 - 2017. Obtenido de Universidad Católica del Ecuador:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/15453/AN%C3%81LISIS%20DE%20LA%20ESTRATEGIA%20COMPETITIVA%20POR%20MEDIO%20DE%20LAS%20CINCO%20FUERZAS%20DE%20PORTER%20EN%20LA%20ASOCIACI%C3%93N%20D.pdf?sequence=1&isAllowed>

Damaris, R. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos*

ecoturísticos. Obtenido de Proacar/carpas:

https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf

Gonzalez, C. (2014). *Evaluación financiera de proyectos*. Argentina: Universidad de los andes.

INEC. (2020). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-septiembre-2020/>

Mendez, J. (2003). *Valor de la acción*. Colombia: Invdrsiones editoriales.

Miranda. (1972). *Desarrollo de la prefactibilidad*. Estados Unidos.

Moreno, B., & Miranda, K. (Diciembre de 2012). *Estudio de factibilidad para la*

implementación de una empresa dedicada a la elaboración de "panela en la Ciudad d eMilagro". Obtenido de Universidad Estatal de Milagro:

<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/480/3/Estudio%20de%2>

Ofactibilidad%20para%20la%20implementaci%C3%B3n%20de%20una%20
empresa%20a%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20Panela%20en%20la
%20ciudad%20de%20Milagro..pdf

Yebta, P. (2001). *Investigación de campo*. Obtenido de Editorial Trillas:

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/21CAPITULO15.pdf>

APPENDICE

Apéndice A

Encuestas

Propósito: Diagnosticar la opinión de los propietarios para determinar la calidad del servicio a brindar, sobre la comercialización de paneles de alucubond.

Propósito: Analizar la preferencia de los empleados sobre el uso de paneles de alucubond y de los recursos materiales y financieros del proyecto.

Encuesta: Se aplica a través de un cuestionario de carácter anónimo por lo que usted, puede responder con total libertad de criterio y sin ningún compromiso.

De la manera más gentil, le solicito a usted a responder las siguientes preguntas que van a servir para determinar las oportunidades e el mercado que tendría la empresa con elaboración y venta de los paneles de alucubond en la ciudad de Guayaquil.

Atentamente,

Rodríguez Duarte Allison Salome

Estudiantes de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial

Universidad San Gregorio de Portoviejo

Cuestionario



Instrucciones a observar:

- Primero proceda a leer detenidamente todas las preguntas
- Cualquier inquietud preguntar al encuestador
- Utilice bolígrafo de color azul o negro
- Reflexione y analice las respuestas
- Escoja una sola alternativa por pregunta, marcando con una (*) su respuesta

Variable Dependiente: Comercialización de Paneles de Alucubond

Edad

- ✓ 30-35
- ✓ 35-40
- ✓ 45-49
- ✓ 50- adelante

Pregunta #1.- ¿Con que frecuencia contrata usted los servicios de

Paneles de Alucubond?

Muy Frecuente
Frecuente
Ocasional
Nunca

Pregunta #2.- ¿Cuál de los siguientes aspectos considera importante para implementar la comercialización de los paneles de Alucubond?

Precio accesible
Calidad del producto
Rapidez del servicio
Instalación gratuita

Pregunta #3.- ¿Qué tiempo de experiencia considera usted que debería tener un operario para este tipo de instalación de paneles de alucubond?

Mínimo 1 año

3 años

No necesita experiencia

Pregunta #4.- ¿Qué grado de eficaz deberá tener los trabajadores de la empresa Alumesa S.A. para entregar un trabajo de Paneles de Alucubond?

Alto

Medio

Regular

Pregunta #5.- ¿Qué tiempo de capacitaciones cree usted que debería hacer la empresa para sus operarios para este proyecto de paneles de alucubond?

Semanal

Quincenal

Mensual

Semestral

Pregunta #6.- ¿Usted cómo cliente, que cantidad de dinero está dispuesto a pagar por el servicio de paneles de alucubond?

\$80

\$120

\$200

Depende del trabajo

Pregunta# 7.- ¿En qué parte de Guayaquil o Ecuador le gustaría que la empresa brinde el servicio de instalación de paneles de alucubond?

Centro

Sur

Todo guayaquil

A nivel nacional

Pregunta #8.- ¿Cuál es el medio de comunicación que le gustaría que la empresa de a conocer sus promociones o servicios que brinda la empresa

Alumesa S.A.?

Radio

Televisión

Internet

Pregunta#9.- ¿Qué medio de pago prefiere usted que la empresa tenga para los cobros de sus servicios?

Tarjeta de crédito

Deposito / transferencia

Efectivo

Pregunta #10. ¿Qué nivel de estudios debe tener un colaborador para que la empresa Alumesa S.A. pueda contratarlos?

Colegio

Universidad

Magister

NOTA: 1 es Nada interesante y 5 es Muy interesado.

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta.

Rodriguez Duarte Allison Salome
C.C. 0924365067

Apéndice B

Entrevista

Ciudad:

Fecha:

Lugar:

Hora de inicio:

Hora finalización:

Nombre del entrevistado:

Cargo del entrevistado:

Nombre del entrevistador:

Objetivo: Analizar la opinión de dueños de empresa que deseen el producto relacionadas con aluminios y vidrios o paneles de tumbado demás posibles lugares en que se expandirá las láminas de alucubond, para que muestren su criterio en cuanto a aceptación, calidad, presentación y precios del producto

Variable Independiente: Proyecto de Prefactibilidad

Formulario

1. Como considera la demanda del nuevo producto de Paneles de Alucubond?

Sería un incremento espectacular para empresa poder vender a grandes empresas cajas los paneles de alucubond, mientras más clientes compren, la utilidad incrementa.

2.- Como considera la oferta del nuevo producto de Paneles de Alucubond?

La empresa debe tener en cuenta que como producto nuevo debe tener un precio accesible, primero para tener clientes potenciales y segundo porque se podrá recuperar la inversión con facilidad, recordando que cada cliente tendrá un asesoramiento personalizado para cerrar trato de la venta o instalación de un trabajo.

3.- Considera Ud. que son accesibles los costos de los servicios del nuevo producto de Paneles de Alucubond?

Al ser una empresa de servicios que no tiene mayores costos en la generación del producto, es decir, como es un producto nuevo debe tener un precio accesible, por la crisis económica actual del país los costos deben ser razonables y totalmente acorde al bolsillo de los clientes por la crisis mundial que ha causada esta pandemia.

4.- Considera Ud. que son accesibles los costos de instalación del nuevo producto de Paneles de Alucubond?

En este caso la empresa brinda el servicio de instalación de manera gratuita, se necesita ganar clientes, se necesita vender con dichos resultados se logrará invertir y tener utilidad.

5.- ¿Cuáles son las principales características que un inversionista debe considerar para satisfacer sus necesidades para este tipo de proyecto?

- Estudia el mercado
- Considera los créditos bancarios
- Analiza su crecimiento
- Trabaja con personas serias y es paciente.