

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto desarrolla un óptimo Plan de Negocios para la creación de una nueva microempresa que se llamará ALUMIGAL, la misma que se dedicará a la fabricación de ventanas con perfiles de aluminio en medidas estandarizadas. Primero, se enuncian los antecedentes que corroboran la idea de crear una nueva microempresa, los datos macro y micro económicos que la sustentan, y una breve descripción de la investigación necesaria para su realización. Posteriormente, se expone la teoría de soporte para el desarrollo del proyecto, redactado a través del Marco Teórico. Comprendido la parte teórica, se realiza el desarrollo metodológico de la investigación de mercado, se define el segmento meta, y se obtiene la información necesaria por medio de un censo; además del análisis de la oferta y la demanda del mercado. A través de un análisis a la competencia se determina el precio, la forma de distribución y la promoción que manejará la empresa, para conseguir los objetivos de ventas en las condiciones esperadas. Se determina la rentabilidad y sustentabilidad del negocio por medio de los estados financieros de la microempresa, los cuales permiten realizar proyecciones de egresos e ingresos, así como el flujo de efectivo, y evaluar el proyecto con ayuda de los indicadores financieros como el TIR, el VAN entre otros. Finalmente, se expone las conclusiones de la investigación realizada y se sugiere ciertas recomendaciones para el futuro negocio.

SUMMARIZE EXECUTIVE

This project develops an optimal business plan for the creation of a new micro-enterprises to be called ALUMIGAL, it devoted to the manufacture of Windows with standardised measures aluminum profiles. First, background that corroborate the idea of creating a new micro data sets out macro and micro economic underpinning, and a brief description of the research needed for its realization. Then discusses the theory of support for the development of the draft, drafted on the theoretical framework. Understood the theoretical part is the methodological development of market research, segment defined goal, and gets the necessary information from a census; analysis of supply and demand of the market. Through a competition analysis determines price, the form of distribution and promotion that will handle the company to achieve the objectives of sales under the expected conditions. Determines profitability and sustainability of the business in the financial statements of the microenterprise, which allow to make projections of expenses and income, as well as cash flow, and evaluate the project with help of financial indicators such as the TIR, the VAN among others. Finally, discusses the findings of the research and suggested certain recommendations for future business.

