



UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CUENCA

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACION**

**CARRERA DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA CREAR UNA EMPRESA  
DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS:  
VENTANAS EN ALUMINIO Y VIDRIO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN EMPRESAS**

**AUTORES: DAVID ISMAEL FAJARDO LAINEZ**

**VICTOR FERNANDO ZAMBRANO QUINTANA**

**DIRECTOR: ING. FLOR ISABEL SALAZAR VAZQUEZ**

**LA TRONCAL – ECUADOR**

**2022**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA**

*Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo*

**UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACION**

**CARRERA DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA CREAR UNA EMPRESA  
DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS:  
VENTANAS EN ALUMINIO Y VIDRIO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADO EN EMPRESAS**

**AUTORES: DAVID ISMAEL FAJARDO LAINEZ**

**VICTOR FERNANDO ZAMBRANO QUINTANA**

**DIRECTOR: ING. FLOR ISABEL SALAZAR VAZQUEZ**

**LA TRONCAL – ECUADOR**

**2022**

**DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO**

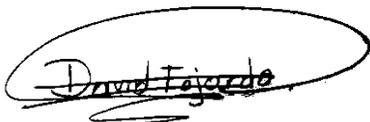
## Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

**David Ismael Fajardo Láinez**, portador de la cédula de ciudadanía N° **0303157788** y **Víctor Fernando Zambrano Quintana**, portador de la cédula de ciudadanía N° **0302210752** declaramos bajo juramento que en el trabajo denominado “**Estudio de Mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos: ventanas en aluminio y vidrio**” nos hacemos responsable sobre las opiniones, versiones e ideas allí expresadas.

Declaramos que el mismo ha sido elaborado respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximimos a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto.

Declaramos finalmente que nuestra obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos, y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación sobre la que también nos responsabilizamos y eximimos a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

La Troncal, agosto de 2021



F.....

**David Ismael Fajardo Láinez**

**C.I. 0303157788**



F: .....

**Víctor Fernando Zambrano Quintana**

**C.I. 0302210752**

## Certificación



---

### UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN CARRERA DE EMPRESAS UNIDAD DE TITULACIÓN

La Troncal, 26 de enero del 2022

**Sección:** UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN  
**Asunto:** Aprobación de presentación del Trabajo de Titulación

Señor Ingeniero  
Carlos Patricio Orellana Orellana, MBA  
UNIDAD DE TITULACIÓN  
UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

De mi consideración:

El suscrito tutor del trabajo de titulación, con un atento y cordial saludo me dirijo a usted para desearle éxitos en sus funciones diarias, y a su vez certificar que el trabajo titulado "ESTUDIO DE MERCADO PARA CREAR UNA EMPRESA DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METALICOS, VENTANAS EN ALUMINIO Y VIDRIO." desarrollado por el(la/los) estudiantes: David Ismael Fajardo Laínez, Víctor Fernando Zambrano Quintana con número de cédula 0303157788, 0302210752, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad Católica de Cuenca.

Particular que pongo su conocimiento para los fines legales consiguientes, suscribo, no sin antes exteriorizar nuestra consideración.

Atentamente,  
DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



ING. FLOR SALAZAR VÁZQUEZ  
DOCUMENTO FIRMADO  
DIGITALMENTE  
LA TRONCAL - ECUADOR  
2022-01-04 20:27:05.00

SALAZAR VÁZQUEZ FLOR ISABEL  
TUTOR(A)

## **Dedicatoria**

Este proyecto está dedicado a mi mamá, Sra. Maritza Isabel Laínez Castro, a mi esposa Solange Mishel Vera y a mi familia por el apoyo, confianza y motivación brindada para alcanzar este objetivo con humildad y autenticidad.

Por la seguridad de mi familia sembrada en el camino hasta obtener esta meta que parecía inalcanzable, pero gracias al apoyo y bendición del Padre Celestial se ha logrado.

Perseverando día a día se fueron acortando los años de estudios y hoy siento una enorme felicidad que regocija mi vida.

**David Ismael Fajardo Laínez.**

Dedico mi mayor logro en el ámbito educativo a Esther Elisabet Quintana Romero, mi madre y a Víctor Olibo Zambrano Sánchez, mi progenitor, quienes me han brindado su apoyo desde el primer día que empecé esta carrera universitaria. Sin el apoyo de ellos no podría haber alcanzado tan anhelado título profesional.

Por su paciencia, los consejos brindados, por el empuje diario cuando quería renunciar porque el camino se tornaba difícil. Gracias a Dios por la sabiduría e inteligencia para guiarme hasta alcanzar este objetivo que alegra mi vida y la vida de todos mis seres queridos.

**Víctor Fernando Zambrano Quintana**

## **Agradecimiento**

Agradezco en primer lugar a Dios por la Fortaleza diaria, por la bendición de tener a mis padres en este momento tan importante de mi vida que es alcanzar este objetivo profesional que desde niño anhelaba.

A mi prestigiosa Universidad Católica de Cuenca, directivos y docente que se convirtieron en forjadores de mi carrera universitaria, a los miembros del taller de aluminio y Vidrio el Palacio del cristal por la apertura brindada.

**David Ismael Fajardo Laínez.**

Esta noble universidad me brindó la oportunidad de desarrollar mi carrera profesional, las oportunidades dentro de sus aulas de clase para desarrollar mis conocimientos obteniendo las herramientas necesarias para lanzarme al mercado profesional, a mis maestros por la paciencia, les agradezco de corazón.

Parecía inalcanzable este objetivo y lo conseguí, es mi primer paso hacia la profesionalización, a seguir preparándome para desarrollar las habilidades que requiere el campo laboral. Infinitas gracias a todos, familia, directivos de esta universidad y, por último, pero no menos importante, a los docentes que fueron parte de este proceso educativo.

**Víctor Fernando Zambrano Quintana**

## **Resumen**

La presente investigación tendrá como objetivo principal el realizar un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio en el cantón La Troncal, provincia del Cañar. Se fabricarán diversos tipos de ventanas de buena calidad y precios accesibles para la comunidad que los adquiere para satisfacer sus necesidades de construir sus viviendas.

La empresa será la principal promotora de determinar la producción de las ventanas con sus batientes, las corredizas, las guillotinas, las giratorias, las de tipo fuelle y acordeón. Para la fabricación utilizarán técnicas altamente calificadas y herramientas especiales para que los productos tengan la calidad requerida y cubra a tiempo las necesidades determinadas por el sector de construcciones de las viviendas para la comunidad del cantón La Troncal.

Mediante el análisis del mercado se involucrara el público objetivos y sus necesidades, también la funcionabilidad de las estrategias del marketing mix aplicadas en la cuatro P (producto, precio, plaza y promoción) y el desarrollo de rentabilidad de acuerdo a la oferta y demanda dentro de la segmentación de mercado de la empresa ALUVIDRIO del Cantón La Troncal.

*Palabras clave:* Producción, Estrategias, Promoción, Plaza.

## **Abstract**

The main objective of this research will be to carry out a market study to create a company for the manufacture of metal products, aluminum windows, and glass in the canton of La Troncal, province of Cañar. Different types of good quality windows and affordable prices will be manufactured for the community that acquires them to satisfy their needs to build their homes. The company will be the principal promoter of determining the production of windows with their casements, sliding, guillotine, revolving, bellows, and accordion-type. For the manufacture, highly qualified techniques and special tools will be used so that the products have the required quality and timely cover the needs determined by the housing construction sector for the community of La Troncal canton. Through market analysis, the target audience and their needs will be involved, as well as the functionality of the marketing mix strategies applied in the four Ps (product, price, place, and promotion) and the development of profitability according to supply and demand within of the market segmentation of the company ALUVIDRIO from Canton La Troncal.

*Keywords:* production, strategies, promotion, place

La Troncal, 8 de abril 2022

**EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO**

## Índice General

|   |    |
|---|----|
| Declaratoria de Autoría y Responsabilidad ..... | 3  |
| Certificación .....                             | 4  |
| Dedicatoria.....                                | 5  |
| Agradecimiento .....                            | 6  |
| Resumen .....                                   | 7  |
| Abstract.....                                   | 8  |
| Índice de Tablas.....                           | 12 |
| Índice de Figuras .....                         | 13 |
| Introducción.....                               | 14 |
| Capítulo I.....                                 | 16 |
| Planteamiento del Problema .....                | 16 |
| 1.1. Descripción .....                          | 16 |
| 1.2. Antecedentes .....                         | 17 |
| 1.3. Preguntas de Investigación .....           | 18 |
| 1.3.1. Pregunta General .....                   | 18 |
| 1.3.2. Preguntas Específicas .....              | 18 |
| 1.4. Objetivos .....                            | 19 |
| 1.4.1. Objetivo General.....                    | 19 |
| 1.4.2. Objetivos Específicos .....              | 20 |
| 1.5. Justificación .....                        | 20 |
| 1.5.1. Justificación Social.....                | 20 |
| 1.5.2. Justificación Ambiental .....            | 21 |
| 1.5.3. Justificación Productiva.....            | 21 |
| 1.6. La Empresa .....                           | 21 |
| 1.6.1. Actividad Económica .....                | 21 |
| 1.6.2. Reseña Histórica.....                    | 22 |
| 1.6.3. Misión.....                              | 22 |
| 1.6.4. Visión.....                              | 22 |
| 1.6.5. Valores.....                             | 23 |
| 1.6.6. Objetivos de la Empresa.....             | 23 |

|                    |   |    |
|--------------------|---|----|
| 1.6.7.             | Estructura Organizacional .....                                       | 24 |
| 1.6.8.             | Ubicación.....  | 24 |
| 1.6.9.             | Aspecto Legal.....  | 25 |
| Capítulo II.....   |   | 31 |
| 2.                 | Marco Teórico .....   | 31 |
| 2.1.               | Estudio de Mercado .....  | 31 |
| 2.1.1.             | Segmentación de Mercado.....  | 31 |
| 2.1.2.             | Mercado.....  | 31 |
| 2.2.               | Proceso de Fabricación .....  | 32 |
| 2.2.1.             | Productos metálicos.....  | 32 |
| 2.2.2.             | Descripción de la fabricación de proceso de productos metálicos. .... | 32 |
| 2.2.3.             | Proceso de la fabricación de los productos metálicos: .....           | 33 |
| 2.2.4.             | Proceso del Vidrio .....  | 33 |
| 2.2.5.             | Tipo de Vidrio .....  | 34 |
| 2.3.               | Descripción del Aluminio.....   | 34 |
| 2.3.1.             | Productos de aluminio. ....   | 35 |
| 2.4.               | Público Objetivo .....  | 36 |
| 2.4.1.             | Características del Publico Objetivo.....                             | 36 |
| 2.5.               | Marketing Mix .....   | 37 |
| 2.5.1.             | Producto.....   | 38 |
| 2.5.2.             | Precio.....   | 38 |
| 2.5.3.             | Plaza.....  | 39 |
| 2.5.4.             | Promoción.....  | 39 |
| 2.6.               | Análisis de la Oferta.....  | 41 |
| 2.6.1.             | Factores de la Oferta.....  | 41 |
| 2.7.               | Análisis de la Demanda. ....  | 42 |
| 2.7.1.             | Estructura del Análisis de la Oferta y Demanda.....                   | 42 |
| 2.8.               | Demanda Insatisfecha .....  | 43 |
| Capítulo III ..... |   | 44 |
| 3.                 | Metodología de la Investigación.....                                  | 44 |
| 3.1.               | Diseño de la Investigación. ....                                      | 44 |

|                               |  |    |
|-------------------------------|--|----|
| 3.2.                          | Enfoque de la Investigación.....                 | 44 |
| 3.2.1.                        | Enfoque Cuantitativo.....                        | 44 |
| 3.2.2.                        | Enfoque Cualitativo.....                         | 45 |
| 3.3.                          | Tipos de Investigación.....                      | 45 |
| 3.3.1.                        | Investigación Descriptiva.....                   | 45 |
| 3.3.2.                        | Investigación Documental.....                    | 46 |
| 3.4.                          | Técnicas de Investigación.....                   | 46 |
| 3.5.                          | Población y Muestra.....                         | 47 |
| 3.6.                          | Análisis e Interpretación de los Resultados..... | 50 |
| Capítulo IV                   | .....  | 59 |
| 4.                            | Propuesta.....                                   | 59 |
| 4.1.                          | Tema.....  | 59 |
| 4.2.                          | Introducción.....                                | 59 |
| 4.3.                          | Justificación.....                               | 60 |
| 4.4.                          | Estudio de Mercado.....                          | 61 |
| 4.4.1.                        | Segmentación de Mercado.....                     | 61 |
| 4.5.                          | Descripción de la Empresa.....                   | 61 |
| 4.6.                          | Imagen Corporativa.....                          | 62 |
| 4.6.1.                        | Logotipo.....                                    | 62 |
| 4.6.2.                        | Slogan.....                                      | 62 |
| 4.6.3.                        | Público Objetivo.....                            | 63 |
| 4.7.                          | Marketing Mix.....                               | 64 |
| 4.7.1.                        | Estrategia de Producto.....                      | 64 |
| 4.7.2.                        | Estrategia de Precio.....                        | 67 |
| 4.7.3.                        | Estrategia de Plaza.....                         | 68 |
| 4.7.4.                        | Estrategia de Promoción.....                     | 69 |
| 4.7.5.                        | Análisis de la Oferta.....                       | 70 |
| 4.7.6.                        | Análisis de la Demanda.....                      | 71 |
| Conclusiones.....             | .....  | 73 |
| Recomendaciones.....          | .....  | 74 |
| Referencia Bibliográfica..... | .....  | 75 |

## Índice de Tablas

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. <i>Concepto de la fórmula en determinación de la muestra</i> ..... | 48 |
| Tabla 2. <i>Resumen de los datos para determinar la muestra</i> .....       | 50 |
| Tabla 3. <i>Condición del producto</i> .....                                | 50 |
| Tabla 4. <i>Material de los productos</i> .....                             | 51 |
| Tabla 5. <i>Similaridad de productos</i> .....                              | 52 |
| Tabla 6. <i>Material resistente y duradero</i> .....                        | 53 |
| Tabla 7. <i>Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio</i> .....          | 54 |
| Tabla 8. <i>Diseños de productos de aluminio y vidrio</i> .....             | 55 |
| Tabla 9. <i>Descuentos en productos metálicos</i> .....                     | 56 |
| Tabla 10. <i>Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio</i> .....         | 57 |
| Tabla 11. <i>Presupuesto a adquirir el producto</i> .....                   | 58 |
| Tabla 12. <i>Público Objetivo - Segmentación de Mercado</i> .....           | 63 |
| Tabla 13. <i>Producto que se fabricaran en la Empresa ALUVIDRIO</i> .....   | 65 |
| Tabla 14. <i>Productos que se ofertan en el mercado</i> .....               | 68 |
| Tabla 15. <i>Producción a nivel Local</i> .....                             | 71 |

## Índice de Figuras

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 1.</i> Estructura Organizacional de la Empresa “ALUVIDRIO” ..... | 24 |
| Figura 2. Ubicación de Empresa “ALUVIDRIO” .....                           | 25 |
| <i>Figura 3.</i> Proceso de la fabricación de productos metálicos .....    | 33 |
| <i>Figura 4.</i> Industrialización del vidrio .....                        | 34 |
| Figura 5. Productos en Aluminio.....                                       | 35 |
| Figura 6. Factores del Marketing Mix .....                                 | 37 |
| Figura 7. Componentes del Producto .....                                   | 38 |
| Figura 8. Elementos de la Promoción.....                                   | 40 |
| <i>Figura 9.</i> Factores de la Oferta.....                                | 41 |
| <i>Figura 10.</i> Análisis de la Oferta y Demanda.....                     | 42 |
| Figura 11. Condición del producto.....                                     | 51 |
| Figura 12. Material de los productos .....                                 | 52 |
| Figura 13. Similitud de productos.....                                     | 53 |
| Figura 14. Material resistente y duradero .....                            | 54 |
| Figura 15. Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio.....               | 55 |
| <i>Figura 16.</i> Diseños de productos de aluminio y vidrio .....          | 56 |
| Figura 17. Descuentos en productos metálicos .....                         | 57 |
| <i>Figura 18.</i> Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio .....       | 58 |
| <i>Figura 19.</i> Presupuesto a adquirir el producto .....                 | 59 |
| Figura 20. Logo de la Empresa.....   | 62 |
| Figura 21. Slogan de la Empresa .....                                      | 62 |

## **Introducción**

La presente investigación, espacialmente se ubica en el cantón La Troncal en la provincia del Cañar, parte de un pequeño taller que se podría considerar como de economía doméstica que elabora productos de “aluminio y vidrio” en donde su propietario es el “hombre orquesta” y su éxito está supeditado a su intuición.

Desarrollaremos un estudio de mercado para de ese pequeño taller crear una empresa de fabricación de productos metálicos en aluminio y vidrio, enfocándonos en el proceso de producción de las ventanas para satisfacer las necesidades del público objetivo con relación a las construcciones de las viviendas.

El Capítulo I, contendrá los aspectos del planteamiento del problema, antecedentes de la investigación, formulación y sistematización de las preguntas de la investigación con su respectivo objetivo general y específicos del tema de investigación, justificación y la descripción de la empresa de acuerdo con sus funcionalidades dentro del mercado.

El Capítulo II, se detallará el marco teórico en cuanto a la fundamentación de conceptos relevantes que ayuden al entendimiento del proyecto de investigación mediante libros, artículos e informes de páginas web que nos proporcionan información del proceso productivo de la fabricación de productos de aluminio y vidrio.

El Capítulo III, trata sobre los procesos metodológicos que se utilizaron en la investigación y la aplicación de una encuesta a la población del cantón La Troncal con el respectivo levantamiento de información e interpretación de datos obtenidos.

En el Capítulo IV, se trata de la propuesta de un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio de acuerdo a la rentabilidad del análisis en relación a la oferta, demanda y demanda insatisfecha dentro de la segmentación de mercado, en el cual se incluirá las debidas conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación.

# **Capítulo I**

## **Planteamiento del Problema**

### **1.1. Descripción**

En el transcurso del tiempo la producción artesanal se ha desarrollado significativamente en diferentes ramas que tienen constante avance de acuerdo con un mundo globalizado, los sistemas o procesos que se desenvuelven en la innovación de la materia prima o los diferentes componentes para ofrecer un producto terminado con el objetivo de elaborar recursos en bienes o servicios. (Bustos , 2009)

El proceso sistematizado de la producción artesanal que ejecuta un artesano en diferentes áreas son procedimientos manuales que se elaboran mediante operaciones o realización de actividades que principalmente involucran a personas, combinándolas con maquinarias, muchas de ellas semiautomáticas; pero aún en procesos muy automatizados ejecutados únicamente por máquinas especializadas, jamás estará ausente la supervisión del talento humano.

Se desarrollará un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio para la ciudadanía del cantón La Troncal y sus alrededores.

## **1.2. Antecedentes**

En el cantón La Troncal en la provincia del Cañar, existe un pequeño taller que se podría considerar como de economía doméstica que elabora productos de “aluminio y vidrio” en donde su propietario es el “hombre orquesta” y su éxito está supeditado a su intuición.

Ese manejo intuitivo tiene que pasar a ser un manejo Técnico científico, por ello un estudio de mercado permitirá desde una economía doméstica pasar a crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio. Aplicando la técnica de la observación, y por el uso del suelo, este tipo de empresas están ubicadas en lugares contiguos a la Av. 25 de agosto y Esmeraldas, por tanto, se estableció que su ubicación será en esa zona, donde con el apoyo del personal calificado se confeccionarían estos productos y para que su productividad sea mayor, se utilizarán herramientas eléctricas y avanzadas. (Ecuador Negocios , 2014)

Dentro de los procesos de elaboración de productos de aluminio y vidrio se adquieren los recursos principales para elaboración de: las batientes, corredizas, guillotinas, giratoria, fuelle y acordeón con diseños estandarizados o ideados por los clientes, asegurando que la empresa los entregue de manera oportuna, a precios y calidades competitivos para lograr la satisfacción y fidelidad de los clientes además de la publicidad provenientes de ellos a potenciales clientes, que en definitiva harán empoderar a la empresa.

Los productos de la empresa serán elaborados bajo estricto control de calidad de los materiales para garantizar la durabilidad y vigencia de estos, pero, es necesario la mejora

continúa de dichos procesos con la finalidad de crear valor agregado en cada función y actividad al momento de confeccionar un producto y la calidez al entregar y colocar en los domicilios de los clientes.

### **1.3. Preguntas de Investigación**

#### ***1.3.1. Pregunta General***

¿De qué manera influye el estudio de mercado para la creación de una empresa de fabricación de productos metálicos, de aluminio y vidrio en el cantón La Troncal?

#### ***1.3.2. Preguntas Específicas***

- ¿Cuál es el público objetivo y sus necesidades en relación a la construcción de viviendas y elaboración de productos metálicos, de aluminio y vidrio?
- ¿Cuáles son los productos, precios, canal de distribución, y estrategias promocionales que la empresa “ALUVIDRIO” requiere para iniciar sus operaciones?
- ¿Cuál es la rentabilidad que genera un negocio de producción y venta de productos metálicos, de aluminio y vidrio?

## **1.4.Objetivos**

### ***1.4.1. Objetivo General***

Diseñar un estudio de mercado para crear la Empresa “ALUVIDRIO” la que se dedicará a la fabricación de productos metálicos, de aluminio y vidrio para satisfacer las necesidades de la construcción de viviendas para el cantón La Troncal.

### ***1.4.2. Objetivos Específicos***

- Identificar el público objetivo y sus necesidades
- Establecer un marketing mix en relación con el producto, precio, plaza y promoción.
- Establecer indicadores financieros a través de la participación de los involucrados que permitan conocer la rentabilidad de determinado sector del mercado.

## **1.5. Justificación**

### ***1.5.1. Justificación Social***

De acuerdo con tema de investigación se determinará un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio en el Cantón La Troncal con la finalidad de aportar y poder mejorar la demanda de las presentes y futuras dentro de la sociedad, también buscando mejor la calidad de sus viviendas del sector con productos de que estén a disponibilidad de los consumidores.

### ***1.5.2. Justificación Ambiental***

El proceso de producción en la elaboración de productos de aluminio y vidrio se implementará mediante un estudio ambiental de las normas ISO de controles de calidad que ayuden a minimizar los procesos improductivos y que resguarden la seguridad de sus colaboradores con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes y permitan una buena organización de acuerdo con los requerimientos legales de toda organización.

### ***1.5.3. Justificación Productiva***

Este estudio de mercado permitirá crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio con los mejores niveles de rentabilidad, empoderando al personal sobre la eficiencia y efectividad en las funciones que se cumple en la empresa y corrigiendo las falencias en el desarrollo de las actividades delegadas. Lograr estos resultados positivos impulsará las buenas prácticas empresariales y el alcance de los objetivos organizacionales.

## **1.6.La Empresa**

### ***1.6.1. Actividad Económica***

La Empresa “ALUVIDRIO” se dedicará a la fabricación y venta de productos metálicos, de ventanas en aluminio y vidrio, específicamente: batientes, corredizas, guillotinas, giratoria, fuelle y acordeón. Ofertará también, al por mayor y menor, artículos

de esta línea que son requeridos en el Cantón La Troncal para la construcción de sus viviendas

### ***1.6.2. Reseña Histórica***

El taller de aluminio y vidrio “Fajardo” inicia sus actividades comerciales desde el 01 de septiembre del 2021, como propietario y administrador el Sr. Hermel Fajardo Abambara, persona natural con su registro único de contribuyente (RUC) 0300941945001, a esta fecha 2021 con estado activo en la distribución de sus procesos de fabricación para la comercialización dentro del cantón, está registrada como una empresa dentro del sector industrial de la Provincia del Cañar - La Troncal, para la distribución de sus procesos de fabricación para la comercialización dentro del cantón.

Mediante el estudio de mercado, sobre este taller, se dará la creación de “ALUVIDRIO” y funcionará como una verdadera empresa cuyo manejo sea técnico científico y ya no empírico o intuitivo.

### ***1.6.3. Misión***

La misión de la empresa “ALUVIDRIO” es ofrecer productos de buena calidad garantizando la satisfacción de los clientes, comprometidos en brindar un buen servicio con la ayuda de la tecnología adquirida.

### ***1.6.4. Visión***

Ser reconocido como empresa líder en la fabricación de productos metálicos y ventanas de aluminio y vidrio en la Provincia del Cañar - La Troncal, mediante la gestión oportuna con calidad y calidez para nuestros clientes, abasteciendo el mercado local con productos destinados a la construcción de los hogares y lugares de trabajo con diseños atractivos con procesos innovadores que impulsen el alcance de los objetivos.

#### ***1.6.5. Valores***

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Educación al tratar al cliente
- Compromiso en el trabajo
- Honradez
- Liderazgo
- Respeto
- Adaptabilidad al cambio

#### ***1.6.6. Objetivos de la Empresa***

- Satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Elaborar productos de alta calidad.
- Garantizar la confiabilidad de los productos.
- Mantener un ambiente laboral entre los colaboradores.

### 1.6.7. Estructura Organizacional



Figura 1. Estructura Organizacional de la Empresa “ALUVIDRIO”

Elaboración propia

### 1.6.8. Ubicación

La Empresa “ALUVIDRIO” estará ubicada en la avenida 25 de Agosto entre Calle Esmeralda en el cantón La Troncal, de la provincia del Cañar, y desde su local atenderá entre los horarios de 9 am hasta las 5 pm.

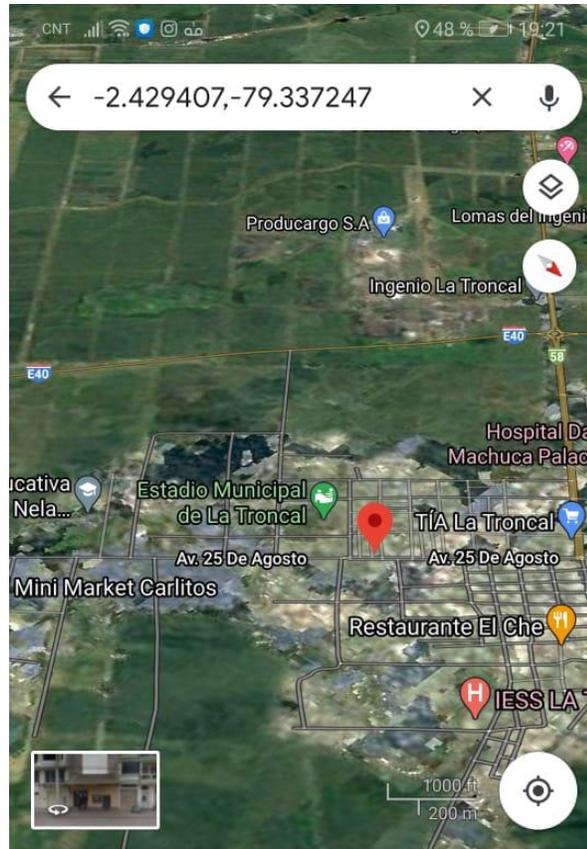


Figura 2. Ubicación de Empresa “ALUVIDRIO”  
Elaboración propia

### ***1.6.9. Aspecto Legal***

La Empresa “ALUVIDRIO” con su registro único de contribuyente 0300941945001 con estado activo y registrado como una empresa dentro del sector de la Provincia del Cañar cantón La Troncal estará sujeta a la normativa y leyes vigentes que son:

## LEY DE DEFENZA DEL ARTESANO (2008):

El Art. 1, establece que los artesanos están amparados por la ley en la realización de cualquier rama, artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

Por medio del Art. 2 se describe que la Actividad Artesanal “Es la práctica que se realiza manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios con ayuda de máquinas, equipos o herramientas de una forma mecanizada”

El Art. 3 establece que el Artesano es la persona que realiza un proceso de forma manual y también se conoce como maestro de taller o artesano autónomo que debe de estar debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

El Art. 4 se define que el Maestro de Taller “Es la persona que cuenta con capacidad mayores con títulos de Colegios Técnicos de Enseñanza Artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, por la Junta Nacional de Defensa del Artesano”

En el Art. 38 se determina que La Junta Nacional de Defensa del Artesano es el organismo que tiene la facultad de calificar y recalificar los talleres artesanales y otorgar el

Carné Profesional Artesanal, el mismo que será remitido al Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos para su registro.

En tanto el Art. 40 expresa que las calificaciones de los talleres artesanales tendrán una duración máxima de tres años y deberán ser refrendados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

De acuerdo con Art. 45 se establece que la Junta Nacional de Defensa del Artesano entregará a la disposición del carnet en calidad de profesional artesanal a los artesanos titulados y autónomos como lo señala la Ley de Defensa del Artesano.

#### CODIGO DE TRABAJO (2012):

De acuerdo con el Art. 8 se determina que el contrato individual se constituye en el trabajo que realiza una persona y se compromete a prestar sus servicios de una manera lícita y personales, bajo dependencia a obtener una remuneración fija de acuerdo con lo establecido por la ley en contrato colectivo.

También mediante el Art. 9 se expresa que el trabajador es la persona que realiza o ejecuta alguna actividad o prestación de servicio, puede ser denominado empleado u obrero.

Por el Art. 10 se establece que el empleador es la persona o la entidad que tiene la capacidad de contratar a trabajadores para realizar cualquier tipo de trabajo o prestación de servicio.

Según el Art. 285 se considera que el artesano es aquel que realiza su trabajo manual, sin la utilización de maquinarias o equipos eléctricos, en cuanto el maestro de taller es aquel que cuenta con operarios u obreros para la ejecución de alguna actividad.

En disposición del Art. 286 el Maestro de taller necesita contar con los siguientes requisitos:

1. Ser mayor de edad
2. Tener título de profesional referido por la Junta Nacional de Defensa del Artesano
3. Contar con permiso de acuerdo a su taller
4. Tener una estructura con todas las medidas de seguridad
5. Contar con responsabilidad del maestro del taller con el personal, operarios y aprendices que presten sus servicios dentro del taller.

El Art. 287 expresa: Artesano autónomo se considera artesano autónomo al que ejerce su oficio o arte manual, por cuenta propia, pero sin título de maestro, ni taller.

El Art. 292 estipula que el título de maestro de taller se lo puede obtenerse en los establecimientos técnicos oficiales y en los autorizados por la ley o conforme al reglamento pertinente que dicte la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Por el Art. 293 se determina que el Maestro de taller es conocido como el empleador que contrata operarios y aprendices, con las limitaciones determinadas en la Ley de Defensa del Artesano.

También se establece mediante el Art. 295 que la Responsabilidad del artesano es ser responsable en la entrega de la obra que se compromete a ejecutar. Caso de no entregarla el día señalado, el contratista tendrá derecho a la rebaja del uno por ciento sobre el precio pactado, por cada día de retardo, hasta la fecha de la entrega.

#### LEY DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO (2019)

De acuerdo con el Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad se lo dispone a todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad y declarar los impuestos con base en los resultados que arroje la misma. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas cuyos ingresos brutos del ejercicio fiscal inmediato anterior, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos. Este monto podrá ser ampliado en el Reglamento a esta ley.

Art. 56.- Impuesto al valor agregado sobre los servicios. - El impuesto al valor agregado IVA, grava a todos los servicios, entendiéndose como tales a los prestados por el Estado, entes públicos, sociedades, o personas naturales sin relación laboral, a favor de un tercero, sin importar que en la misma predomine el factor material o intelectual, a cambio de una tasa, un precio pagadero en dinero, especie, otros servicios o cualquier otra contraprestación. También se encuentran gravados con este impuesto los servicios digitales conforme se definan en el reglamento a esta ley. (Ley del Regimen Tributario Interno , 2019)



## Capítulo II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1. Estudio de Mercado

En la actualidad la creación de productos de aluminio y vidrio que desarrollan las empresas o los diferentes talleres artesanales han crecido significativamente para satisfacer la gran demanda que cuenta el mercado en la fabricación y comercialización de los mismos en parte con ayuda de la industria mecanizada.

##### 2.1.1. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado entiende los diferentes aspectos que tiene el mercado para segmentar mediante los sistemas o procesos que se componen en demográficos, socioeconómicos, psicológicos y la planificación estratégica en la que permiten conocer las necesidades de los clientes, enfocándose en una estrategia de marketing y recurriendo a la optimización de los recursos. (García , Guerrero , & Jaramillo , 2017, pág. 14).

Para Agrario (2015) “La segmentación de mercado se puede aludir que es una estrategia de marketing en la que consiste en subdividir segmentos con la finalidad de aplicar los diferentes aspectos de la segmentación y cumplir con los objetivos propuesto en la organización” (pág. 3)

##### 2.1.2. Mercado

Según García , Guerrero , & Jaramillo (2017) expresa que “El mercado es la fuente principal que mueve la economía de un país en relación de intercambiar bienes y servicios

con determinación en ventas y transacciones comerciales en diferentes forma individuales o colectivas”. (pág. 15).

## **2.2. Proceso de Fabricación**

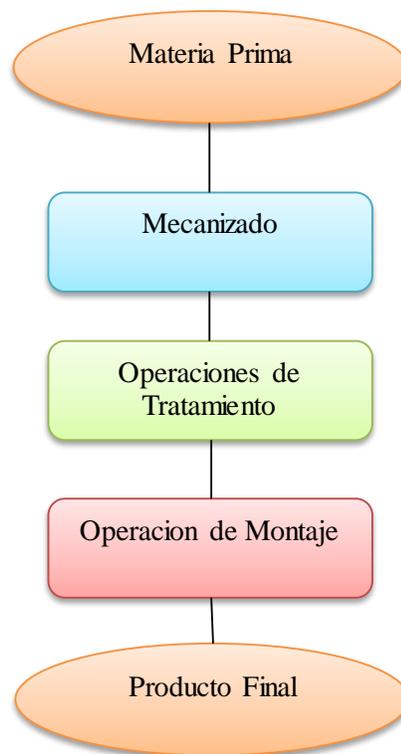
### **2.2.1. *Productos metálicos***

Según Metal (2020) Los productos metálicos son elementos químicos que se utilizan para trabajar en diferentes características, los metales son de origen naturales por lo que su estado es sólido y su funcionalidad es por contener alta densidad de contener la luz y aporta al calor y electricidad.(p.1)

### **2.2.2. *Descripción de la fabricación de proceso de productos metálicos.***

Según Andaluz (2016) “Se caracteriza dentro de la compañía industrial la fabricación de productos metálicos en la que permite la obtención de una amplia variedad de artículos con su debido proceso y manejo de sus herramientas y maquinarias”(p.1)

### 2.2.3. *Proceso de la fabricación de los productos metálicos:*



*Figura 3.* Proceso de la fabricación de productos metálicos  
Elaboración propia

### 2.2.4. *Proceso del Vidrio*

Se conoce que el vidrio es un material que se utiliza en una forma constante en la que permite la realización de diferentes formas o diseños, los materiales que se utiliza para elaborar el vidrio es la arena sílice que se la conoce como la corteza terrestre en la cual es indispensable para su fabricación. (Naranjo , 2016, pág. 13).

El vidrio se determina como un material resistente y a su vez frágil de contextura amorfa y transparente en la que se fabrican diferentes ventanas, lentes, botellas entre

otros diferentes productos que ayudan a satisfacer las necesidades de las personas porque cumple la función de seguridad, térmico y de accesibilidad energética. (Vitro, 2013, pág. 14).

### 2.2.5. Tipo de Vidrio



*Figura 4.* Industrialización del vidrio

Elaboración propia

### 2.3.Descripción del Aluminio.

El aluminio se caracteriza como un material de metal que cuenta con poca densidad, pero a su vez es resistente mediante la corrosión, a medida que se han surgido

diversas adecuaciones en el proceso de la ingeniería mecánica en relación a los métodos de utilización que son la electricidad y fuente de calor como también el bajo costo por la forma del reciclado, estabilidad de su precio y la vida útil del producto. (Basurto , 2017).

El aluminio se posiciona siendo el tercer elemento que se obtiene de la corteza terrestre y el cual se puede elaborar por su contextura diferentes puertas, ventanas, coladeras y diversos utensilios para los hogares que cubren las necesidades de las personas.

### 2.3.1. *Productos de aluminio.*

En la transformación del aluminio se puede obtener estos diferentes productos que se mencionan a continuación:

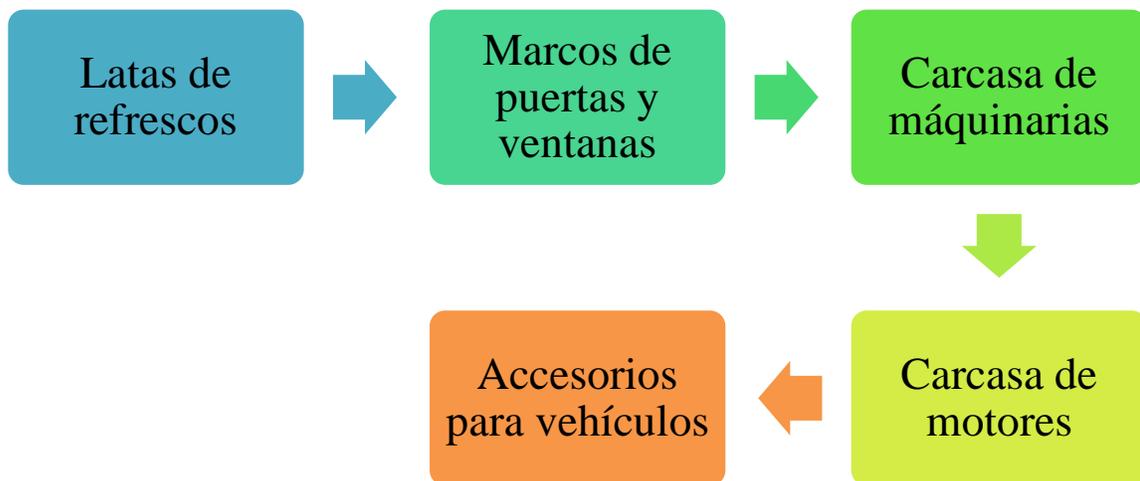


Figura 5. Productos en Aluminio  
Fuente: (Fernando , 2011)

## **2.4. Público Objetivo**

Según ESAN (2015) define “El público objetivo como el target específico de un grupo de personas o consumidores que adquieren un producto o una marca de una negocio o empresa determinando un acuerdo comercial con la finalidad de satisfacer alguna necesidad” (p.1)

### ***2.4.1. Características del Publico Objetivo***

- Sociodemográficos.- se compone de los siguientes aspectos:
  - \* Sexo
  - \* Edad
  - \* Posición
  - \* Nivel de estudio
- Socioeconómico.- se compone de:
  - \* Nivel de ingresos
- Psicografica.- se determina mediante:
  - \* Personalidad
  - \* Estilo de vida

## 2.5. Marketing Mix

El marketing mix es una estrategia de mercado en la que permite analizar el comportamiento de los consumidores como también la relación que existe un producto dentro del mercado mediante la utilización de herramientas para gestionar acciones de satisfacer las necesidades y fidelizar a los consumidores. (Peralta, 2021)

El marketing mix se define como la utilización de la cuatro P que son:

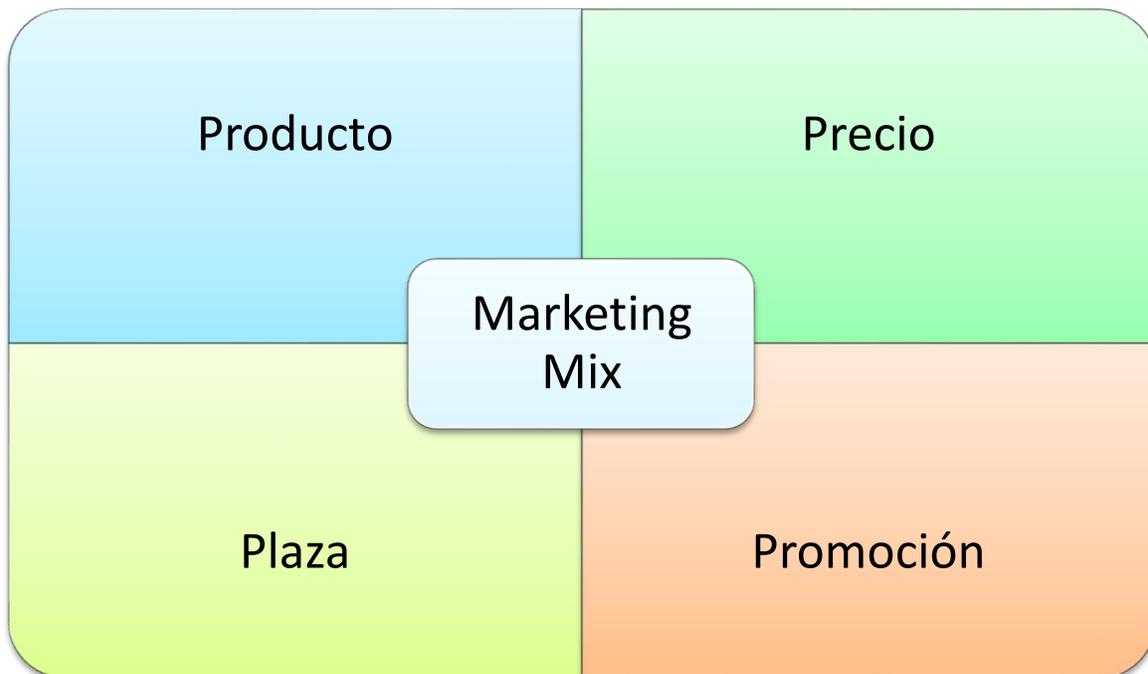


Figura 6. Factores del Marketing Mix

Fuente: (Kloter, 2003)

Elaboración propia

### 2.5.1. *Producto*

Según Kloter (2003) define “El producto es todo aquello que se oferta al mercado para satisfacer las necesidades de las personas, mediante la venta obteniendo un beneficio económico”(p.6).

“El producto se define como la combinación de una serie de artículos que cuentan con características similares que un comprador adquiere por necesidad o deseo” (Mercado, 2000, pág. 279).



Figura 7. Componentes del Producto  
Fuente: (Mercado, 2000)  
Elaboración propia

### 2.5.2. *Precio.*

De acuerdo Kloter (2003) expresa “El precio es la cantidad de dinero que se dispone para intercambiar mediante bienes o servicios con la obtención de ingresos dentro de una empresa”

### 2.5.3. *Plaza.*

Según Kotler & Armstrong (2003)“La plaza también conocida como distribución de las actividades que se desarrollan dentro del mercado para la obtención de un mercado meta o potencial para la venta de los productos” (p.53).

“La distribución se la define como la cobertura que se le da al mercado de acuerdo a la estructura, distribución al por mayor y menor de los productos ofertantes con los diferentes canales que existen dentro del mercado meta” (Stanton, 1984, pág. 8).

### 2.5.4. *Promoción.*

“La promoción se refiere a los procesos que se obtiene de una manera como la publicidad que se la realiza para comunicarse con los consumidores o clientes metas para que adquieran productos con beneficio económico” (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 54)



Figura 8. Elementos de la Promoción  
Fuente: (Kotler & Armstrong, 2003)  
Elaboración propia

## 2.6. Análisis de la Oferta

Para Guzmán (2017) La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores disponen para la venta con diferentes estilos y con accesibilidad de precio dentro de mercado, contando con factores de ámbito cuantitativo y cualitativo hacia los clientes, en disponibilidad de precios accesibles.

Según Naranjo (2016) define “La oferta como el número de productos o unidades establecidas para la venta de un artículo o servicio que los consumidores adquieren o están dispuestos a comprar con la determinación de un precio establecido” (p.69).

### 2.6.1. Factores de la Oferta

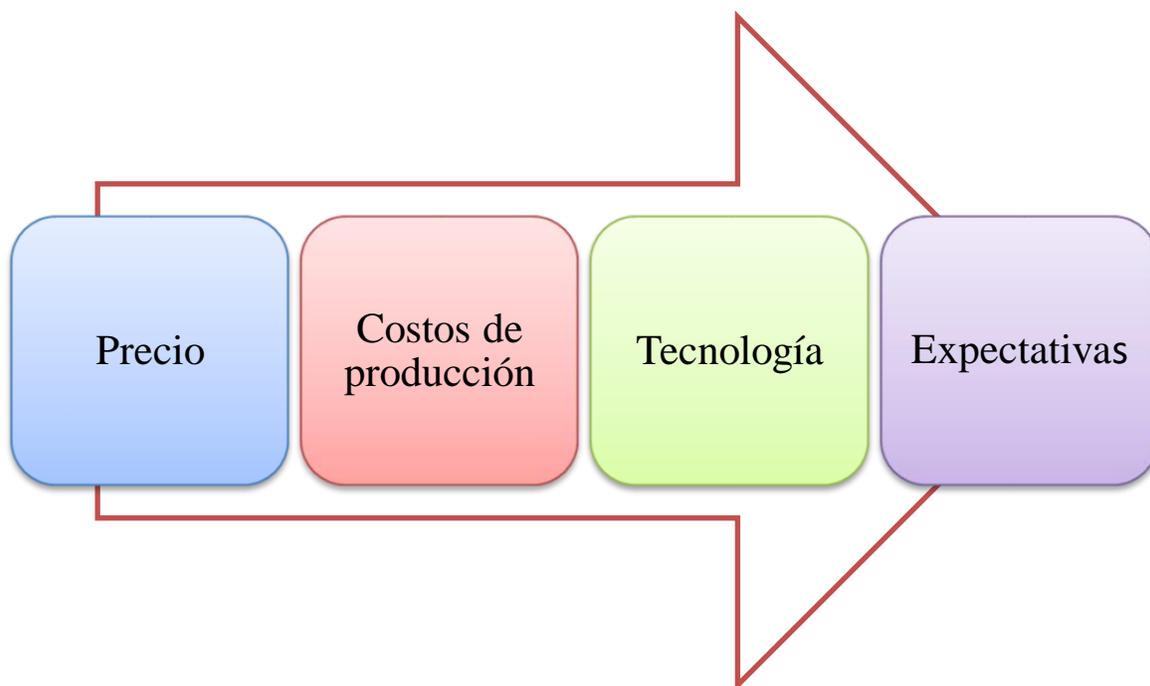


Figura 9. Factores de la Oferta

Fuente: (Naranjo , 2016)  
Elaboración propia

## 2.7. Análisis de la Demanda.

Para Mora & Eugenio (2008) "El análisis de la demanda se mide por las necesidades o requerimientos del mercado en la adquisición de un bien o servicio con la finalidad de satisfacción de la misma demanda" (pág. 299)

El análisis de la demanda comprende la determinación de los factores que influyen en la mente del consumidor o el comportamiento dentro del mercado, es así que se tiende en analizar el estudio de las posibilidades y la satisfacción de los consumidores. (Naranjo , 2016, pág. 66)

### 2.7.1. Estructura del Análisis de la Oferta y Demanda

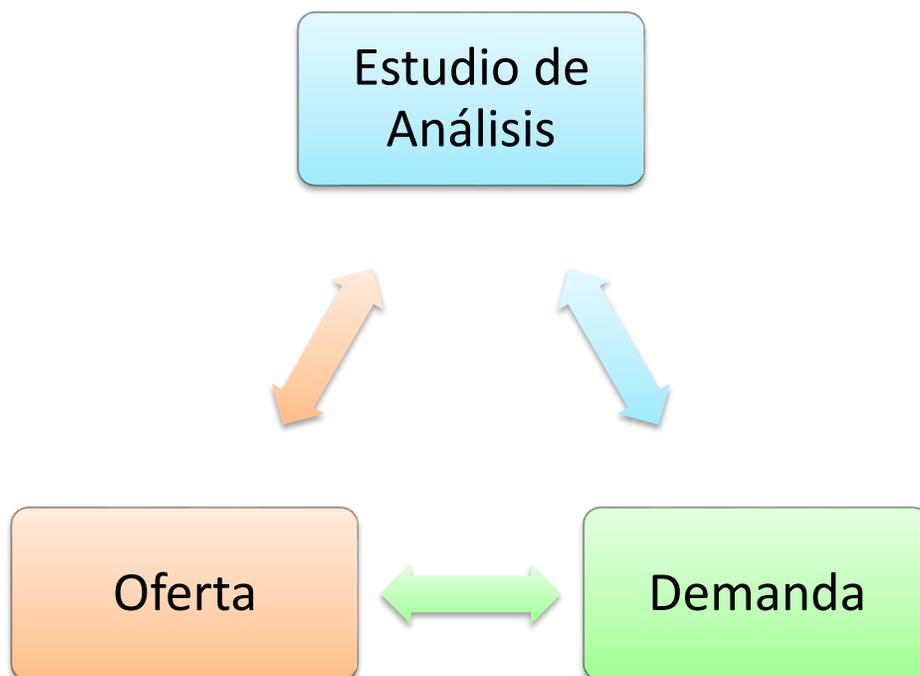


Figura 10. Análisis de la Oferta y Demanda

Fuente: (Mora & Eugenio , 2008)

Elaboración propia

## **2.8. Demanda Insatisfecha**

La demanda insatisfecha se denomina cuando la demanda sobrepasa de la oferta en la cual se relaciona con el mercado de proveedores (demanda) y del mercado del consumidor (oferta) determinando la intervención de los recursos necesarios para la empresa. (Valencia, 2014)

## **Capítulo III**

### **3. Metodología de la Investigación**

#### **3.1. Diseño de la Investigación.**

Según Tamayo (2016) El diseño de la investigación es una estructura que permite que los datos de un tema específico contengan el resultado del planteamiento del problema, obteniendo las actividades de una forma sucesiva y organizada con el fin de obtener la recolección de información confiable (pp.1-6).

El presente trabajo investigativo tiene como fundamento la realización de un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio en el Cantón La Troncal determinado las necesidades del público objetivo en cuanto a la construcción de sus viviendas.

#### **3.2. Enfoque de la Investigación**

##### **3.2.1. Enfoque Cuantitativo**

De acuerdo a Sampieri (2010) “El enfoque cuantitativo se define como la recolección de los fundamentos en medida de información de planteamiento de la hipótesis en basa en la utilización de medición numérica y en el análisis estadístico para establecer las relaciones del comportamiento” (p.5)

El enfoque cualitativo dentro del estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio permitirá analizar los factores que se relacionan en los datos de la encuesta y la interpretación de los resultados.

### ***3.2.2. Enfoque Cualitativo***

“El enfoque cualitativo se entiende como la recolección de información de acuerdo a los datos específicos, que no cuenta con expresión numérica sino se expresa por medio de las cualidades de proceso” (Sampieri , 2010, pág. 7)

El enfoque cualitativo ayudara a conocer las diversas características del proceso en la elaboración de los productos metálico, ventanas en aluminio y vidrio con la finalidad de determinar las diversas funciones mediante el proceso de producción.

## **3.3. Tipos de Investigación**

Los tipos de investigación que se emplearon en el estudio de mercado son los siguientes:

### ***3.3.1. Investigación Descriptiva***

“La investigación descriptiva es el conocimiento que contiene en buscar relaciones, características, funciones y rasgos fundamentales para un objeto de estudio con la finalidad de describir las diferentes tendencias de un conjunto de personas.” (Sampieri , 2010, pág. 80)

Se efectuó en el presente proyecto fue la investigación descriptiva con la finalidad de detallar el público objetivo de la fabricación de productos metálicos, ventanas de aluminio y vidrio que existen dentro del Cantón La Troncal con los debidos procesos en la construcción de las viviendas.

### ***3.3.2. Investigación Documental***

De acuerdo a Bernal (2010) en su aporte de su libro de Metodología de la Investigación expresa que “La investigación documental es utilizada para recolectar información mediante las fuentes bibliográficas, sitios web, documentos, artículos o libros que nos ayuden al proceso del objeto de estudio” (p.111)

En la presente investigación se desarrolló la investigación documental en las cuales se seleccionó los diversos conceptos, características y funciones que comprende a los temas de estudio, en referencia a los procesos de fabricación de productos metálicos de consulta que se basan en libros, documentos en sitios web, artículos, entre otros que ayuda a la obtención de información verídica y eficaz.

### ***3.4. Técnicas de Investigación***

Las técnicas que se utilizaron en el proceso de investigación en el proceso productivo de la fabricación de ventanas de aluminio y vidrio fueron:

### **3.4.1. Observación Directa**

De acuerdo a Bernal (2010) “La observación directa permite obtener información relevante, directa y confiable a través de procedimientos sistemáticos y controlados, esta información permite evidenciar las posturas de los involucrados de manera presencial en el campo de estudio para entendimiento de la problemática existente”(p.115)

### **3.4.2. Encuesta**

Según Bernal (2010) “La encuesta se desarrolla de acuerdo a la formulación de diversas preguntas o un cuestionario específicamente para obtener información relevante sobre el tema de estudio” (p.194)

La encuesta permite recabar información sobre si es factible la fabricación de productos metálicos y ventanas de aluminio y vidrio y se la aplicara a la población del Cantón La Troncal con la finalidad de obtener un análisis de los datos con su respectiva tabulación obteniendo resultados reales.

## ***3.5.Población y Muestra***

### **3.5.1. Población**

Para Lerma (2006) “La población se determina como el conjunto o fenómenos que se caracteriza de una misma especie o que son objeto de estudio por medio de los aspectos de tiempo, lugar e información.”(p.73)

La población que se utilizara en el proyecto de investigación será de 76.782 habitantes de la ciudad del Cantón La Troncal en la cual son datos obtenidos de Censo de Población y Viviendas del año 2021 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos(INEC).

### 3.5.2. Muestra

Según Bernal (2010) “La muestra es una parte dela población objeto de estudio, permitiendo conocer información de primera línea, sobre el tema objeto de estudio con la finalidad de desarrollar el estudio y efectuar la respectiva medición de las variables establecidas” (p.160).

#### 3.5.2.1. Determinación de la muestra

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

Tabla 1. *Concepto de la fórmula en determinación de la muestra*

|                        |                      |  |
|------------------------|----------------------|--|
| <b>Z<sup>2</sup></b> = | Nivel de confianza   | Se determina del nivel de confianza (90% - 10%)  |
| <b>N</b> =             | Universo             | Se obtiene del marco muestral, en este caso la referencia a las mujeres del cantón La Troncal Provincia del Cañar  |
| <b>p</b> =             | Probabilidad a favor | Esto se describe que la probabilidad de que se realice el evento es cuando no posee bastante información para la cual se determina con los valores de 0.50 y la adición de p + q |

debe ser = 1

|            |                        |   |
|------------|------------------------|---|
| <b>q=</b>  | Probabilidad en contra | La Probabilidad de que no se efectuó el evento, es cuando no posee la debida información, la probabilidad del evento, se asignan los máximos valores 0.50 y la adición de p + q debe ser = 1.                               |
| <b>e =</b> | Error de estimación    | El error de estimación se utiliza con la finalidad: Estimar la precisión necesaria.   |
| <b>n=</b>  | Tamaño de la muestra   | Se relaciona con las diferentes características de la población u objeto de estudio Está relacionada con los objetivos del teniendo los recursos y tiempo a disposición. Utiliza el método probabilístico aleatorio simple. |

Nota: (Roberto Hernández Sampieri, 2014)

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

$$n = \frac{(1,645)^2 * 0,5 * 0,5 * 76,782}{(0,10)^2(76,782 - 1) + (1,645)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{51943,50289}{767,81 + 0,67650625}$$

$$n = \frac{51943,50289}{768,4865063}$$

$$n = 67,5$$

Después de utilizar la fórmula planteada se pudo lograr el resultado exacto de personas a encuestar, en el cual se determinaron 68 personas que habitan en el Cantón La Troncal.

*Tabla 2. Resumen de los datos para determinar la muestra*

|                        |                        |             |
|------------------------|------------------------|-------------|
| <b>Z<sup>2</sup> =</b> | Nivel de confianza     | 90% (1.645) |
| <b>N =</b>             | Universo               | 76,782      |
| <b>p=</b>              | Probabilidad a favor   | 0.50        |
| <b>p=</b>              | Probabilidad en contra | 0.50        |
| <b>e =</b>             | Probabilidad en contra | 10% (0.1)   |
| <b>n=</b>              | Tamaño de la muestra   | 68          |

Fuente: (Sampieri , Metodología de la Investigación , 2014)  
Elaboración propia

### ***3.6.Análisis e Interpretación de los Resultados***

1. ¿Para Ud. cuál es la principal condición que tiene presente cuando adquiere una ventana?

*Tabla 3. Condición del producto*

| Característica       | Valoración | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Entregas a domicilio | 25         | 37%        |
| Instalación          | 15         | 22%        |
| Atención al cliente  | 7          | 10%        |
| Precio               | 12         | 18%        |
| Variedad de modelos  | 9          | 13%        |
| Totales              | 68         | 100%       |

Elaboración propia

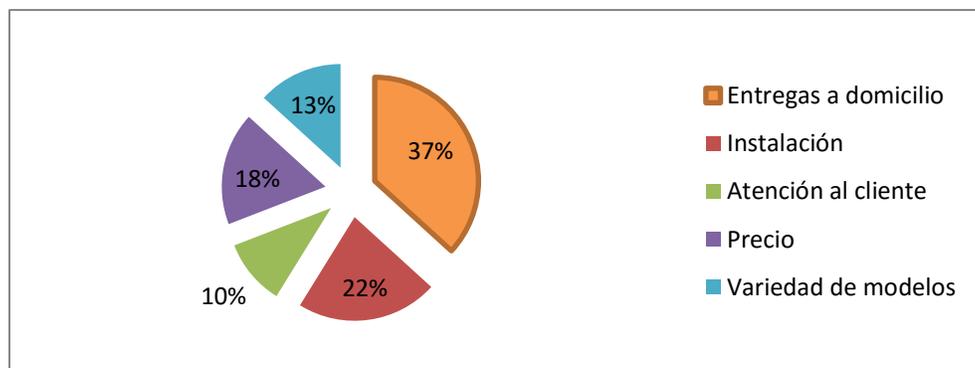


Figura 11. Condición del producto  
Elaboración propia

Los habitantes del cantón respondieron con un 37% que ello lo importante al adquirir un producto es la entrega a domicilio, mientras que el 22% opinaron que la instalación también es algo factible al momento de adquirir un producto y con un 10% que la atención de cliente es de acuerdo con los principios de cada empresa.

2. ¿Cuándo Ud., adquiere una ventana de que material le gustaría que fuera?

Tabla 4. *Material de los productos*

| Característica    | Valoración | Porcentaje |
|-------------------|------------|------------|
| Aluminio y vidrio | 34         | 50%        |
| Madera            | 14         | 21%        |
| PVC               | 20         | 29%        |
| Climalit          | 0          | 0%         |
| madera y vidrio   | 0          | 0%         |
| Totales           | 68         | 100%       |

Elaboración propia

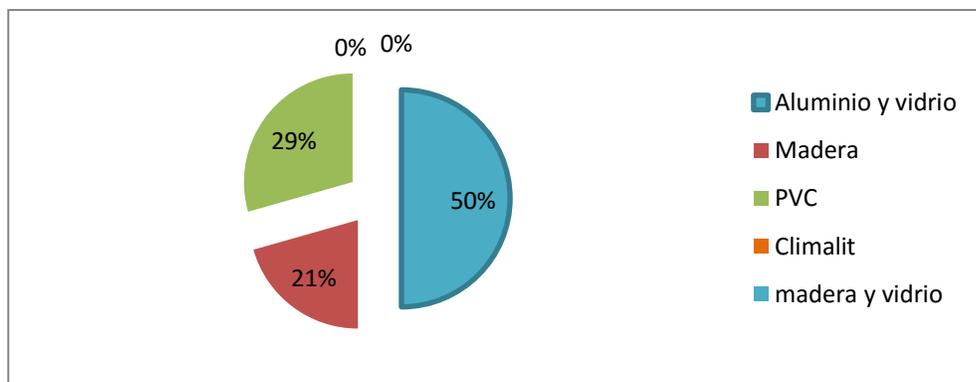


Figura 12. Material de los productos  
Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta formulada a los habitantes del cantón La Troncal permitió conocer que el 50% prefiere adquirir productos para la construcción de sus viviendas elaborados con aluminio y vidrio, en tanto el 29% prefieren los productos de PVC.

¿Cree Ud. que la durabilidad del aluminio y vidrio es similar al de la madera?

Tabla 5. *Similaridad de productos*

| Característica           | Valoración | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo    | 0          | 0%         |
| De acuerdo               | 12         | 17%        |
| Indiferente              | 6          | 9%         |
| En desacuerdo            | 10         | 15%        |
| Totalmente en desacuerdo | 40         | 59%        |
| Totales                  | 68         | 100%       |

Elaboración propia

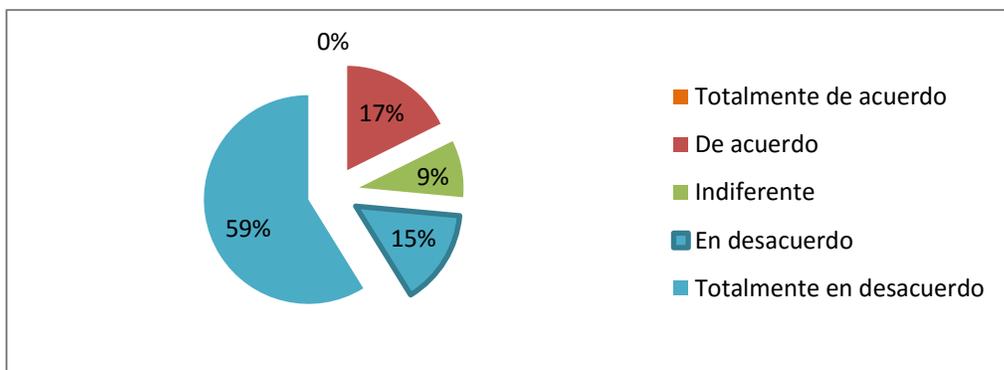


Figura 13. Similaridad de productos  
Elaboración propia.

De acuerdo con el 59% de los habitantes contestaron que los productos y específicamente las ventanas de aluminio y vidrio tienen una durabilidad mayor en comparación con los productos de madera y que estos últimos suelen sufrir daños por la humedad o deterioro por insectos que son irreversibles.

- ¿Cree Ud., que las ventanas de aluminio y vidrio son materiales resistentes y duraderos?

Tabla 6. *Material resistente y duradero*

| Característica           | Valoración | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo    | 45         | 66%        |
| De acuerdo               | 15         | 22%        |
| Indiferente              | 8          | 12%        |
| En desacuerdo            | 0          | 0%         |
| Totalmente en desacuerdo | 0          | 0%         |
| Totales                  | 68         | 100%       |

Elaboración propia

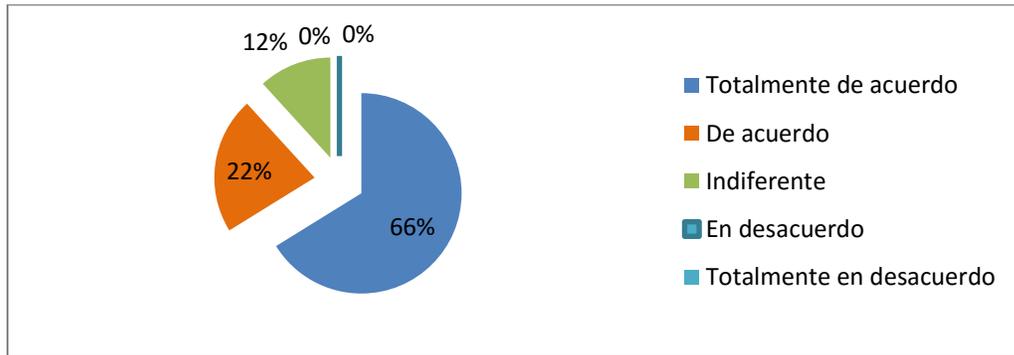


Figura 14. Material resistente y duradero  
Elaboración propia

Con el 66% de los encuestados manifestaron que los productos metálicos como son las ventanas de aluminio y vidrio cuentan con una durabilidad resistente ya que por su compuesto de material ayudan a cubrir las necesidades que tienen los habitantes en sus viviendas y además aceptan reparaciones.

4. ¿Le gustaría que las ventanas fabricadas de aluminio y vidrio contrarrestaran el ruido?

Tabla 7. *Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio*

| Característica           | Valoración | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo    | 50         | 74%        |
| De acuerdo               | 18         | 26%        |
| Indiferente              | 0          | 0%         |
| En desacuerdo            | 0          | 0%         |
| Totalmente en desacuerdo | 0          | 0%         |
| Totales                  | 68         | 100%       |

Elaboración propia

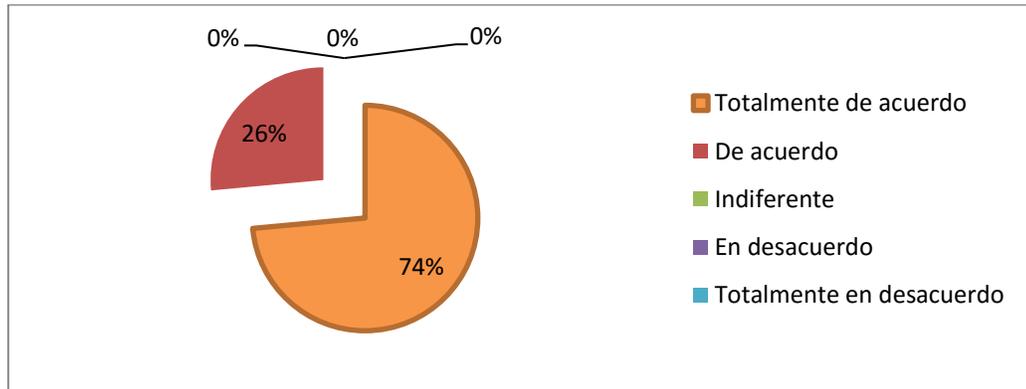


Figura 15. Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio  
Elaboración propia

De acuerdo a la encuesta realizada dentro del cantón se pudo obtener con el 74% de los habitantes encuestados les gustaría que las ventanas fabricadas de aluminio y vidrio contrarrestaran el ruido para sus hogares en referencia de los ruidos desagradables de lo exterior de sus viviendas.

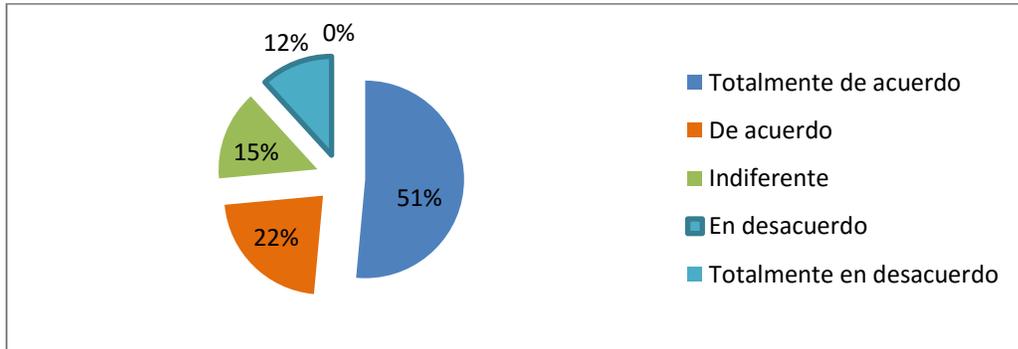
5. ¿Considera Ud., que los diseños elaborados en las ventanas de aluminio y vidrio son atractivos?

Tabla 8. *Diseños de productos de aluminio y vidrio*

| Característica           | Valoración | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo    | 35         | 51%        |
| De acuerdo               | 15         | 22%        |
| Indiferente              | 10         | 15%        |
| En desacuerdo            | 8          | 12%        |
| Totalmente en desacuerdo | 0          | 0%         |

|         |    |      |
|---------|----|------|
| Totales | 68 | 100% |
|---------|----|------|

Elaboración propia



*Figura 16.* Diseños de productos de aluminio y vidrio  
Elaboración propia

Con el 51% de los encuestados manifestaron que los diseños elaborados en la ventana de aluminio y vidrio son atractivos y cada cliente desearía un estilo único para sus hogares, en cuanto el 12% contestó que los diseños no son importantes al adquirir un producto.

6. ¿Si le brindaran descuentos en productos metálicos y ventanas de aluminio y vidrio, remodelaría sus espacios en su domicilio?

*Tabla 9. Descuentos en productos metálicos*

| Característica           | Valoración | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo    | 45         | 66%        |
| De acuerdo               | 15         | 22%        |
| Indiferente              | 8          | 12%        |
| En desacuerdo            | 0          | 0%         |
| Totalmente en desacuerdo | 0          | 0%         |
| Totales                  | 68         | 100%       |

Elaboración propia

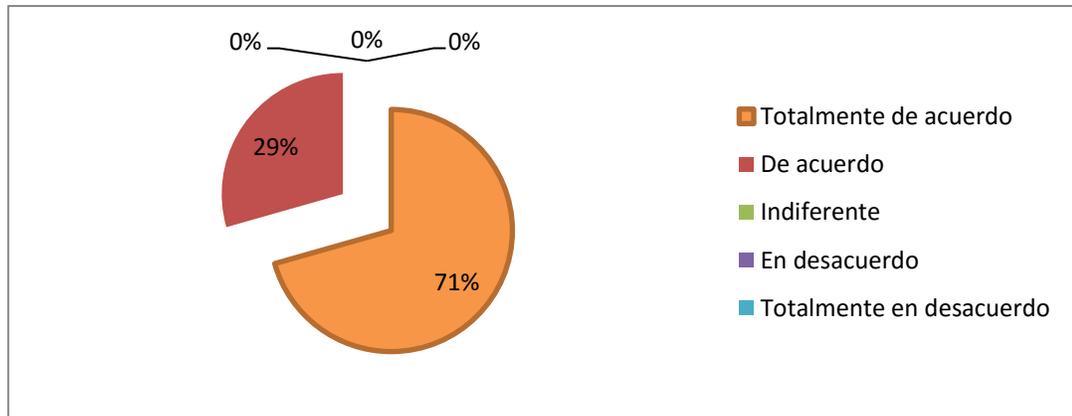


Figura 17. Descuentos en productos metálicos  
Elaboración propia

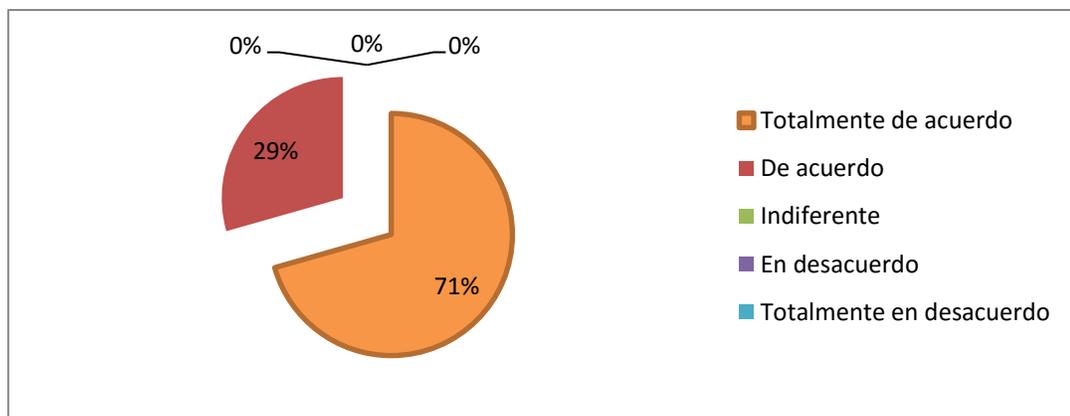
Manifestaron con un 71% que si ofrecen, la empresa, descuentos en sus promociones de productos metálicos en ventanas de aluminio y vidrio si optarían con cambiar o remodelar sus viviendas, en cuanto el 29% manifestó que sus ingresos son bajos para adquirir ese tipo de material.

7. ¿Si se creara una empresa especialmente en la fabricación de ventanas de aluminio y vidrio adquiriría esos productos?

Tabla 10. *Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio*

| Característica           | Valoración | Porcentaje |
|--------------------------|------------|------------|
| Totalmente de acuerdo    | 48         | 71%        |
| De acuerdo               | 20         | 29%        |
| Indiferente              | 0          | 0%         |
| En desacuerdo            | 0          | 0%         |
| Totalmente en desacuerdo | 0          | 0%         |
| Totales                  | 68         | 100%       |

Elaboración propia



*Figura 18.* Fabricación de ventanas de aluminio y vidrio  
Elaboración propia

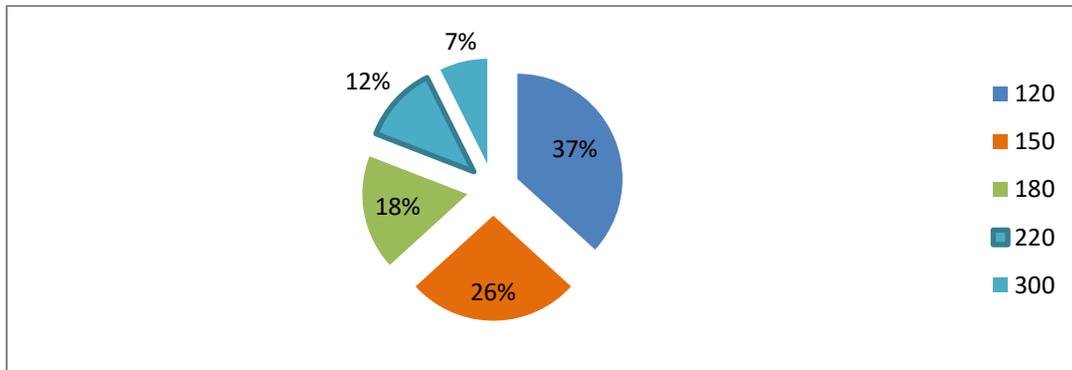
De acuerdo con un 71% de los encuestados manifestaron que, si se creara una empresa en el cantón La Troncal; si adquirirían los productos que esa empresa ofrecería para la comunidad, en relación a satisfacer las necesidades de la construcción de las viviendas dentro del cantón.

8. ¿Cuál sería el presupuesto a cancelar por un producto de aluminio y vidrio que le ofrecería ALUVIDRIO, una empresa que se crearía en La Troncal?

*Tabla 11. Presupuesto a adquirir el producto*

| Característica | Valoración | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| 120            | 25         | 37%        |
| 150            | 18         | 26%        |
| 180            | 12         | 18%        |
| 220            | 8          | 12%        |
| 300            | 5          | 7%         |
| Totales        | 68         | 100%       |

Elaboración propia



*Figura 19.* Presupuesto a adquirir el producto  
Elaboración propia

Con el 37% de las opiniones de los habitantes del cantón manifestaron que ellos estarían dispuestos a cancelar por un producto metálico en especial las ventanas de aluminio y vidrio el valor de \$120 que está a disponibilidad de su economía, mientras que con el 7% manifestaron que su presupuesto limite sería de \$300 en remodelar su vivienda.

## Capítulo IV

### 4. Propuesta

#### 4.1.Tema

ESTUDIO DE MERCADO PARA CREAR UNA EMPRESA DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS: VENTANAS EN ALUMINIO Y VIDRIO

#### 4.2. Introducción

Dentro de la provincia del Cañar- Cantón La Troncal existen diferentes microempresas que se dedican a la fabricación de productos metálicos de aluminio y vidrio, en cuanto también se realizan las debida instalaciones de los mismos productos en los cuales diversos talleres artesanales no cuentan con el debido control en los procesos de fabricación y el trabajo que realizan lo desarrollan de manera empírica, por ello se desarrollará un estudio de mercado para fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio que ayuden a satisfacer las necesidades del público objetivo para la construcción de sus viviendas.

La optimización de los recursos que genera dentro de las microempresas en la fabricación y comercialización de productos metálicos para el sector de la construcción es fundamental para los dueños o administradores de sus negocios, en la cual permitirá analizar el estudio de mercado para poder crear una nueva empresa que cuente con los canales apropiado de fabricación, determinando la segmentación de mercado objetivo, sus funciones del marketing mix y la rentabilidad mediante la oferta y la demanda del negocio.

#### **4.3.Justificación**

Es primordial que el estudio de mercado para la creación de una empresa dedicada a la fabricación de productos metálicos, ventanas de aluminio y vidrio en el Cantón La Troncal, determine la gestión de oportunidades que existen dentro del mercado para la nueva creación de productos, tomando en consideración los aspectos que embarca la necesidades de los consumidores o las exigencias del mercado actual.

Mediante la presente propuesta que trata de un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio en el Cantón La Troncal, será conocido como “ALUVIDRIO” se dedicará a elaborar productos metálicos que contengan aluminio y vidrio para los habitantes del sector de acuerdo a los requerimiento de la construcción de sus viviendas.

#### **4.4. Estudio de Mercado**

##### ***4.4.1. Segmentación de Mercado***

La segmentación de mercado abarcará el público objetivo en el Cantón La Troncal de la Provincia del Cañar donde se fabricaran productos metálicos, ventanas de aluminio y vidrio para cubrir las necesidades que tienen los habitantes del sector, mediante la construcción de sus viviendas o remodelaciones contando con productos garantizados y de buena calidad contando con tecnología de punta para sus acabados y diseños.

#### **4.5.Descripción de la Empresa**

La Empresa “ALUVIDRIO” se dedicará a la fabricación de productos metálicos, y también la fabricación de diversos modelos de ventanas de aluminio y vidrio para la construcción de viviendas del Cantón La Troncal en las cuales tenemos las siguientes: batientes, corredizas, guillotinas, fuelle y acordeón que ayudaran a mejorar aspectos de los hogares de los habitantes, en cuanto a la seguridad de los mismos.

## 4.6. Imagen Corporativa

### 4.6.1. Logotipo



Figura 20. Logo de la Empresa  
Elaboración propia

### 4.6.2. Slogan



Figura 21. Slogan de la Empresa  
Elaboración propia

#### 4.6.3. *Público Objetivo*

Tabla 12. *Público Objetivo - Segmentación de Mercado*

| Dimensiones  | Variables   |
|--------------|---|
| Demográficas | Rango de edad: 25 a 65 años<br>Ocupación: Sin distinción.<br>Sexo: Masculino y Femenino.<br>Nivel: Bajo- Medio-Alto<br>Estatus: Calidad de estabilidad socioeconómica medio, medio alto y alto. |
| Geográficas  | Región: Sierra<br>Provincia: Cañar<br>Cantón: La Troncal  |
| Producto     | Producto: Ventanas de aluminio y vidrio y también productos metálicos.<br>Tiempo: Permanente.   |

Elaboración propia

## **4.7. Marketing Mix**

Mediante las estrategias del marketing mix que se diseñara para la empresa “ALUVIDRIO” se aplicaran las cuatro P que determinaran la funcionabilidad de cada una de ellas dentro del negocio.

### ***4.7.1. Estrategia de Producto***

El producto que se fabricara en la empresa son artículos que podrán satisfacer al público de acuerdo a los requerimientos específicos o la demanda que exista dentro del mercado, contando con las fases del desarrollo del producto, o ampliando una alta gama de diversificación y profundizando la mejora de cada línea de artículos metálicos con especificaciones de aluminio y vidrio.

Los proveedores son los abastecedores de la materia prima para la fabricación de los productos metálicos de aluminio y vidrio, para la empresa “ALUVIDRIO” en la cual se dedicara a procesar todos los materiales para su respectivo acabado de las ventanas, llegando a si al consumidor final para su respectiva utilización.



Tabla 13. *Producto que se fabricaran en la Empresa ALUVIDRIO*

|  |  |
|--|--|
|  | <p>Ventana Corrediza.- su caracterización es de dos hojas que se deslizan en la cual tiene una rejilla protectora que no le permite que se introduzca el agua y también el que ingrese el intercambio el aire.</p> |
|  | <p>Batientes.- son las que se utilizan las hojas que se mantienen apoyados con los bordes y sus respectivas bisagras que se mantienen hojas que se mueven de adentro y hacia afuera.</p>                           |



Guillotina.- son productos que se utilizan por medio de guías verticales en la que se sube y baja las diferentes hojas.



Giratoria.- es conocida así porque cuenta con una apertura que permite que la hoja gire alrededor del centro y de una forma horizontal-



Fuelle.- este tipo de ventanas son fabricadas por su gran anchura, en la cual contiene una serie de hojas que se abren de forma exterior girando por medio de su eje lateral.



Acordeón.- las ventanas de acordeón cuenta con una hojas de vidrio y su contextura exterior es de aluminio que permite deslizas de un lado hacia otro.

#### ***4.7.2. Estrategia de Precio***

La empresa ALUVIDRIO definirá sus estrategias de precio en relación a la demanda de las ventas de los productos determinando así el beneficio de la empresa y la supervivencia dentro del mercado. La calidad de los precios de los productos metálicos de aluminio y vidrio fabricados ayudara a contener una mejor percepción a los consumidores y a su vez diferenciarse de la competencia.

Para fijar el precio de un producto de la empresa ALUVIDRIO deberá analizar los siguientes aspectos fundamentales:



Tabla 14. *Productos que se ofertan en el mercado*

| Productos                               | Costos    | Utilidad | P.V.P.    |
|---|-----------|----------|-----------|
| Ventanas fijas o corredizas en aluminio | \$ 35,00  | \$ 25,00 | \$ 60,00  |
| Ventanas con vidrio templado            | \$ 62,00  | \$ 28,00 | \$ 90,00  |
| Ventanas decorativas                    | \$ 45,00  | \$ 23,00 | \$ 68,00  |
| Ventanas proyectable en aluminio        | \$ 35,00  | \$ 25,00 | \$ 60,00  |
| Puertas batientes de aluminio           | \$ 45,00  | \$ 25,00 | \$ 70,00  |
| Puertas corredizas de aluminio          | \$ 50,00  | \$ 20,00 | \$ 70,00  |
| Puertas con vidrio templado             | \$ 100,00 | \$ 60,00 | \$ 160,00 |
| Puertas de baño acrílico                | \$ 35,00  | \$ 20,00 | \$ 55,00  |
| Puertas de baño con vidrio templado     | \$ 55,00  | \$ 30,00 | \$ 85,00  |
| Puertas de aluminio y vidrio            | \$ 120,00 | \$ 40,00 | \$ 160,00 |
| Mamparas de aluminio y vidrio           | \$ 60,00  | \$ 30,00 | \$ 90,00  |
| Mamparas con vidrio y acero             | \$ 100,00 | \$ 40,00 | \$ 140,00 |
| Mamparas con vidrio y spider            | \$ 100,00 | \$ 60,00 | \$ 160,00 |
| Cubiertas de vidrio templado            | \$ 70,00  | \$ 50,00 | \$ 120,00 |
| Cubiertas de policarbonato              | \$ 70,00  | \$ 25,00 | \$ 95,00  |
| Instalación de espejos de pared         | \$ 18,00  | \$ 17,00 | \$ 35,00  |
| Fabricación de espejos para interiores  | \$ 15,00  | \$ 10,00 | \$ 25,00  |
| Instalación de fachadas de vidrio       | \$ 65,00  | \$ 30,00 | \$ 95,00  |
| Instalación de fachada de alucubond     | \$ 80,00  | \$ 40,00 | \$ 120,00 |
| Instalación de cielo falsos             | \$ 8,00   | \$ 4,00  | \$ 12,00  |
| División de oficina                     | \$ 45,00  | \$ 25,00 | \$ 70,00  |
| Vidrios arenados                        | \$ 15,00  | \$ 10,00 | \$ 25,00  |

Elaboración propia

#### 4.7.3. *Estrategia de Plaza*

La estrategia de plaza o de distribución se enfocara en el desplazamiento de los productos dentro del Cantón La Troncal mediante anuncios publicitarios puede ser por volantes que pueda llegar a captar consumidores potenciales para la empresa o por medios de redes

sociales (Facebook e Instagram) para posicionar su marca de acuerdo a las necesidades del sector de la construcción.



#### ***4.7.4. Estrategia de Promoción***

Las promociones que se realizarán en la empresa “ALUVIDRIO” es el acceso de publicidad que promocióne los productos que están en bajos precios, en 2 por 1, o un descuento adicional por la adquisición de varios productos, las promociones se la pueden realizar mediante canales informativos, sitios web como: Facebook e Instagram y volantes que ayuden a los clientes a adquirir los productos dentro de la empresa.

Promocion



Descuento



Descuento



Regalos



#### ***4.7.5. Análisis de la Oferta***

La oferta nacional de los productos metálicos, y de las ventanas de aluminio y vidrio es un poco complicado cuantificar sin embargo por motivos de este estudio, de manera directa los talleres que seguidamente se enlistan, nos han dado un estimado de sus ofertas de los productos motivos de estudio que se dijo ya son:

#### 4.7.5.1. Producción de la Empresa ALUVIDRIO del Cantón La Troncal

Tabla 15. *Producción a nivel Local*

| Fabricantes       | Modelos de ventanas |       |           |
|-------------------|---------------------|-------|-----------|
|                   | Corrediza           | fijas | batientes |
| ALUVIDRIO         | 1300                | 500   | 200       |
| Total de Ventanas | 2000                |       |           |

Fuente: Provincia del Cañar- La Troncal  
Elaboración propia

#### 4.7.6. *Análisis de la Demanda*

Se determina la demanda de la fabricación de productos metálicos en relación con ventanas de aluminio y vidrio se analizará una demanda potencial de los estratos socioeconómicos del cantón La Troncal y las importaciones de productos de aluminio y vidrio.

##### 4.7.6.1. **Determinación de la demanda**

La determinación de la demanda de la empresa ALUVIDRIO se definirá por:

***volumen de venta =***

***número de compradores x cantidad de productos adquiridos por el comprador***

$$volumen de venta = 100x 20$$

$$\text{volumen de venta} = 2000$$

$$\text{valor de ventas} = \text{volumen de ventas} \times \text{precio promedio por unidad}$$

$$\text{valor de ventas} = 2000 \times 60$$

$$\text{valor de ventas} = \$120,000$$

#### 4.7.7. Análisis de la oferta y demanda

La oferta del año 2022 de la producción de productos metálicos de aluminio y vidrio será 2000 unidades mensuales para absorber la demanda del mercado y satisfacer las necesidades del Cantón La Troncal y sus alrededores.

|         |                         |
|---------|-------------------------|
| Oferta  | 2000 unidades mensuales |
| Demanda | 30000                   |

$$\text{Oferta}_{2022} = \frac{2000 \text{ unidades mensuales}}{\text{mensuales}} \times \frac{12 \text{ meses}}{1 \text{ año}}$$

$$\text{Oferta}_{2022} = 24000 \text{ unidades Anuales}$$

Calculo de la demanda insatisfecha

Formula

$$\text{Demanda insatisfecha}_{2022} = \text{Demanda}_{2022} - \text{Oferta}_{2022}$$

$$\text{Demanda insatisfecha}_{2022} = 30000 - 24000$$

$$\text{Demanda insatisfecha}_{2022} = 6000 \text{ unidades}$$

## **Conclusiones**

- Se concluye que; luego del análisis del estudio de mercado en la fabricación de productos metálicos y de ventanas de aluminio y vidrio la Empresa “ALUVIDRIO” debe contener una estructura funcional con las funciones claramente definidas que permita una visión amplia del negocio para los colaboradores.
- En el mercado de aluminio y vidrio se requiere mayor despliegue del negocio, mediante participación de entidades que respalden con las micro, pequeñas y medianas empresas destinadas a distribuir estos materiales.
- Los análisis de la oferta y demanda ayudarán a la Empresa “ALUVIDRIO” en la proyección de sus ventas referente a la segmentación de mercado conociendo los indicadores financieros que determinen de sus objetivos organizacionales.

## **Recomendaciones**

- Se recomienda a la Empresa “ALUVIDRIO” que evalúe sus fortalezas de acuerdo a las estrategias del estudio de mercado y la implementación del marketing mix, para orientar la gestión empresarial en forma tal que permita su desarrollo sustentable y sostenible.
- Es indispensable la participación de las entidades públicas y privadas para mayor respaldo de las actividades concernientes en materia de aluminio y vidrio, pues se debe desplegar estos negocios como las otras actividades que generan flujo de manera constante para generar mayores fuentes de empleo.
- Toda empresa requiere un buen manejo de sus residuos, en materia de aluminio y vidrio no es la excepción, los desechos generarían ingresos extras al reutilizarlos, reduciendo los altos índices de desperdicios que afectan al medio ambiente, creando una cultura de responsabilidad social y respeto hacia el medio ambiente.

## Referencia Bibliográfica

- Agrario , M. (2015). *Segmentación de Mercado*. Obtenido de <http://www.agro.unlpam.edu.ar/licenciatura/mk/concepto.pdf>
- Aguilar , A. (2005). *Capacitación y Desarrollo del Personal* . México : Limusa.
- Albert , L. (2016). *Definición de proceso*. Guatemala.
- Andaluz, L. (2016). *Manual Práctico de recomendaciones técnicas y de gestión*. Obtenido de [http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/consolidado/publicacionesdigitales/60-159\\_Manual\\_Practico\\_de\\_Recomendaciones\\_Tecnicas\\_y\\_de\\_Gestion\\_Medioambiente-\\_Sector\\_de\\_Tratamiento/60-159/7\\_FABRICACION\\_DE\\_PRODUCTOS\\_METALICOS.PDF](http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/consolidado/publicacionesdigitales/60-159_Manual_Practico_de_Recomendaciones_Tecnicas_y_de_Gestion_Medioambiente-_Sector_de_Tratamiento/60-159/7_FABRICACION_DE_PRODUCTOS_METALICOS.PDF)
- Arias , F. (2008). *Administración de los Recursos Humanos*.
- Ávila , J. (2005). *Introducción a la Economía* . México: Plazo y Valdez.
- Baca , G. (2003). *Preparación y Evaluación de Proyectos* . México: McGraw-Hill.
- Banco Central del Ecuador . (17 de Enero de 2020 ). *Economía ecuatoriana*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1348-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-se-recuperar%C3%A1-07-durante-el-2020>
- Basurto , C. (2017). *Mejoramiento en el proceso productivo en la fabricación de ventanas de aluminio y vidrio*. Guayaquil .
- Bernal , C. (2010). *Metodología de la Investigación en Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Colombia: Tercera Edición Pearson.
- Bernal César. (2010). *Metodología de la investigación*.
- Bustos , F. (2009). *La Producción Artesanal. Visión Gerencial* .
- Cárdenas, M. (2008 ). *Técnica de la Gestión del Talento Humano* . Venezuela .
- Carvajal, J. (2013). *Reforma Ordenanza Reglamentaria para las calles y espacios públicos*. Cañar- La Troncal.
- Cenzo, R. &. (2008). *SUPERVISIÓN quinta edición*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Chiavenato , I. (2002). *Fundamentos Teóricos sobre la Gestión del Talento Humano*. Colombia: Segunda Edición McGrawhill .

- Código de trabajo . (26 de Septiembre de 2012). *La Comisión de Legislación y Codificación del Código de Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Tabajo-PDF.pdf>
- Corrillo , F., & Gutiérrez , M. (2016). Estudio Técnico- Localización. *UAJMS*, 1-5. Obtenido de [http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11\\_a05.pdf](http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf)
- Corvo , H. (2021). *Macrolocalización* . <https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>.
- CTMA. (2019). *Normas Iso 14000 y Sistemas de Gestión* . Obtenido de <https://ctmaconsultores.com/normas-iso-14000/>
- Ecuador Negocios . (2014). Aluminio y Vidrio Fajardo e hijos. La Troncal , Cañar .
- Eraso , O. (2011). *Proceso de manufactura en Ingeniería Industrial* . Obtenido de [https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/4998/332571\\_Modulo2011.pdf?sequence=1](https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/4998/332571_Modulo2011.pdf?sequence=1)
- Felipe , S. (2017). *Planta-Maquinaria-Equipos*. Chihuahua.
- Fernando , M. (2011). *Aseguramiento de la calidad de las fundiciones de aluminio* . Riobamba .
- García , J., Guerrero , J., & Jaramillo , I. (2017). *Marketing Aplicado en el Sector Empresarial* . Machala: Redes 2017 UTMACH.
- García , S., & Almeida, P. (2021). *Ecuador: Situación macroeconómica en 2020 y perspectivas 2021*. Obtenido de <https://colegiodeeconomistas.org.ec/wp-content/uploads/2021/01/Perspectivas-Macroeconomicas-Ecuador-2020-y-2021.pdf>
- Guzmán , J. (2017). *Estudio de mercado para la producción y comercialización de un producto* . Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/06/14/Guzman-Juan.pdf>
- Hérrnandez, D. (2009). *Diseño Organizacional bajo un enfoque sistémico para unidades empresariales agroindustriales*. Colombia : Organización las Minas.
- Herrera, L. (2004). *Metodología de la Investigación* . Colombia .
- ISOTools. (2015). *ISO 9001 de Gestión de Calidad* . Obtenido de <https://www.isotools.org/normas/calidad/iso-9001/>
- Kloter. (2003). *Plan de Marketing* . Puebla .
- Kotler, & Armstrong. (2003). *Definición de Distribución* .

- Lerma , J. (2006). *Definición de población* .
- Ley de Defensa del Artesano . (14 de Mayo de 2008). *Junta Nacional de Defensa del Artesano*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu168907.pdf>
- Ley del Regimen Tributario Interno . (31 de Diciembre de 2019). *Reglamentos de La LRTI*. Obtenido de [https://www.ces.gob.ec/lotaip/Anexos%20Generales/a2/Reformas\\_febrero\\_2020/L EY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf](https://www.ces.gob.ec/lotaip/Anexos%20Generales/a2/Reformas_febrero_2020/L EY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf)
- Martinez , P. (06 de Octubre de 2013). *Localización Optima* . Obtenido de <https://es.slideshare.net/RicardoPabnMartinez/localizacion-del-proyecto#:~:text=Definici%C3%B3n%20La%20localizaci%C3%B3n%20optima%20de, donde%20se%20instalara%20la%20planta.>
- Mercado. (2000). *Definición de producto*.
- Metal . (2 de Marzo de 2020). *Significados.com* . Obtenido de <https://www.significados.com/metal/>
- Montoya , V. (2013). *Gestión del Talento Humano* .
- Mora , J., & Eugenio , J. (2008). Análisis de la oferta y demanda. *Ra Ximhai*.
- Munch, L. (2011). *Métodos y Técnicas de Investigación* . Mexico: Trillas 4ta edición.
- Naranjo , R. (2016). *Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa Industrial* . Quito .
- Pacheco , S. (2015). *Ordenanza que regula la limpieza y mantenimientos de bienes e inmuebles o baldios* . Cañar-La Troncal .
- Perez , E. (2020). *Estudio Técnico- Infraestructura*. Obtenido de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy\\_inv/estudio%20tecnico.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/estudio%20tecnico.pdf)
- Pérez , J., & Merino , M. (2021). *Definición de herramienta*.
- Pinto, M. (2012). *Desarrollo organizacional*. México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Ramírez , C. (2005). *Enfoque Integral* . México : Limusa .
- Ramírez , R. (2013). *Concepto de Diseño Organizacional* .
- Ricardo , G. (2000). *Administración de los recursos humanos* . Pearson 5ta edición .

- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional décima quinta edición*. México: PEARSON.
- Roberto Hernández Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill/Interamerican.S.A.
- Ruiz , M. (2011). *Análisis de la Industria de Maquinaria y Equipos*.
- Sagi, L., & Grande , V. (2005 ). *Gestión por competencias* . Madrid : Esic.
- Sampieri , R. (2010). *Metodología de la Investigación Quinta edición*. Interamerican Editores S.A.
- Sampieri , R. (2014). *Metodología de la Investigación* . McGRAW-HILL/INTERAMERICANA.S.A.
- Santos , J. (2013). *Planificación de los recursos humanos* . Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/02/la-planificacion-de-los-recursos-humanos/>
- Stanton. (1984). *Plan de Marketing* .
- Tamayo, A. (2016). *Modelos y Diseños de Investigación* . Obtenido de [https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/modelos\\_y\\_diseños\\_de\\_investigacion.pdf](https://trabajodegradoucm.weebly.com/uploads/1/9/0/9/19098589/modelos_y_diseños_de_investigacion.pdf)
- Torres , V. (2014). *Diseño de un Modelo de Gestión del Talento Humano para el Gad Municipal del Cantón Salcedo* . Obtenido de [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11207/1/Torres\\_Barriga\\_Erika\\_Vanesa.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11207/1/Torres_Barriga_Erika_Vanesa.pdf)
- Ucha , F. (2010). *Definición de Infraestructura*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/infraestructura.php>
- Uriarte , J. (16 de Marzo de 2021). *Características del Vidrio* . Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/vidrio/>
- Valencia, W. (2014). *La Demanda Insatisfecha* . Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/307180574\\_La\\_demanda\\_insatisfecha\\_en\\_los\\_proyectos\\_de\\_inversion\\_publica](https://www.researchgate.net/publication/307180574_La_demanda_insatisfecha_en_los_proyectos_de_inversion_publica)
- Vera , V. (2021). *Gestión del Talento Humano de la Comisaría Municipal de la Parroquia San Juan*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9125/E-UTB-FAFI-ING.COM-000586.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vitro. (2013). *La Historia del Vidrio* . Company Vidrio.

Wayne , R. (2004). *Administración de Recursos Humanos*. 8va Edición.

## ANEXOS

### Resumen

La presente investigación tendrá como objetivo principal el realizar un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio en el cantón La Troncal, provincia del Cañar. Se fabricarán diversos tipos de ventanas de buena calidad y precios accesibles para la comunidad que los adquiere para satisfacer sus necesidades de construir sus viviendas.

La empresa será la principal promotora de determinar la producción de las ventanas con sus batientes, las corredizas, las guillotinas, las giratorias, las de tipo fuelle y acordeón. Para la fabricación utilizarán técnicas altamente calificadas y herramientas especiales para que los productos tengan la calidad requerida y cubra a tiempo las necesidades determinadas por el sector de construcciones de las viviendas para la comunidad del cantón La Troncal.

Mediante el análisis del mercado se involucrará el público objetivo y sus necesidades, también la funcionabilidad de las estrategias del marketing mix aplicadas en la cuatro P (producto, precio, plaza y promoción) y el desarrollo de rentabilidad de acuerdo a la oferta y demanda dentro de la segmentación de mercado de la empresa ALUVIDRIO del Cantón La Troncal.

*Palabras Clave:* Producción, Estrategias, Promoción, Plaza.





Universidad  
Católica  
de Cuenca

COMUNIDAD  
EDUCATIVA AL  
SERVICIO DEL PUEBLO

## CENTRO DE IDIOMAS

### RESUMEN

La presente investigación tendrá como objetivo principal el realizar un estudio de mercado para crear una empresa de fabricación de productos metálicos, ventanas en aluminio y vidrio en el cantón La Troncal, provincia del Cañar. Se fabricarán diversos tipos de ventanas de buena calidad y precios accesibles para la comunidad que los adquiere para satisfacer sus necesidades de construir sus viviendas. La empresa será la principal promotora de determinar la producción de las ventanas con sus batientes, las corredizas, las guillotinas, las giratorias, las de tipo fuelle y acordeón. Para la fabricación utilizarán técnicas altamente calificadas y herramientas especiales para que los productos tengan la calidad requerida y cubra a tiempo las necesidades determinadas por el sector de construcciones de las viviendas para la comunidad del cantón La Troncal. Mediante el análisis del mercado se involucrará el público objetivo y sus necesidades, también la funcionabilidad de las estrategias del marketing mix aplicadas en la cuatro P (producto, precio, plaza y promoción) y el desarrollo de rentabilidad de acuerdo a la oferta y demanda dentro de la segmentación de mercado de la empresa ALUVIDRIO del Cantón La Troncal.

Palabras Clave: Producción, Estrategias, Promoción, Plaza





Universidad  
Católica  
de Cuenca

COMUNIDAD  
EDUCATIVA AL  
SERVICIO DEL PUEBLO

## CENTRO DE IDIOMAS

### ABSTRACT

The main objective of this research will be to carry out a market study to create a company for the manufacture of metal products, aluminum windows, and glass in the canton of La Troncal, province of Cañar. Different types of good quality windows and affordable prices will be manufactured for the community that acquires them to satisfy their needs to build their homes. The company will be the principal promoter of determining the production of windows with their casements, sliding, guillotine, revolving, bellows, and accordion-type. For the manufacture, highly qualified techniques and special tools will be used so that the products have the required quality and timely cover the needs determined by the housing construction sector for the community of La Troncal canton. Through market analysis, the target audience and their needs will be involved, as well as the functionality of the marketing mix strategies applied in the four Ps (product, price, place, and promotion) and the development of profitability according to supply and demand within of the market segmentation of the company ALUVIDRIO from Canton La Troncal.

*Keywords:* production, strategies, promotion, place

La Troncal, 8 de abril 2022

**EL CENTRO DE IDIOMAS DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA, CERTIFICA QUE EL DOCUMENTO QUE ANTECEDE FUE TRADUCIDO POR PERSONAL DEL CENTRO PARA LO CUAL DOY FE Y SUSCRIBO**

**Lic. Nancy Orellana P., MSc.**



**COORDINADORA CENTRO DE IDIOMAS LA TRONCAL**

## Informe de Originalidad Turnitin

TESIS TITULACION por Victor Zambrano Quintana

Desde TESIS ZAMBRANO (ADMINISTRACION DE EMPRESAS)



- Procesado el 25-ene.-2022 00:12 -05
- Identificador: 1747651173
- Número de palabras: 12052

Ing Carlos Orellana  
O.  
Responsable de  
Unidad de  
Titulación  
La Troncal -  
Ecuador

Índice de similitud  
7%  
Similitud según fuente



Universidad  
Católica  
de Cuenca

Internet Sources:  
6%

Publicaciones:  
1%

Trabajos del estudiante:  
3%

## fuentes:

1 2% match ()  
[Bowen Rodas, David Antonio, Narvaez Tapia, Grecia Viviana. "Creación de una nueva línea de ventanas de aluminio y vidrio prefabricadas con medidas estandarizadas para incrementar el rendimiento financiero de la microempresa Windoor.", 2013](#)

2 1% match (trabajos de los estudiantes desde 08-nov.-2021)  
[Submitted to Universidad Católica De Cuenca on 2021-11-08](#)

3 1% match (trabajos de los estudiantes desde 21-ene.-2019)  
[Submitted to Universidad Católica De Cuenca on 2019-01-21](#)

4 1% match (trabajos de los estudiantes desde 13-may.-2019)  
[Submitted to Universidad Católica De Cuenca on 2019-05-13](#)

5 1% match (Internet desde 27-abr.-2021)

<https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/1608/MANUAL%20DE%20FUNCIONES%20PARA%20EL%20isAllowed=y&sequence=1>

6 1% match (Internet desde 22-jul.-2021)  
[http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22971/1/T-UCE-F-ESCOBAR\\_MENDEZ.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/22971/1/T-UCE-F-ESCOBAR_MENDEZ.pdf)

7 1% match (Internet desde 27-abr.-2021)  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3849/1/TM-ULVR-0201.pdf>

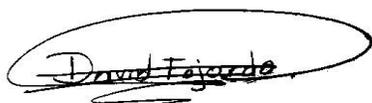
8 1% match (Internet desde 13-dic.-2020)  
<https://documentop.com/codigo-del-trabajo-gobierno-abierto-59fb48a01723dde209526883.html>

## texto del trabajo:

Introducción La presente investigación, especialmente se ubica en el cantón La Troncal en la provincia del Cañar, parte de un pequeño taller que se podría considerar como de economía doméstica que elabora productos de "aluminio y vidrio" en donde su propietario es el "hombre orquesta" y su éxito está supeditado a su intuición. Desarrollaremos un estudio de mercado para de ese pequeño taller crear una empresa de fabricación de productos metálicos en

**David Ismael Fajardo Láinez, Víctor Fernando Zambrano Quintana**, con número de cédula **0303157788, 0302210752**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“ESTUDIO DE MERCADO PARA CREAR UNA EMPRESA DE FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METALICOS, VENTANAS EN ALUMINIO Y VIDRIO.”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La Troncal, 10 de marzo de 2022



F.....

**David Ismael Fajardo Láinez  
Quintana**

**C.I. 0303157788**



F: .....

**Víctor Fernando Zambrano**

**C.I. 0302210752**