



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
GUANTES DE ALGODÓN, LANA Y ACRÍLICOS, EN LA CIUDAD DE  
QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**AUTOR: VÁSQUEZ POZO CRISTIAN ANDRÉS**

**DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS**

**IBARRA, JULIO DEL 2012**

## RESUMEN EJECUTIVO

La investigación puesta a consideración es un “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de guantes de algodón, lana y acrílico en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha”. La motivación principal fue conocer si la producción de guantes tejidos a pequeña escala es factible en dicha localidad, el estudio se realizó analizando las características de cada tipo de guante, para conocer las posibilidades de producir guantes de algodón, se consideró las necesidades que las empresas manufacturas tienen de brindar las condiciones de seguridad adecuadas a trabajadores que desarrollan actividades de mediano y alto riesgo, entre las herramientas de seguridad industrial más utilizadas se encuentran los guantes tejidos simples o recubiertos de puntos de PVC. Con respecto a los guantes de lana y acrílico son utilizados como prenda de vestir para resguardarse del frío, considerando esta necesidad como principal motivo para su producción. El punto de partida fue realizar el diagnóstico situacional recopilando información a través de observación primaria y secundaria dando origen a la matriz AOOD, mediante encuestas se inició el estudio de mercado para los guantes de puntos de PVC, tomando los datos de ferreterías que se encuentran en el Distrito Metropolitano con el objetivo de conocer los precios de distribución y comercialización, las opciones de pago y las principales marcas nacionales e internacionales de productos competidores, de igual manera se realizó encuestas a distribuidores de guantes de moda fijando características como colores, tallas, precios de distribución y comercialización y el principal requerimiento del cliente, calidad en los guantes que consume. La FÁBRICA DE GUANTES CABRERA será una empresa unipersonal no obligada a llevar contabilidad, con estructura organizacional, bases filosóficas y marco legal; a través del estudio financiero se establece un monto inicial de inversión de \$ 36.769,56 con los siguientes indicadores financieros: VAN \$ 6.321,27, TIR 15,35%, período de recuperación 3 años 6 meses y beneficio-costo de \$1.17; en cuanto a la producción se llegó a determinar que la demanda insatisfecha de guantes de puntos de PVC 36.206 pares de guantes anuales a un precio de \$1,00 el par, pretendiéndose cubrir el 77.15%, mientras que la demanda de los guantes de moda es igual a 36.960 pares anuales a un precio de \$0,80 los guantes de lana y a un precio de \$1,25 los guantes de acrílico, esperando cubrir un 59.6% para el presente año. Entre los principales impactos, económico - social - ecológico se encuentran la generación de plazas de trabajo, la generación de divisas que ayuden a la circulación interna de capital, la oportunidad de contar en el mercado con productos nacionales de calidad y la optimización de recursos al emplear en la fabricación maquinaria de última tecnología.

## ABSTRACT

The investigation is considering making a "Feasibility study for the creation of a small producer and marketer of cotton gloves, wool and acrylic in the city of Quito, Pichincha Province". The main motivation was to determine whether the production of knitted gloves small scale is feasible in the locality, the study was conducted by analyzing the characteristics of each type of glove, to explore the possibilities of producing cotton gloves, was considered the needs that companies manufactures have to provide adequate security conditions to workers engaged in activities of medium and high risk, including industrial security tools used are simple knitted gloves or PVC coated points. With regard to wool and acrylic gloves are used as clothing to keep out the cold, considering this need as the main reason for their production. The starting point was the diagnosis situational information collected through primary and secondary observation giving rise to the matrix AOOD through surveys began studying market for PVC dots gloves, taking data from hardware stores that are in the Metropolitan District in order to know the distribution and sale prices, payment options and major national and international brands of competing products, the same way polls are conducted gloves fashion distributors setting features such as colors, sizes, prices distribution and marketing and chief customer requirements, quality gloves consuming. The glove factory is a sole proprietorship CABRERA not obliged to keep books, with organizational structure, philosophical and legal framework, through the financial study provides an initial investment of \$ 36,769.56 with the following financial ratios: VAN \$ 6321.27, 15.35% IRR, payback period 3 years 6 months and benefit-cost of \$ 1.17, in terms of production it was determined that the unmet demand for PVC dots gloves 36,206 pairs of gloves a year price of \$ 1.00 a pair, pretending to cover the 77.15%, while the demand for fashionable gloves equals 36,960 pairs per year at a price of \$ 0.80 wool gloves and a price of \$ 1.25 gloves acrylic, hoping to cover 59.6% for this year. The main impacts, economic - social - ecological are generating new jobs, generate foreign exchange to help the internal movement of capital, the opportunity to have in the domestic market with quality and value for money to used in making art machinery.

## **AUTORÍA**

Yo, VÁSQUEZ POZO CRISTIAN ANDRÉS, portador de la cédula de ciudadanía N° 100276862-8 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GUANTES DE ALGODÓN, LANA Y ACRÍLICOS, EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA. ”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

-----  
**Firma**  
**CI: 100276862-8**

## **CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado VÁSQUEZ POZO CRISTIAN ANDRÉS, para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GUANTES DE ALGODÓN, LANA Y ACRÍLICOS, EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA “. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los nueve días del mes de julio del 2012.

-----

**Ing. Marcelo Vallejos**  
**C.I. 100181382-1**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Vásquez Pozo Cristian Andrés, con cedula de ciudadanía Nro. 100276862-8, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GUANTES DE ALGODÓN, LANA Y ACRÍLICOS, EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA “, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO COMERCIAL**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos de cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Universidad Técnica del Norte.

.....

Vásquez Pozo Cristian Andrés

C.I. 100276862-8

Ibarra, a los nueve días del mes de Julio, de 2012



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión universitaria.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100276862-8		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	VÁSQUEZ POZO CRISTIAN ANDRÉS		
<b>DIRECCIÓN:</b>	ANTONIO ANTE ATUNTAQUI		
<b>EMAIL:</b>	av.777.bsc@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELEFONO MÓVIL:</b>	0995065840

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE GUANTES DE ALGODÓN, LANA Y ACRÍLICOS, EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA”
<b>AUTOR:</b>	VÁSQUEZ POZO CRISTIAN ANDRÉS
<b>FECHA:</b>	9 DE JULIO DEL 2012

<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERO COMERCIAL
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	ING. MARCELO VALLEJOS

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Vásquez Pozo Cristian Andrés, con la cédula de identidad Nro.100276862-8, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los nueve días del mes de Julio de 2012

**EL AUTOR:**

(Firma).....

Nombre:.....

C.C.:.....

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

Nombre:.....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo  
Universitario \_\_\_\_\_



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a todas las personas que creyeron en mí.

**Andrés**

## **AGRADECIMIENTO**

A mi madre por haberme apoyado a lo largo de mi vida.

A mis primas por su colaboración durante el desarrollo del proyecto.

Al Sr. Daniel Cabrera por haberme brindado la confianza y apertura para realizar el estudio de factibilidad en su proyecto productivo.

Al Ing. Marcelo Vallejos por dedicar parte de su valioso tiempo a dirigir este proyecto ya que por él se superaron las dificultades que se presentaron durante el desarrollo del mismo.

Al Dr. Wilson Pozo por su oportuna intervención, que hizo posible la culminación exitosa de este proyecto.

**Andrés**

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de guantes de algodón, lana y acrílicos, en la ciudad de Quito provincia de Pichincha”**, ha sido desarrollado bajo la modalidad de proyecto productivo. A continuación se expone una síntesis de lo tratado en cada capítulo del informe final.

En el primer capítulo se desarrolla el diagnóstico situacional y contiene los antecedentes históricos, geográficos, climáticos, demográficos, económicos, sociales, la matriz AOOD, con la finalidad de conocer la situación actual y los factores favorables para la ejecución del proyecto.

El segundo capítulo trata sobre el marco teórico mismo que está enmarcado en la recopilación de información bibliográfica, referente a conceptos básicos que sustenten teórica y científicamente la investigación del proyecto.

En el tercer capítulo se hace mención al estudio de mercado, determinando la oferta y demanda de los guantes tejidos para el sector industrial y de vestir, requerimientos, precios y competencia de los productos, estudio que fue sustentado con encuestas.

En el cuarto capítulo se realizó un estudio técnico y hace referencia a la ubicación de la planta, capacidad de producción, materia prima empleada, flujo grama del proceso productivo, detalle de maquinarias y equipos que se emplearán en la producción y en general los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

El quinto capítulo se refiere al estudio económico realizado, aquí están los ingresos y egresos, balances y evaluadores financieros para saber si el proyecto es rentable o no.

En el capítulo seis se trata sobre la estructuración de la pequeña empresa.

En el capítulo siete se detallan los impactos que generará el proyecto en el entorno, las conclusiones a las que se llega y las recomendaciones que se pueden dar.

## ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁG.
PORTADA.....	i
RESUMEN E EJECUTIVO.....	ii
ABSTRAC.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS.....	vi
AUTORIZACIÓN.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xvii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii

### CAPITULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes.....	24
Aspectos geográficos.....	24
Aspectos climáticos.....	24
Aspectos demográficos.....	25
Aspectos económicos.....	25
Aspectos sociales.....	26
Objetivos.....	28
General.....	28
Específicos.....	28
Matriz de relación diagnóstica.....	29
Técnicas de investigación.....	30
Información primaria.....	30
Información secundaria.....	34
Diagnostico externo matriz AOOD.....	36
Cruce estratégico.....	37
Identificación de la oportunidad de inversión.....	38

### CAPITULO II MARCO TEÓRICO

<b>Diagnóstico.....</b>	<b>39</b>
<b>Estudio de mercado.....</b>	<b>39</b>
Mercadotecnia.....	39
Mercado.....	40
Producto.....	40
Publicidad.....	40
Precio.....	40

Fijación de precios.....	41
Demanda.....	41
Oferta.....	41
Comercialización.....	42
<b>Estudio técnico.....</b>	<b>42</b>
Tamaño del proyecto.....	42
Localización.....	42
Ingeniería del proyecto.....	43
<b>Estudio financiero.....</b>	<b>43</b>
Capital de trabajo.....	43
Ingresos.....	44
Egresos.....	44
Costos.....	44
Costos de producción.....	44
Materia prima.....	44
Mano de obra.....	45
Costos indirectos.....	45
Gastos.....	45
Gastos administrativos.....	46
Gastos financieros.....	46
Gastos de ventas.....	46
<b>Estados financieros.....</b>	<b>46</b>
Balance general.....	47
Estado de resultados.....	47
<b>Flujo de caja.....</b>	<b>47</b>
<b>Indicadores de evaluación financiera.....</b>	<b>48</b>
Valor actual neto.....	48
Tasa interna de retorno.....	48
Beneficio - costo.....	48
Periodo de recuperación de la inversión.....	49
<b>Empresa.....</b>	<b>49</b>
<b>Pequeña empresa.....</b>	<b>49</b>
Constitución de la pequeña empresa.....	49
<b>Estructura legal.....</b>	<b>50</b>
<b>Estructura administrativa.....</b>	<b>51</b>
Planeación.....	51
Organización.....	51
Dirección.....	51
Control.....	52
Organigrama.....	52
Organización Funcional.....	52
<b>Impactos.....</b>	<b>53</b>
<b>Los guantes.....</b>	<b>53</b>
Tipos de guantes.....	53

### **CAPITULO III ESTUDIO DE MERCADO**

<b>Presentación.....</b>	<b>55</b>
Objetivos del estudio de mercado.....	55
General.....	55
Específicos.....	56
Matriz de relación diagnóstica del estudio de mercado.....	56
Identificación del producto y subproductos.....	56
Características del producto.....	57
Productos sustitutos.....	59
<b>Investigación.....</b>	<b>60</b>
Segmentación.....	61
Calculo de la muestra para el estudio de mercado.....	61
<b>Presentación de resultados de encuestas y entrevistas aplicadas...</b>	<b>62</b>
Análisis de resultados de encuestas realizadas a ferreterías para guantes de trabajo.....	62
Análisis de encuestas realizadas a distribuidores, mayoristas y comerciantes de guantes de moda.....	72
<b>Análisis y proyección de la oferta.....</b>	<b>78</b>
Análisis de la oferta guantes de trabajo.....	78
Análisis de la oferta guantes de moda.....	79
Comportamiento histórico guantes de trabajo.....	80
Proyección de la oferta de guantes de trabajo.....	81
<b>Análisis y proyección de la demanda.....</b>	<b>84</b>
Análisis de la demanda de guantes de puntos pvc.....	84
Análisis de la demanda de guantes de moda.....	85
Proyección de la demanda.....	85
Balance entre oferta y demanda.....	87
<b>Análisis de precio.....</b>	<b>88</b>
Análisis de precio de los guantes de trabajo.....	88
Análisis de precio de los guantes de moda.....	89
<b>Análisis de la competencia.....</b>	<b>89</b>
Análisis de la competencia en los guantes de trabajo.....	90
Análisis de la competencia en los guantes de moda.....	91
<b>Análisis de la comercialización del producto.....</b>	<b>91</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>94</b>

### **CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO**

<b>Análisis técnico.....</b>	<b>96</b>
Macro localización del proyecto.....	96
Micro localización del proyecto.....	97
<b>Diseño de las instalaciones físicas.....</b>	<b>98</b>

<b>Distribución del taller.....</b>	99
Área de ventas y contabilidad.....	99
Área de producción.....	100
<b>Disponibilidad de recursos.....</b>	100
Recursos económicos.....	100
Recursos humanos.....	100
Recursos tecnológicos.....	101
Suministros de oficina.....	101
Recursos para la producción.....	101
<b>Proceso productivo.....</b>	102
Proceso general.....	102
Resumen de actividades por tiempo.....	104
Diagrama de flujo operativo.....	105
Procesos productivos.....	107
<b>Presupuesto de inversión.....</b>	110
Inversión fija.....	110
Inversión variable.....	112
Capital de Trabajo.....	113
<b>Estructura de la inversión.....</b>	116

## **CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO**

<b>Ingresos.....</b>	117
<b>Ingresos proyectados.....</b>	117
<b>Egresos.....</b>	118
Costos de producción.....	118
Gastos administrativos.....	122
Gastos ventas.....	123
<b>Depreciación.....</b>	124
<b>Arriendo.....</b>	124
<b>Balance general inicial.....</b>	125
<b>Estado de pérdidas y ganancias proyectadas.....</b>	125
<b>Flujo de caja.....</b>	126
<b>Evaluación financiera.....</b>	126
Costo de oportunidad.....	126
Valor actual neto.....	127
Tasa Interna de retorno.....	128
Periodo de recuperación.....	128
Beneficio - costo.....	129
Punto de equilibrio.....	130



## CAPITULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

<b>Establecimiento de la pequeña empresa</b> .....	132
<b>Identificación de la empresa</b> .....	132
<b>Misión</b> .....	133
<b>Visión</b> .....	133
<b>Objetivos</b> .....	133
<b>Políticas</b> .....	133
<b>Valores y principios</b> .....	134
Principios.....	134
Valores.....	134
Estructura organizativa.....	135
<b>Organigrama estructural</b> .....	135
Organigrama funcional.....	136
<b>Base legal</b> .....	141
Nombre o razón social de la empresa.....	141
Representante legal.....	141
Tipo de empresa.....	141
Legalización de la pequeña empresa.....	141

## CAPITULO VII IMPACTOS DEL PROYECTO

Impacto social.....	146
Impacto económico.....	147
Impacto ecológico.....	148

<b>CONCLUSIONES</b> .....	149
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	151
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	153
<b>LINCOGRAFÍA</b> .....	153
<b>ANEXOS</b> .....	155

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>PÁG.</b>
No. 4.1	Provincia de pichincha.....	97
No. 4.2	Provincia de pichincha.....	98
No. 4.3	Distribución del taller.....	99
No. 4.4	Flujograma operativo.....	106
No. 4.5	Proceso productivo guantes de puntos de pvc.....	107
No. 4.6	Proceso productivo guantes de lana.....	108
No. 4.7	Proceso productivo guantes de acrílico.....	109
No. 6.1	Logotipo.....	132
No. 6.2	Organigrama.....	135

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	TÍTULO	PÁG.
No. 1.1	Matriz de relación diagnóstica.....	29
No. 1.2	Matriz AOOR.....	36
No. 1.3	Cruce estratégico.....	37
No. 3.1	Matriz de estudio de mercado.....	56
No. 3.2	Tamaño de la población.....	60
No. 3.3	Muestra.....	61
No. 3.4	Existencia de la demanda.....	62
No. 3.5	Características del producto.....	63
No. 3.6	Frecuencia y cantidad de demanda.....	64
No. 3.7	Competidores.....	65
No. 3.8	Segmentación de la demanda.....	66
No. 3.9	Requerimientos del producto.....	67
No. 3.10	Comercialización del producto.....	68
No. 3.11	Satisfacción del cliente.....	69
No. 3.12	Nuevo producto.....	70
No. 3.13	Precio del producto.....	71
No. 3.14	Características del producto.....	72
No. 3.15	Frecuencia y cantidad de demanda.....	73
No. 3.16	Comercialización del producto.....	74
No. 3.17	Variedad de modelos.....	75
No. 3.18	Preferencia de color.....	76
No. 3.19	Precio.....	77
No. 3.20	Oferta de productores.....	79
No. 3.21	Importaciones guantes pvc.....	80
No. 3.22	Industrias manufactureras por provincia.....	82
No. 3.23	Industrias manufactureras por cantón.....	83
No. 3.24	Proyección de la oferta de guante de puntos pvc.....	83
No. 3.25	Proyección de la oferta guantes de moda.....	84
No. 3.26	Proyección demanda.....	86
No. 3.27	Proyección demanda.....	86
No. 3.28	Balance oferta y demanda guantes pvc.....	87
No. 3.29	Balance oferta y demanda guantes de lana y acrílico.....	87
No. 3.30	Precios de los guantes de trabajo.....	89
No. 3.31	Puntos críticos del análisis.....	90
No. 3.32	Aspectos básicos de comercialización.....	91
No. 4.1	Método cualitativo por puntos.....	97
No. 4.2	Requerimientos eléctricos e hidro sanitarios de la maquinarias.....	100
No. 4.3	Maquinaria.....	101
No. 4.4	Proceso general.....	102

No. 4.5	Resumen de actividades por tiempo.....	105
No. 4.6	Maquinaria y herramientas.....	110
No. 4.7	Equipo de computación.....	111
No. 4.8	Equipo de oficina.....	111
No. 4.9	Muebles y enseres.....	112
No. 4.10	Útiles de oficina.....	112
No. 4.11	Arriendo.....	113
No. 4.12	Capital de trabajo.....	113
No. 4.13	Materiales.....	114
No. 4.14	Insumos.....	115
No. 4.15	Mano de obra.....	115
No. 4.16	Servicios básicos.....	115
No. 4.17	Mantenimiento y reparación.....	116
No. 4.18	Inversión variable.....	116
No. 4.19	Inversiones.....	116
No. 5.1	Ingresos.....	118
No. 5.2	Proyección de materia prima.....	118
No. 5.3	Proyección de los insumos.....	120
No. 5.4	Salario básico.....	120
No. 5.5	Proyección de mano de obra.....	121
No. 5.6	Proyección de costos generales de fabricación.....	121
No. 5.7	Resumen de costos de producción.....	122
No. 5.8	Proyección de gastos administrativos.....	122
No. 5.9	Útiles de oficina.....	123
No. 5.10	Resumen gastos administrativos.....	123
No. 5.11	Publicidad.....	124
No. 5.12	Depreciaciones.....	124
No. 5.13	Arriendo.....	124
No. 5.14	Balance general inicial.....	125
No. 5.15	Estado de pérdidas y ganancias proyectadas.....	125
No. 5.16	Flujo de caja.....	126
No. 5.17	Costo de oportunidad.....	126
No. 5.18	Van.....	127
No. 5.19	Tir.....	128
No. 5.20	Periodo de recuperación.....	128
No. 5.21	Beneficio/costo.....	129
No. 5.22	Ponderación.....	130
No. 7.1	Valoración de impactos.....	145
No. 7.2	Impacto social.....	146
No. 7.3	Impacto económico.....	147
No. 7.4	Impacto ecológico.....	148

## INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Quito, capital del Ecuador principal fuente económica y poblacional del país se encuentra situada la Parroquia la Magdalena, caracterizada por ser una de las zonas comerciales del sur de la ciudad, cuenta con variedad de almacenes, talleres y fábricas de productos y servicios de fácil accesibilidad, se puede encontrar materias primas, productos terminados o semi elaborados y además en el sector existe la mano de obra requerida en diversas ramas de la producción. Estas características hacen del sector favorable para desempeñar actividades de fabricación y de comercialización.

Hace algunos años los guantes de trabajo más conocidos eran los de caucho, útiles en las labores domésticas pero inadecuados para labores industriales de riesgo, por lo que con el tiempo han surgido los guantes de seguridad industrial entre ellos los tejidos de algodón con revestimiento de diferentes materiales como caucho, PVC, goma, nitrilo, entre otros, actualmente son requeridos para labores manuales en mecánicas, metálicas, metalmecánicas y en labores pesadas en las que se necesite proteger las manos de los obreros o trabajadores, también existen guantes tejidos con revestimiento parcial es decir solo en la palma del guante o también los hay con revestimiento en los dos lados.

En cuanto a los guantes tejidos de lana y acrílico son conocidos comúnmente como guantes tejidos de moda considerados prendas de vestir actualmente muy necesarios para resguardarse del frío.

Los principales proveedores de guantes tejidos tanto de trabajo como de moda han sido desde sus inicios China, Colombia, Venezuela y Estados Unidos, en el Ecuador la producción de guantes tejidos es reciente y escasa ya que no existen fábricas especializadas en la producción de

estos tipos de guantes y por lo tanto no se cuenta con una producción nacional adecuada para competir con los productos extranjeros.

### **Justificación**

La creación de esta fábrica permitirá satisfacer la falta de productos en el mercado, aumentando la oferta de los mismos y a su vez mejorando la competitividad interna, brindando al cliente productos de mayor calidad y a precios convenientes, proyectándose a posicionar los guantes de trabajo y de moda a nivel nacional y posteriormente exportando los productos a mercados internacionales.

Los guantes se fabricarán de acuerdo a las necesidades del consumidor y debido al tipo de maquinaria que se pretende utilizar será factible elaborar guantes en varios tipos de materiales y de diferentes tamaños, también se pretende diferenciar el proceso de terminado de los productos a fin de generar varios modelos y ser competitivos con los productos que comúnmente se encuentra en el mercado.

En el país se puede encontrar materia prima de calidad (algodón, lana y acrílico) así como la mano de obra necesaria, siendo este aspecto muy importante ya que facilita el abastecimiento de materiales y proporciona fuentes de empleo, permitiendo generar mayor movimiento de capital en la economía interna del país.

Por las razones anteriormente expuestas este proyecto es factible debido a que los consumidores o clientes tendrán una mayor oferta de guantes de trabajo y de moda que fomentará el cumplimiento de requerimientos que satisfagan sus necesidades, también se podrá contribuir a la economía nacional directamente generando plazas de trabajo en los procesos de producción y comercialización y en las demás industrias que intervengan indirectamente.

## **Objetivo general**

- Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de guantes tejidos de algodón, lana y acrílico, en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

## **Objetivos específicos**

- Elaborar el diagnóstico situacional del mercado de producción textil.
- Desarrollar el marco teórico que permita sustentar la factibilidad del proyecto.
- Elaborar el estudio de mercado a fin de determinar los competidores del producto y el mercado meta.
- Elaborar el estudio técnico que permita conocer la ubicación y recursos del establecimiento o taller y el flujo grama del proceso productivo.
- Realizar la evaluación económica – financiera para determinar el monto de inversión inicial y la rentabilidad que es posible obtener.
- Elaborar la distribución organizacional y administrativa de la pequeña empresa de guantes tejidos.
- Analizar el impacto social económico y ecológico que producirá la creación de esta pequeña empresa.

## **Metodología**

Para el desarrollo del presente proyecto, se utilizaron los siguientes métodos de investigación, los mismos que se aplicaron de acuerdo a distintos procesos y los detallamos a continuación.

### **Método analítico**

El método analítico permitió tener un mayor conocimiento sobre los objetivos propuestos. Mediante la aplicación de encuestas y analizando los resultados encontrados en cada pregunta utilizando la tabulación de datos se establecieron los aliados, las oportunidades, los oponentes y los riesgos que dan origen al diagnóstico situacional del proyecto.

### **Método deductivo**

El método deductivo se utilizó en la elaboración del marco teórico del proyecto permitiendo tener un mayor conocimiento de los procesos que son necesarios para la puesta en marcha de la pequeña empresa, entre estos se definen el proceso productivo, de comercialización, administrativo y financiero a fin de optimizar la producción, objetivo fundamental de la empresa.

### **Método inductivo**

Este método se utilizó en el estudio de la muestra y en la recolección de información mediante entrevistas y encuestas realizadas al dueño del taller, a ferreterías (guantes de trabajo) y distribuidores de guantes de moda. Además este método permitió llegar a conclusiones generales con respecto a los procesos de desarrollo, a los principales impactos y las recomendaciones del proyecto.

## **CAPÍTULO I**

### **1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1 Antecedentes**

##### **1.1.1 Aspectos geográficos**

Quito, capital de la República del Ecuador y también de la provincia de Pichincha, se encuentra situada sobre la hoya de Guayllabamba en las laderas orientales del volcán activo Pichincha y al occidente de la cordillera de los Andes, su ubicación exacta es a  $0^{\circ} 13' 23''$  S y  $78^{\circ} 30' 45''$  O y tiene un altura promedio de 2.800 msnm. Debido a los distintos accidentes geográficos sobre la que descansa la ciudad posee una forma alargada, cuyo ancho no supera los 4 km, mientras que el distrito ocupa el valle de 12.000 km<sup>2</sup>. El punto más bajo del valle se encuentra a 2.680 msnm en el Condado; mientras que el más alto es la cima de La Libertad a 3.400 msnm. La ciudad está dividida en 32 parroquias urbanas, una de estas es la parroquia de la Magdalena que está entre las más conocidas al sur de Quito, donde se desarrollará este proyecto.

##### **1.1.2 Aspectos climáticos**

El clima de la ciudad es subtropical debido a las 3 zonas que posee; sur, centro, y norte; donde el sur es el lugar más frío de la ciudad porque es la zona más alta, el centro es caliente; donde se dan siempre las temperaturas más altas, y el norte es templado, en general las temperaturas oscilan entre los  $10^{\circ}$  y los  $27^{\circ}\text{C}$ . Debido a que está a 2.800 metros de altura y a que está ubicada en un valle cerca de la línea



ecuatorial, Quito mantiene condiciones primaverales todo el año. De junio a septiembre las temperaturas suelen ser más cálidas, sobre todo durante la tarde, mientras que el resto del año la temperatura suele ser templada y fría en los meses de noviembre a abril.

### **1.1.3 Aspectos demográficos**

Quito es la segunda ciudad más grande y poblada de Ecuador, además es cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito y es también el centro político de la República, alberga los principales organismos gubernamentales, culturales, financieros, administrativos y comerciales del país, su población es de 1'607.743 habitantes en las zonas urbanas y de 631.457 habitantes en las zonas rurales, en resumen se tiene una población de 2'239.191 habitantes en todo el distrito de acuerdo con el último censo de población y vivienda ecuatoriano, efectuado el 28 de Noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

### **1.1.4 Aspectos económicos**

Quito al ser también la capital económica de Ecuador, cuenta con gran diversidad de empresas de producción, comercialización y servicios entre otras, con la ayuda de las estadísticas y la información obtenida según los indicadores de mercado laboral cuya actualización es a marzo del 2012, en la que se observó que la población económicamente activa es de 802.446 de los cuales 722.981 son personas ocupados y 29.465 personas se encuentran desocupadas, mientras que el subempleo totaliza 263.691 personas.

Quito es la ciudad es la de mayor grado de recaudación de impuestos en el Ecuador por concepto de gravámenes según el Servicio de Rentas

Internas (S.R.I.) con 2.969´.849.425, 7834 a junio del 2012 superando a Guayaquil.

### **1.1.5 Aspectos sociales**

En los últimos años ha existido un crecimiento sostenido de la mayoría de industrias productivas debido a las nuevas tecnologías, facilidades de acceso a préstamos directos y nuevos mercados que se han creado, logrando que cada día existan nuevas oportunidades para la creación de empresas, en especial como son las de protección y seguridad laboral.

Las industrias principalmente manufactureras y metalmecánicas tienen que brindar una mayor protección a sus trabajadores en sus labores cotidianas para lo que muchas de ellas se vieron obligadas a traer del exterior los implementos necesarios para esta función como los son: ropa adecuada, cascos, gafas, zapatos y guantes entre otros accesorios de seguridad. La industria para este tipo de prendas de seguridad es casi nula en nuestro país, por lo que este mercado es un nicho de oportunidades virgen para su explotación.

También otro mercado al cual se puede acceder con la creación de esta empresa es el de la moda que actualmente es uno de los más competitivos ya que la maquinaria que se utilizaría para la producción sirve para los guantes de trabajo y para los guantes de moda. Estos guantes tendrían la finalidad de proteger las manos del frío por los cambios climáticos que han sido tan radicales últimamente, este proyecto cubriría las necesidades insatisfechas en estos dos mercados ya que en la actualidad la mayoría de mercadería existente es importada.

En esta ciudad principal ente articulador de producción, generador y proveedor de bienes y servicios es posible empezar una nueva industria ya que se cuenta con gran variedad de suministros, maquinaria, mano de obra y tecnología necesaria para lograrlo, es por esto que la creación de

una empresa para la fabricación de guantes tiene muchos puntos a favor, ya que cuenta además con un mercado meta amplio que puede ser el de trabajo y el de moda, a su vez estos pueden multiplicarse cuando se pueda llegar con este producto a todo el país y al exterior.

Para empezar con el estudio debemos considerar que las manos son las principales extremidades y herramientas del cuerpo humano, que nos permiten ser independientes y satisfacer nuestras necesidades básicas, al ser una parte tan delicada se debe tener la suficiente prevención en algunos trabajos y utilizar la protección adecuada cuando se exponen a ciertas actividades de peligro, con el fin de disminuir y evitar su accidentalidad.

Los guantes, son una herramienta indispensable en la protección de las manos, ellos están clasificados según el tipo de actividad laboral a la que están destinados o la actividad que el trabajador desempeñe y sus materiales varían en torno a la calidad y requerimientos de los clientes. Los materiales más comunes con los cuales se puede tejer los guantes son algodón (con todos sus derivados), polialgodón, poliéster, acrílicos, lana, nylon, licra, entre otros y además su tamaño varía como cortos, medianos y largos, y también se puede obtener una gran variedad de acabados como en los guantes de trabajo recubiertos con látex, caucho, pvc, nitrilo, goma, entre otros que son los más conocidos, y en los guantes de moda se puede tener una textura diferente de acuerdo al material con el que se elabore o cuando se aplique diferentes acabados como tintura, estampado, bordado o se ponen apliques de diferentes motivos.

No todos los guantes están diseñados para el mismo propósito, algunos se usan para proteger las manos de daños físicos como abrasión, cortaduras, calor y frío; otros protegen de riesgos biológicos y otros más elaborados, protegen las manos de exposiciones directas a productos químicos. Además ellos deben ser cómodos y los usuarios deben

sentirse seguros con su uso. De aquí la importancia de la elección adecuada de los guantes que el cliente requiera.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

- Realizar un diagnóstico situacional para determinar la matriz AOOD y la factibilidad del proyecto para crear una pequeña empresa productora y comercializadora de guantes tejidos de algodón, lana y acrílico, en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Establecer los procesos de producción para los guantes tejidos de algodón, lana y acrílico, en la ciudad de Quito.
- Identificar el mejor sistema de comercialización del producto.
- Analizar formas de administración y organización del recurso humano.
- Investigar las normativas legales vigentes para la producción y comercialización de los productos.

### 1.3 Matriz de relación diagnóstica

**CUADRO No. 1.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Establecer procesos de producción para los guantes tejidos de algodón, lana y acrílico, en la ciudad de Quito.	Producción	Maquinaria	Primaria	Entrevista	Propietario
		Materia Prima e Insumos	Primaria	Entrevista	Propietario
		Costos Indirectos de Fabricación	Primaria	Entrevista	Propietario
		Tipos de Productos	Primaria	Entrevista	Propietario
		Procesos Productivos	Primaria	Entrevista	Propietario
		Volumen de Producción	Primaria	Entrevista	Propietario
		Costos de Producción	Primaria	Entrevista	Propietario
Identificar el mejor sistema de comercialización del proyecto.	Comercialización	Estudio de Mercado	Primaria	Encuesta	Ferreterías
		Tipos de Mercados	Primaria	Encuesta	Ferreterías
		Competidores	Primaria	Encuesta	Ferreterías
		Precios	Primaria	Encuesta	Ferreterías
		Forma de Ventas	Primaria	Investigación	Documentos Externos
		Promoción y Publicidad	Primaria	Investigación	Documentos Externos
Analizar formas de administración y organización del recurso humano respecto al proyecto.	Estructura Administrativa Organizativa	Organización de la Empresa	Primaria	Entrevista	Propietario
		Organigrama de Funciones	Primaria	Entrevista	Propietario
		Perfiles requeridos para personal	Secundaria	Investigación	Documentos Externos
		Cualidades del personal	Secundaria	Investigación	Documentos Externos
Investigar las normativas legales vigentes para la producción y comercialización de los productos.	Aspectos Legales	SRI – RUC	Secundaria	Investigación	SRI
		Patente Municipal	Secundaria	Investigación	I.M.D.M.Quito
		Registro Sanitario	Secundaria	Investigación	I.M.D.M.Quito
		Permisos de Bomberos	Secundaria	Investigación	C. de Bomberos
		Patente de Marca y Logos	Secundaria	Investigación	I.E.P.I.
		Afiliación a la CAPEIPI	Secundaria	Investigación	CAPEIPI
		Afiliación a la C. de Comercio	Secundaria	Investigación	C. Comercio
		Seguridad Industrial	Secundaria	Investigación	LEYES

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

## **1.4 Técnicas de investigación**

Las técnicas de investigación que se utilizaron para obtener la información necesaria son de fuentes primarias y secundarias, las cuales son: observación directa, la entrevista, la encuesta, recopilación de información bibliográfica, y recopilación de información lincográfica. A continuación se detalla y explica donde, a quién y cómo se usaron cada una de las técnicas.

### **1.4.1 Información primaria**

Para recolectar la información necesaria y básica del proyecto, se aplicó la técnica de la observación directa en la mayoría de los campos de investigación encontrados, la entrevista realizada al propietario y las encuestas realizadas a los dueños o encargados de los distintos almacenes o ferreterías que fueron objeto de la muestra de investigación.

#### **a) Observación directa**

La observación directa se aplicó en el mercado meta de los guantes tejidos al investigar los modelos, características y precios de la competencia, para determinar los estándares de calidad y rentabilidad aceptados y requeridos por los clientes para satisfacer sus necesidades.

#### **b) Entrevista**

La entrevista se la realizó al propietario de la pequeña empresa que se pretende crear, ya que los conocimientos del Sr. Cabrera eran extensos en el campo de los tejidos, proporcionó datos sobre el proceso de producción, tiempos, recursos, y costos preliminares para iniciar el desarrollo del proyecto.

## **ENTREVISTA REALIZADA AL PROPIETARIO DE LA FÁBRICA DE GUANTES CABRERA**

**OBJETIVO:** Obtener información necesaria para poder sustentar la factibilidad del proyecto.

**NOMBRE:** Daniel Cabrera

**FECHA:** Febrero del 2012

### **1. ¿Qué lo motivo a crear esta empresa?**

El tiempo, ya no se es tan joven como para solo pensar en el presente en mi caso trabajo independientemente como Técnico Textil, pero quería tener algo en que ocuparme cuando me jubile y como es una de las ramas de las que tengo conocimiento pensé que es un trabajo que puedo realizar. Además conozco que hoy en día las reglas de seguridad laboral han cambiado y se han vuelto más estrictas por lo que tengo conocidos que trabajan en metalmecánicas, petroleras, ensambladoras de carros, y constructoras que necesitan grandes cantidades de guantes de trabajo y los traen mediante importaciones directas de otros países.

### **2. ¿Cómo encontró la maquinaria necesaria para la producción de este producto?**

Como tengo los conocimientos de maquinaria textil, conozco a los principales distribuidores de maquinaria a los que pregunte y pedí cotizaciones llegando a la conclusión de que la mejor era la que ya solicite que se me traiga de china, son 4 máquinas para tejer los guantes en diferentes galgas o tallas como se las conoce y vienen con una overlock específica para el terminado de los mismos.

### **3. ¿Cómo planea poner en marcha esta pequeña empresa?**

Tengo unos ahorros y junto con los de mi esposa decidimos invertir en este negocio ya que determinamos por medio de las muestras que solicitamos a los productores de las maquinas podríamos llegar al

mercado de los guantes de protección o seguridad y adicionalmente a los mercados de vestir o de moda.

**4. ¿Conoce usted a los proveedores de materia prima e insumos para este tipo de negocio?**

Por mi trabajo conozco a la mayoría de proveedores de materia prima e insumos, para los guantes de trabajo se necesitará algodón y existe una planta a las afueras de la ciudad que posee un material de buena calidad para este tipo de producto, mientras que para los de moda existen varias fábricas dentro de la ciudad que provee de lana o material acrílico que es el que necesitaremos para la elaboración de este tipo de guantes y los insumos se los puede conseguir también cerca de donde vivo ya que son de fácil accesibilidad.

**5. ¿Sabe usted cuál es el proceso de producción para la elaboración de los guantes?**

Si, las maquinas son automáticas por lo que tengo que enhebrar, calibrarles y ponerles a trabajar, ellas tejen y sacan los guantes terminados, después de acuerdo al modelo que sea se le termina pasándoles por la overlock en el caso de los guantes de trabajo, o se les realiza un dobles grueso en la urlardora en el caso de los guantes de moda, o también se puede realizar un dobles fino en la recta el caso de algunos modelos de guantes de trabajo que son más elaborados.

**6. ¿Cuántos guantes estima que podrá producir su empresa?**

Con los datos que tomamos de las muestras que tenemos hemos realizado cálculos y creemos que lo mínimo que podremos producir en total son 5.000 pares de guantes al mes.

**7. ¿Posee usted conocimientos contables y de comercialización?**

No tengo muchos conocimientos de contabilidad pero tengo un poco de experiencia en costos y en los referente a la comercialización tengo



algunos clientes a los que ya he ofertado los guantes de moda y me han dado buenas críticas. Pero no me preocupo de la contabilidad porque mi esposa sabe de eso es egresada de contabilidad y hasta ahora ha manejado mis negocios bien y ella será la que se encargue de ese aspecto.

**8. ¿Conoce usted a sus principales competidores?**

Por mi trabajo actual si conozco algunos de los principales de la ciudad y del norte del país, pero los más importantes son los competidores del exterior, en especial los chinos, que son los que más exportan así a nuestro país no solo guantes sino casi cualquier cosa.

**9. ¿Sabe usted los precios que se manejan en el mercado para los guantes?**

Si, por lo general los precios del mercado no varían mucho, en los guantes de moda los precios van desde \$0,50 los más económicos hasta \$1,50 dependiendo del material con el cual se elaboren y en los guantes de trabajo los precios van desde \$0,80 los guantes sencillos de puntos hasta \$6,00 los guantes recubiertos de nitrilo.

**10. ¿Qué cantidad de personas necesitara usted para poner en marcha su empresa?**

No se necesitará muchas personas, una persona para que esté pendiente de la producción de las maquinas, mi esposa que estará a cargo de la oficina y las cuentas y yo, que me encargare de la gerencia y las ventas.

**11. ¿Cree usted que el personal necesario debe cumplir con ciertos perfiles laborales?**

Creo que en todo negocio se debe tratar de contratar a personas que sepan lo que se va a realizar por lo que espero encontrar a una persona que conozca de los tejidos o de la operación de maquinaria textil, en los referente a los demás puestos como seremos mi esposa y yo quienes nos

ocupemos de esto podremos nuestro mejor esfuerzo para que salga adelante la empresa.

## **12. ¿Conoce usted los aspectos legales vigentes para la puesta en marcha de la empresa?**

Algunos si los conozco pero tendría que averiguar cuáles son los demás que necesitaría para poder llevar las cosas con total transparencia al pie de las leyes y no tener ningún inconveniente en el futuro.

### **c) Encuestas**

Las encuestas, fueron aplicadas a las personas encargadas o administradoras y a los dueños de las ferreterías y demás almacenes de moda que fueron encuestados para obtener la información del estudio de mercado y además la información específica de los guantes que serán la carta de presentación de la pequeña empresa. Los resultados de las encuestas realizadas se encuentran en el capítulo 3.

### **1.4.2 Información secundaria**

La información secundaria se la obtuvo de la investigación realizada en libros, revistas e internet para determinar los aspectos de la producción relacionados con los registros o movimientos, normativas o reglamentos vigentes para la puesta en marcha de las actividades de la empresa y la estructura y funciones que se aplicarían a la pequeña empresa con lo relacionado a la organización.

### **a) Bibliografía**

La información recolectada en base a la revisión documental de libros y revistas permitió establecer los marcos teóricos que sirvieron para

sustentar los procesos y demás lineamientos del proyecto con los cuales se realizó la investigación para los distintos capítulos.

## **b) Lincografía**

El internet fue la herramienta más útil durante el desarrollo del proyecto debido a la facilidad y rapidez con que busca la información necesaria.

### **➤ Leyes**

Todas las empresas manufactureras deben cumplir las leyes de seguridad y salud en el trabajo. Deben establecer un sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional con disposiciones y directrices prácticas y de evaluación, conforme a lo establecido en la normativa de seguridad y salud en el trabajo. Cada organización es responsable de la seguridad y salud de sus empleados.

## 1.5 Diagnóstico externo matriz AOOR

**CUADRO No. 1.2 MATRIZ AOOR**

<p><b>Aliados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Producto de calidad a buenos precios que se puede posicionar en el mercado.</li> <li>➤ Disponibilidad de maquinaria de alta tecnología.</li> <li>➤ Mano de Obra capacitada.</li> <li>➤ Gran demanda insatisfecha.</li> <li>➤ Infraestructura y localización adecuadas para la producción.</li> <li>➤ Disponibilidad de gran variedad de materia prima (texturas y colores).</li> </ul>	<p><b>Oponentes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La competencia desleal por las importaciones de guantes chinos de baja calidad a bajos precios.</li> <li>➤ Las restricciones crediticias por ser una empresa nueva son muy altas, por lo que se dificulta la mayor inversión y por ende el desarrollo de nuevos productos.</li> <li>➤ La mayoría de empresas no cumplen con las disposiciones legales, de seguridad establecidas creando una falsa demanda del producto.</li> <li>➤ Falta de credibilidad en los productos nacionales.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Posicionar los productos en el mercado, satisfaciendo los requerimientos de los clientes.</li> <li>➤ No existen muchas fábricas productoras donde se elaboran guantes tejidos para trabajo.</li> <li>➤ Se puede desplazar a los productos extranjeros.</li> <li>➤ Generación de fuentes de empleo.</li> <li>➤ Convenios con organismos públicos y privados para mejoras en la seguridad industrial de acuerdo a requerimientos específicos.</li> </ul>	<p><b>Riesgos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dificultad en la reparación de la maquinaria por falta de técnicos y repuestos.</li> <li>➤ Falta de personal que trabaje en horarios diferentes a los establecidos por las leyes y reglamentos.</li> <li>➤ No poder satisfacer la demanda de los clientes en temporadas altas.</li> <li>➤ Dependiendo del tipo guantes el tiempo de producción puede disminuir la productividad.</li> <li>➤ Falta de materia prima novedosa para ciertos tipos de guantes que trae la competencia de fuera del país.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

## 1.6 Cruce estratégico

**CUADRO No. 1.3 CRUCE ESTRATÉGICO**

<p><b>Estrategias AO (Aliados y Oportunidades)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ingresar al mercado con nuevos productos que satisfagan las necesidades de los consumidores a buenos precios mejorando la calidad de los productos.</li> <li>➤ Capacitar al personal de forma eficiente para el manejo óptimo de la maquinaria.</li> <li>➤ Aprovechar la demanda existente para ofrecer mejores productos y sustituir los que existen en el mercado que en su mayoría son extranjeros.</li> </ul>	<p><b>Estrategias OO (Oponentes y Oportunidades)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Buscar la forma de reinvertir y refinanciar las deudas internas adoptando nuevas formas de trabajo como, anticipos, créditos a corto plazo o trabajando solo en efectivo.</li> <li>➤ Mejorar la calidad de los productos con respecto a la oferta extranjera para demostrar que la producción nacional si es competitiva.</li> </ul>
<p><b>Estrategias AR (Aliados y Riesgos)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conseguir asesoría para el manejo, mantenimiento y reparación que se incluya en el contrato de compra venta de las maquinas como parte de la garantía con los distribuidores de las maquinas.</li> <li>➤ Trabajar con modelos de guantes que sean rentables y dejar los de mayor elaboración solo para pedidos especiales con antelación.</li> <li>➤ Buscar materiales económicos para el tejido de los guantes que permitan mantener y competir con los precios en el mercado.</li> </ul>	<p><b>Estrategias OR (Oponentes y Riesgos)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Encontrar nuevos mercados meta para incrementar la demanda y poder diversificar la producción de guantes.</li> <li>➤ Conocer detalladamente a la competencia para saber que se puede crear o mejorar manteniendo una vanguardia en el mercado.</li> <li>➤ Trabajar de acuerdo a pedidos para no tener un capital muerto en inventarios.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

## **1.7 Identificación de la oportunidad de la inversión**

La importación creciente y la baja productividad de guantes de las fábricas nacionales, hacen que no se pueda satisfacer las necesidades requeridas por los clientes. En el caso de los guantes de trabajo existe gran cantidad de productos que son de baja calidad o desechables en algunos modelos y tienen precios muy bajos que crean una desigualdad en la competitividad del mercado al momento de ofertar. En el caso de los guantes de moda no existe cantidad sino gran variedad de modelos, la mayoría llamativos que no se pueden realizar dentro del país y de igual forma vienen del exterior a precios bajos, sin cumplir con los estándares de calidad obligados y necesarios para satisfacer los requerimientos de los clientes.

Esto hace viable la creación de dicha empresa que mejorará la oferta en el mercado, dando mayor oportunidad a los clientes de satisfacer sus necesidades y requerimientos, logrando con esto cumplir con uno de los objetivos propuesto en el proyecto, además de obtener buenos impactos como son: para la economía, por cuanto se producirán con materiales nacionales, para la sociedad porque se generaran fuentes de empleo que ayuden a mejorar la rentabilidad de las familias y para la ecología debido a que la contaminación que tendrá el proyecto no será muy grande o severa y en general tendrá un bajo impacto ambiental.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Diagnóstico

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.30, dice:** “El diagnóstico tiene como objetivo principal, desarrollar una adecuada interpretación del proceso de cambio social, tecnológico, económico y ambiental en una región determinada como base para diseñar un conjunto sistemático de acciones dirigidas y asegurar la obtención de beneficios sustentables”.

Es un análisis de la situación que sucede en el entorno.

#### 2.2 Estudio de mercado

**BACA, Gabriel. (2010). Pág.7, dice:** “Se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización”.

En el estudio de mercado se analiza todos los factores que permiten dar a conocer producto, establecer el precio para por ultimo vender el mismo, así como también se puede determinar los posibles compradores y la competencia.

##### 2.2.1 Mercadotecnia

“La mercadotecnia o marketing consiste en un conjunto de principios y prácticas que se llevan a cabo con el objetivo de aumentar el comercio, en especial la demanda. La mercadotecnia implica el análisis de la gestión comercial de las empresas. Su intención es retener y fidelizar a los clientes actuales que tiene una organización, mientras que intenta sumar nuevos compradores”.  
<http://definicion.de/mercadotecnia/>

La meta de la mercadotecnia es atraer nuevos clientes y conservar a los compradores actuales, procurando su satisfacción.

### 2.2.2 Mercado

**BACA, Gabriel. (2010). Pág. 12, menciona:** “Se entiende por mercado el área en que concluyan las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

Un mercado es el sitio o lugar donde interactúan compradores y vendedores con el único propósito de intercambiar bienes y servicios a cambio de un valor o precio.

### 2.2.3 Producto

“El marketing establece que un producto es cualquier objeto que es ofrecido en un mercado con la intención de satisfacer un deseo o una necesidad del consumidor”. <http://definicion.de/producto/>

El producto es un objeto creado, producido o inventado para satisfacer la necesidad del cliente o consumidor.

### 2.2.4 Publicidad

“Suele asociarse a la divulgación de anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, usuarios o espectadores. En este sentido, los avisos publicitarios intentan informar las bondades de un producto o servicio a la sociedad con el objetivo de motivar el consumo”. <http://definicion.de/publicidad/>

Es cualquier tipo de presentación de ventas no personal, pagado por un patrocinador determinado.

### 2.2.5 Precio

**BACA, Gabriel. (2010). Pág. 44, menciona:** “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

El precio es el dinero que se puede cuantificar y se establece para el intercambio o uso de un producto o servicio.



### 2.2.6 Fijación de precios

“La fijación de precios hace referencia al precio que un vendedor pone a un producto que ofrece en el mercado. El juego de la oferta y la demanda es el mecanismo que regula los precios (si hay mucha demanda, los precios suben hasta que alcanzan un nivel demasiado elevado y la demanda comienza a caer; cuando el precio vuelve a ser bajo, la demanda retoma el crecimiento). Sin embargo, cada productor y/o vendedor tiene la posibilidad de fijar el precio que cree conveniente para luego modificarlo”. <http://definicion.de/fijacion/>

La fijación de precios es el proceso en el cual el productor pone un valor a su producto basándose en el costo del mismo y en el valor del mercado.

### 2.2.7 Demanda

**BACA, Gabriel. (2010). Pág. 15, dice:** “Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.

La demanda es el producto o servicio que una empresa o cliente llamado también consumidor requiere con algún fin y por el cual está dispuesto a cancelar algún valor.

### 2.2.8 Oferta

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.22, afirma:** “La oferta consiste en establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que ésta será cubierta por la producción presente o futura de la imagen que se pretende introducir en el mercado. Los elementos fundamentales en la determinación de la oferta de un producto son: el costo de producción, el nivel tecnológico, la marca, el precio del bien y la competencia”.

La oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto, es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos.

## 2.2.9 Comercialización

**BACA, Gabriel. (2010). Pag.48, afirma:** “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es el conjunto de procesos que se requieren para hacer llegar los bienes o servicios que ofrece el productor, hacia el consumidor.

## 2.3 Estudio técnico

**SAPAG, Nassir. (2008). Pág. 24, sostiene:** “El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación”.

El estudio técnico es el análisis realizado por personas especializadas en la determinación de requerimientos de tamaño, localización y demás recursos instalación y equipamiento que son indispensables para la ejecución de un proyecto.

### 2.3.1 Tamaño del proyecto

**BACA, Gabriel. (2010). Pág. 75, dice:** “El tamaño del proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”.

Es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etc.

### 2.3.2 Localización

**BACA, Gabriel. (2010). Pág. 86, dice:** “Localización es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.

Para la localización de un proyecto se deben analizar todas las variables para que este logre la más alta utilidad o ganancia pero sin recurrir a altos costos.

### **2.3.3 Ingeniería del proyecto**

**BACA, Gabriel. (2010). Pág. 89, menciona:** “Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”

Se entiende por ingeniería del proyecto la etapa en donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

## **2.4 Estudio financiero**

“El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil”.

**<http://www.slideshare.net/fcarvajals/estudiofinanciero/download>**

El estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos, egresos que generará y la manera como se financiará.

### **2.4.1 Capital de trabajo**

**PADILLA, Marcial. (2006). Pág. 320, afirma:** “Esta representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos, su estimación se realiza basándose en la política de ventas de la empresa, condiciones de pago a proveedores, nivel de materias primas, etc.”.

El capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder iniciar las operaciones productivas. Cubre la diferencia natural entre el flujo de ingresos y egresos.

## 2.4.2 Ingresos

“Los ingresos son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral, comercial o productiva”.  
<http://definicion.de/ingresos/>

Los ingresos constituyen los beneficios o ganancias de una empresa se obtienen por la venta de un bien o servicio y se lo calcula multiplicando la cantidad de productos o servicios vendidos por su precio.

## 2.4.3 Egresos

“Se denomina egresos a la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización. Los egresos incluyen los gastos y las inversiones”. <http://definicion.de/egresos/>

Los egresos representan toda acción de salida o gasto por la acción de utilizar o adquirir un bien y servicio.

## 2.4.4 Costos

“El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio)”. <http://definicion.de/costo/>

Todos aquellos gastos en los cuales se incurre para fabricar un producto estos valores se recuperan con la venta del producto.

## 2.4.5 Costos de producción

Son reparticiones asociadas directamente con la adquisición o la producción de un bien o servicio.

## 2.4.6 Materia prima

**ZAPATA, Pedro (2007). Pág. 66, menciona:** “Constituyen todos los bienes, ya sea que se encuentren en estado natural o sobre quienes haya operado algún tipo de transformación previa, requeridos para la producción de un bien que será algo o muy diferente al de los

materiales utilizados. Ejemplos: harina, huevos, especias, agua y leche para hacer pan”.

La materia prima constituye el material primordial o más importante para la elaboración de un producto y sin el cual el producto no se podría elaborar.

#### **2.4.7 Mano de obra**

**ZAPATA, Pedro (2007). Pág. 97, menciona:** “La mano de obra representa el esfuerzo físico e intelectual que realiza el hombre con el objeto de transformar los materiales en partes, artículos acabados, obras concluidas, espacios cultivables o hatos ganaderos que estarán listos para la venta, utilizando su destreza, experiencia y conocimientos; esta labor se facilita con el uso de máquinas y herramientas dispuestas para el efecto”.

Son personas que forman parte del proceso productivo y que con su esfuerzo y trabajo transforman la materia prima y logran el producto terminado.

#### **2.4.8 Costos indirectos**

**ZAPATA, Pedro. (2007). Pág. 128, menciona:** “Los costos indirectos de fabricación CIF, comprenden los bienes naturales, semielaborados o elaborados, de carácter complementario, así como servicios personales, públicos y generales y otros insumos indispensables para la terminación adecuada del producto final o un lote de bienes y servicios”.

Son elementos materiales o suministros involucrados en la producción de un artículo, estos materiales indirectos no se pueden medir en función unitaria de cada una de las unidades elaboradas, sino más bien en función del total de la producción.

#### **2.4.9 Gastos**

Representan salidas de recursos que no están directamente asociados a la producción (administración, comercialización, financiación, etc.).

#### **2.4.10 Gastos administrativos**

**BACA, Gabriel. (2010). Pág. 142, afirma:** “Son los costos que provienen por realizar la función de Administración de la Empresa”

Son todos los gastos que se realizan en el área administrativa de la empresa por ejemplo el pago de remuneraciones, utilización de servicios básicos, suministros, honorarios, viáticos, subsistencias, entre otros.

#### **2.4.11 Gastos financieros**

**BACA, Gabriel. (2010).Pág. 143, dice:** “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”.

Corresponden a todos los cargos económicos hacia la empresa que las entidades financieras realizan por brindar algún servicio bancario.

#### **2.4.12 Gastos de ventas**

**FLÓRES, Juan. (2007). Pág.79, dice:** “Son los relacionados con el área de ventas, como sueldos y prestaciones, comisiones de ventas, gastos de publicidad, asistencia técnica a clientes, gastos de distribución, fletes, empaques, bodegaje, operación de los puntos de venta, etc.”.

Los gastos de ventas son todos aquellos gastos que se derivan al hacer llegar el producto hacia el cliente o consumidor.

### **2.5 Estados financieros**

**ZAPATA, Pedro. (2011). Pág.60, menciona:** “Los Estados Financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad”.

Los Estados Financieros permiten examinar la situación económica de la empresa y tomar decisiones adecuadas a fin de que la empresa logre los propósitos establecidos a un plazo determinado. Estos informes son de suma importancia y de allí que los datos deben ser reales caso contrario su análisis no tendría sentido.

### 2.5.1 Balance general

**ZAPATA, Pedro. (2011). Pág.62, dice:** “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”.

El balance general o de situación, constituye un resumen del inventario de la empresa, pues solo se detallan en él los nombres de las cuentas y los valores correspondientes a cada una de ellas

### 2.5.2 Estado de resultados

**ZAPATA, Pedro. (2011). Pág.284, dice:** “Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia”.

El Estado de Resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.

### 2.5.3 Flujo de caja

“El flujo de caja económico es aquel que toma todas las informaciones relevantes sobre los ingresos operativos proyectados y los egresos necesarios, ya sean inversiones o gastos operativos, y señala en qué momento se requerirá el financiamiento, desde cuando se alcanzaría el punto de equilibrio y estima el nivel de ganancias que se lograría desde entonces”.

<http://www.proinversion.gob.pe/0/0/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=3419>

Se entiende por Flujo de Caja a todos los flujos de entradas y salidas de dinero en efectivo, en un período dado. Se dan por actividades de operación, de financiamiento y de inversión.

## **2.6 Indicadores de evaluación financiera**

### **2.6.1 Valor actual neto**

**PADILLA, Marcial. (2006). Pág. 364, dice:** “El valor Actual Neto (VAN) es la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizado o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial”.

Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

### **2.6.2 Tasa interna de retorno**

**PADILLA, Marcial. (2006). Pág.369, afirma:** “La tasa Interna de retorno conocida como TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil”.

Se obtiene calculando el valor actual neto de la inversión y su posible recuperación en el largo plazo, con diferentes alternativas de tasa de interés.

### **2.6.3 Beneficio - costo**

**PADILLA, Marcial. (2006). Pág.369, menciona:** “La razón beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial”.

Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. Así nos permite determinar si los proyectos son o no rentables.



## 2.6.4 Periodo de recuperación de la inversión

**PADILLA, Marcial. (2006). Pág. 362, afirma:** “Llamada también período de reembolso, se define como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere la inversión original. El proceso es muy sencillo, se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto de capital quede por lo menos cubierto”.

Tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

## 2.7 Empresa

“Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital)”. <http://definicion.de/empresa/>

Se entiende por Empresa a una entidad formada por personal capacitado que desarrolla un conjunto de actividades con la finalidad de obtener rentabilidad económica o social, a través de la producción de servicios o productos.

## 2.8 Pequeña empresa

**ANZOLA, Servulo. (2010). Pág.14, dice:** “Aquella que está poseída y operada en forma independiente (es decir, el propietario es autónomo en su manejo) y no es dominante en su campo de operación, considerando el número de empleados y el volumen de ventas”.

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, está conformada por un número de personas que no excede un determinado límite.

### 2.8.1 Constitución de la pequeña empresa

Es el proceso en el cual se forma y se crea una empresa, mediante la decisión de una persona que se convertirá en el dueño, de realizar

alguna actividad económica para obtener una utilidad ya sea por la compra – venta de bienes o la prestación de servicios, que puedan ser estos de forma personal o con la ayuda de varias personas.

#### **2.8.1.1 RUC**

Es un instrumento a cargo del SRI, cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivo de proporcionar información a la Administración Tributaria.

#### **2.8.1.2 Trámites municipales**

Son todas las operaciones que debe hacer una persona que empieza o mantiene una actividad económica para cumplir con las normas para el buen vivir dictadas por la autoridad correspondiente, de cada ciudad.

#### **2.8.1.3 Permisos de funcionamiento sanitarios**

Son los documentos que acreditan y certifican que las actividades realizadas por las empresas no son dañinas o ponen en riesgo la salud, tanto de las personas que trabajan ahí como de las personas que consumirán el producto o servicio.

### **2.9 Estructura legal**

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.290, dice:** “Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la ley”.

Son los parámetros para el funcionamiento adecuado y dentro del ámbito de la ley de las pequeñas empresas con los que debe regirse para su normal desenvolvimiento.

## 2.10 Estructura administrativa

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.291, dice:** “Tiene que ver con el procedimiento administrativo que debe adoptar en el desarrollo del proyecto, el cual debe clarificarse y cuantificarse”.

Es la forma de dividir, organizar y coordinar las actividades de la organización.

### 2.10.1 Planeación

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.291, dice:** “La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y números necesarias para su realización”.

Es el proceso que señala en forma anticipada cada acción o actividad que debe realizarse.

### 2.10.2 Organización

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.292, dice:** “Organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planos y objetivos señalados”.

Es coordinar todas las actividades o trabajos que se efectúan en la misma para alcanzar los objetivos propuestos en la planeación.

### 2.10.3 Dirección

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.295, dice:** “La dirección es aquel elemento de la administración en la que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumpla en la forma adecuada todas las ordenes emitidas”.

Se puede entender como la capacidad de guiar y motivar a los trabajadores para conseguir los objetivos de la empresa.

#### **2.10.4 Control**

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.296, dice:** “Control es la medición de los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, ya sea total o parcialmente, con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes”.

Consiste en medir y corregir el desempeño para garantizar que se consigan los objetivos organizacionales y los planes establecidos para alcanzarlos.

#### **2.10.5 Organigrama**

**CORDOVA, Marcial. (2006). Pág.296, dice:** “El organigrama representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer la estructura general de la organización. Son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización”.

Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa. Permite analizar la estructura de la organización representada y cumple con un rol informativo, al ofrecer datos sobre las características generales de la organización. Es una especie de fotografía de la estructura de una organización en un momento determinado.

#### **2.10.6 Organización funcional**

“Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea”.<http://www.monografias.com/trabajos62/organizacionfuncional/organizacion-funcional.shtml>

Divide las actividades de una empresa según las funciones asignadas a cada una de ellas.

## 2.11 Impactos

**JACOME, Walter. (2005). Pág.171, afirma:** “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.

Son afectaciones o consecuencias que derivan de la implementación o implantación de un proyecto.

## 2.12 Los guantes

Son implementos de las prendas de vestir para las manos que actualmente se utilizan también como protección en las actividades industriales manuales.

### 2.12.1 Tipos de guantes

#### 2.12.1.1 Guantes tejidos de lana

Para el frío intenso siempre nos viene bien un par de guantes de lana para terminar con las manos frías y si estos son de lana tratada mucho mejor pues abrigarán más, impidiendo que el frío penetre.

#### 2.12.1.2 Guantes tejidos de algodón

“Son guantes sensibles al tacto que permiten una máxima sensibilidad en tareas que requieran mucha precisión. Son livianos y su trama de jersey abierto y respirable mantiene el confort durante muchas horas de trabajo disminuyen la fatiga y el rozamiento por no tener costuras interiores. Su diseño es ergonómico, que se adapta al tamaño de la mano”. <http://www.westeco.com.ar/guantes/guante-tejido.html>

Es un guante de alta sensibilidad. Mantiene la mano seca ya que absorbe el sudor y permite la transpiración.

### **2.12.1.3 Guantes tejidos de algodón moteados**

“El guante moteado es un guante tejido de algodón y poliéster blanco (también disponible en otras mezclas de Hilados) con la palma revestida en motas de P.V.C., que permiten mejor agarre, y lo convierten en el guante antideslizante por excelencia. Por su gran poder antideslizante brinda mayor adherencia, tacto, flexibilidad y seguridad a la hora de su utilización”.

**<http://www.westeco.com.ar/guantes/guante-tejido.html>**

El revestimiento de punto de PVC en ambos lados proporciona un mejor agarre y resistencia a la abrasión para una mayor duración.

### **2.12.1.4 Guantes tejidos de acrílico**

Son recomendables para el frío se utiliza en temporada invernal. Estos guantes tejidos, gruesos y abrigados, vienen en una amplia variedad de diseños, texturas y colores para satisfacer los gustos de todos los clientes.

## **CAPÍTULO III**

### **3 ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Presentación**

El estudio de mercado permitió obtener una perspectiva real de lo que se quiere conseguir con la creación de esta pequeña empresa, se pudo obtener información sobre la demanda insatisfecha, la oferta existente, los precios del mercado, la comercialización y los principales competidores.

Para poder realizar el estudio de mercado se contará con varias herramientas como observación del mercado para los guantes tejidos de algodón, lana y acrílico; la investigación de diferentes fuentes de información como internet, libros, etc.; las encuestas que serán realizadas a ferreterías, principales comerciantes y distribuidores de los guantes. A través de la información obtenida podremos delimitar de mejor manera el problema y sus posibles soluciones.

#### **3.2 Objetivos del estudio de mercado**

##### **3.2.1 General**

Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de guantes tejidos para trabajo y moda.

### 3.2.2 Específicos

- Identificar la demanda insatisfecha en el mercado de guantes tejidos de algodón, lana y acrílico.
- Determinar la oferta actual de guantes de algodón, lana y acrílico para poder sustentar la factibilidad del proyecto.
- Conocer el precio al que se comercializan los guantes en el mercado.
- Establecer formas de comercialización de los guantes de algodón, lana y acrílico.

### 3.3 Matriz de relación diagnóstica del estudio de mercado

**CUADRO No. 3.1 MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO**

OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTES
Identificar la demanda insatisfecha en el mercado de guantes tejidos de algodón, lana y acrílico.	Demanda	-Existencia de la demanda - Características de la demanda - Frecuencia y cantidad de la demanda - Segmentación de la demanda en el mercado - Preferencias del producto	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Ferreterías-distribuidores Ferreterías-distribuidores Ferreterías-distribuidores Distribuidores
Determinar cual es la oferta actual de guantes de algodón, lana y acrílico para poder sustentar la factibilidad del proyecto.	Oferta	- Competidores - Requerimientos del producto	Observación Encuestas-entrevista	Entorno Ferreterías-distribuidores
Saber el precio de los guantes ya en el mercado.	Precio	- Precios actuales de venta - Precios actuales de compra	Observación Encuesta	Ferreterías-Internet Ferreterías-distribuidores
Establecer la forma de comercialización de los guantes de algodón, lana y acrílico.	Comercialización	- Distribución del producto - Satisfacción del cliente - Nuevo Producto	Encuesta	Ferreterías-distribuidores Ferreterías-distribuidores Ferreterías

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

### 3.4 Identificación del producto y subproductos

En la actualidad se encuentran en el mercado gran variedad de guantes tejidos en algodón, lana y acrílico, confeccionados en diferentes modelos por lo que es necesario clasificarlos en dos grupos, los guantes



de trabajo elaborados en algodón utilizados para la protección y seguridad de trabajadores y los guantes de moda elaborados en lana y acrílico comúnmente llamados guantes para el frío o de vestir, se los puede encontrar principalmente en almacenes de sacos, en locales de comercio artesanal y comerciantes ambulantes, de acuerdo a esta clasificación de los guantes se tratarán a través de todo el documento.

### **3.4.1 Características del producto**

#### **3.4.1.1 Guantes de trabajo**

Este tipo de guantes son elaborados en algodón de acuerdo a las necesidades del cliente o de acuerdo a los estándares o normas de seguridad industrial para los trabajadores durante labores pesadas o que tengan algún riesgo.

De acuerdo a lo observado y estudiado se ha establecido que los modelos de guantes de trabajo de mayor demanda serán los primeros en fabricarse mejorando la calidad existente y tomando como referencia la competencia para ingresar al mercado. Aquí algunos ejemplos de guantes de trabajo:

##### **a) Guante de algodón 100%**

Los guantes de algodón 100% se encuentra mayormente en las ferreterías, sirven para proteger a los trabajadores que deben manipular metales filosos y calientes, debido a que el algodón es un material resistente al calor ofrece sobretodo frescura y comodidad a los usuarios.

Este tipo de guantes se encuentra conformado de los siguientes materiales:

- Algodón al 100% para tejer todo el guante.
- Elástico que ira combinado con el algodón al momento de tejer el puño del guante.
- Nylon, que sirve para ribetear y sellar en guante.

#### **b) Guante de algodón de puntos de PVC**

Este guante es el de mayor demanda en las ferreterías ya que su diseño y funcionalidad cubren varias necesidades. El objetivo principal de estos guantes es de proteger al trabajador, carpintero, albañil, chofer, jardinero, entre otros e incluso al ama de casa, este tipo de guante es práctico y cómodo debido a que se encuentra confeccionado con algodón para garantizar frescura y con puntos de PVC para mayor resistencia y adherencia a cualquier tipo de superficies.

Este guante está compuesto principalmente de los siguientes materiales:

- Algodón 100% o algodón 80% y poliéster 20% de acuerdo a las necesidades del tejido de todo el guante.
- Elástico que ira combinado con el algodón al momento de tejer el puño del guante.
- Puntos de PVC o rayas de PVC estampado a lo largo del guante y en dos variedades, estampado en las dos caras (reversible) o solo en una, de acuerdo a las especificaciones de los clientes.
- Nylon, que sirve para ribetear y sellar en guante.

#### **3.4.1.2 Guantes de moda**

La moda actualmente ha logrado imponerse en cualquier aspecto, y por esta razón los guantes no podían relegarse a un segundo plano convirtiéndose en uno de los accesorios que nunca falta en el guarda ropa.

El guante de moda tiene la facilidad de ser elaborado con una infinidad de materiales entre los más conocidos tenemos el algodón, la lana, el poliéster, el acrílico e incluso los hilos de fantasía que últimamente son los más llamativos y causan sensación entre niños y niñas. Los guantes de moda pueden ser elaborados en modelos y colores determinados por el cliente de acuerdo a la demanda que tienen en el mercado en ese momento.

La composición de esta clase de guantes es la siguiente:

- Material seleccionado por el cliente, para el tejido de todo el guante.
- Elástico combinado con el material primario, de acuerdo al color seleccionado al momento de tejer el puño del guante.
- Nylon, que sirve para ribetear o hacer el dobles en el guante.
- Procesos adicionales de acuerdo con los modelos elegidos, pudiendo ser estos: tinturado, planchado o vaporizado.

### **3.4.2 Productos sustitutos**

Antes de la aparición de los guantes tejidos, los guantes de seguridad industrial en su mayoría se confeccionaban a través de la unión de piezas realizadas en tela, fibras y cuero, los más conocidos, en la actualidad este tipo de guante se sigue usando pero con menor frecuencia ya que por sus costuras son demasiado incómodos y pesados y por sus tallas únicas son disfuncionales dificultando las labores del trabajador.

Algunos de los tipos de guantes que existen hasta hoy son:

- Los guantes de tela jean.
- Los guantes de cuero en manga corta, media y larga.
- Los guantes de lona de algodón.

### 3.5 Investigación

#### 3.5.1 Segmentación

La segmentación del mercado está dada por los dos tipos de guantes, los guantes tejidos de trabajo y los guantes tejidos de moda. En los guantes de trabajo el mercado meta serán las ferreterías, constructoras, metalúrgicas y en el mejor de los casos la petrolera nacional, y en los guantes de moda el mercado meta serán los distribuidores existentes.

Para realizar esta investigación se acogió los datos estadísticos del Censo Económico 2010 proporcionados por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el que se encontró la siguiente información.

#### Guantes de trabajo:

**CUADRO No. 3.2 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN**

ACTIVIDAD	NUMERO
Venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados.	107
<b>TOTAL</b>	107

**Fuente:** INEC – Censo Económico 2010.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

De acuerdo a la información obtenida sobre los locales comerciales de Quito que se dedican a la venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en comercios especializados se determinó la necesidad de realizar un muestreo para este guante.

#### Guantes de Moda:

Debido a que no existe un registro legal de los distribuidores locales de guantes de moda se realizó un sondeo primario en empresas fabricantes

a fin de determinar un promedio de distribuidores entre pequeños y grandes, llegando a una cifra de 24 distribuidores.

Para los guantes de moda será necesario un censo. Es importante recalcar que la información tomada para este estudio es la que se encuentra legalmente establecida.

### 3.5.2 Cálculo de la muestra para el estudio de mercado

**CUADRO No. 3.3 MUESTRA**

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	DATOS
N	Tamaño de la población	<b>107</b>
Z	Nivel de confianza al cuadrado (95% = 1,96)	<b>1,96</b>
$\delta^2$	Probabilidad de que ocurra o no el evento	<b>0,25</b>
E	Error muestral (error máximo permisible por unidad)	<b>0,05</b>
N	Tamaño de la muestra	<b>?</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

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

$$n = \frac{107 * 0.25 * 1.96^2}{(107 - 1)0.05^2 + 0.25 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{102.7628}{0.265 + 0.9604}$$

$$n = 84$$

### 3.6 Presentación de resultados de encuestas y entrevistas aplicadas

#### 3.6.1 Análisis de resultados de encuestas realizadas a los propietarios de ferreterías.

1. ¿Vende usted guantes para seguridad industrial?

**CUADRO No. 3.4 EXISTENCIA DE LA DEMANDA**

ITEM	N°	%
Si	79	94
No	5	6
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



#### ANÁLISIS:

En base a la muestra obtenida se determinó que un 94% de las ferreterías encuestadas sí comercian los guantes de seguridad, por lo que se dedujo que en el mercado este producto es conocido y tiene un buen movimiento económico. Y el restante 6% de las ferreterías que no venden este tipo de guantes representa la parte del mercado al cual se podría llegar posteriormente con el producto.

2. ¿Qué tipo de guantes son requeridos para seguridad industrial?

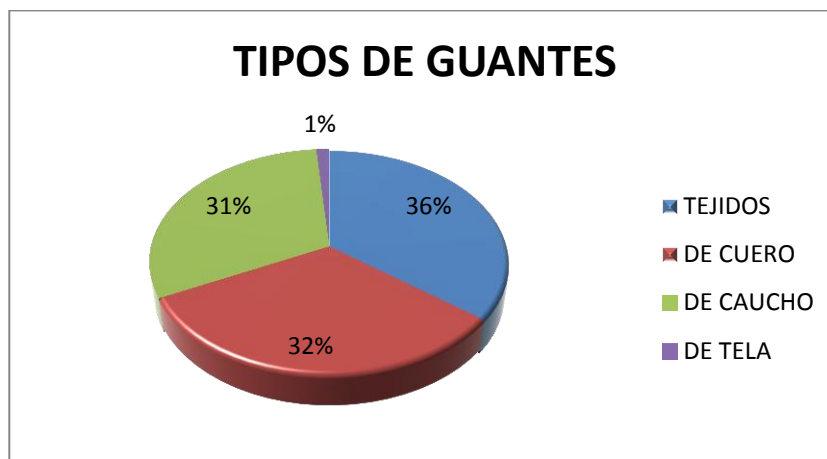
**CUADRO No. 3.5 CARÁCTERISTICAS DEL PRODUCTO**

ITEM	N°	%
Tejidos	79	36
De cuero	72	32
De caucho	69	31
De tela	3	1
<b>TOTAL</b>	<b>223</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



### ANÁLISIS:

De acuerdo a lo encontrado en las encuestas, los guantes tejidos ocupan más de un tercio de la producción en general y son los más requeridos por los consumidores, su comercialización es mayor que los guantes de cuero y caucho que eran los únicos que existían hasta hace poco. Esta preferencia se ha dado gracias a las cualidades de este tipo de guantes que por su flexibilidad, resistencia y comodidad hoy en día se han ganado con mucha velocidad el mercado tanto de la seguridad industrial como el de los multiusos o trabajos varios.

3. ¿Si el guante es tejido cuál es la talla y la cantidad de pares de guantes que usted vende al mes?

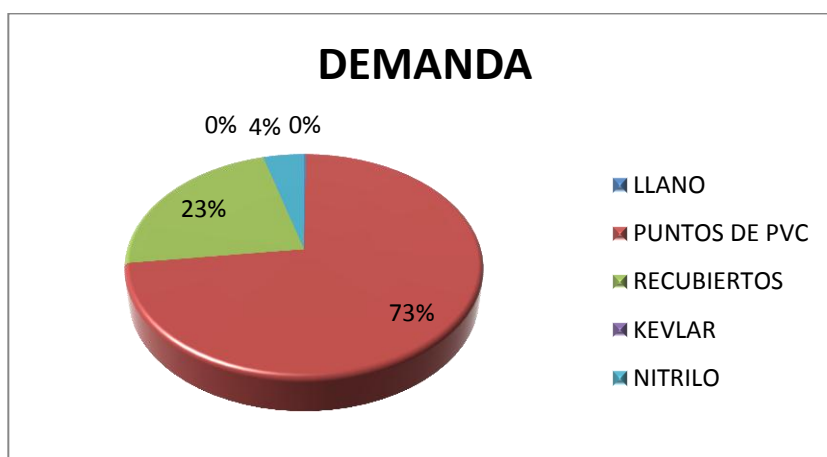
### CUADRONo. 3.6 FRECUENCIA Y CANTIDAD DE DEMANDA

TIPOS	N°	%
Llano	20	0
Puntos de pvc	6650	73
Recubiertos	2077	23
Kevlar	0	0
Nitrilo	389	4
<b>TOTAL</b>	<b>9136</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



### ANÁLISIS:

Los guantes tejidos por lo investigado tienen varios acabados y son destinados de igual forma a varios usos, entre los más conocidos se encuentran los guantes recubiertos con pupos de PVC que ocupan un 73% de demanda en el mercado por su composición, precio y lo más importante comodidad. Le sigue a este modelo los recubiertos de látex con un 23% de la demanda que son para uso semi industrial e industrial y al último quedan los recubiertos de nitrilo con un 4% que están recientemente ingresando al mercado. Los guantes llanos ya se han dejado de usar y los guantes de kevlar son poco conocidos por lo que no tuvieron representación.



4. ¿Dónde adquiere usted el producto?

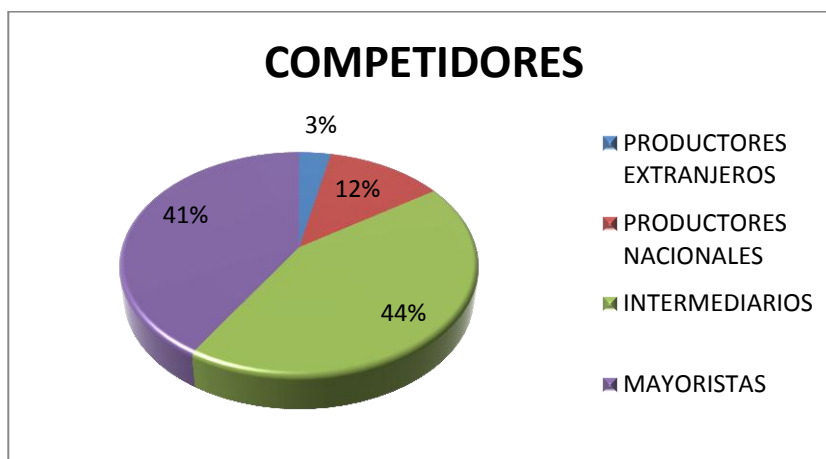
**CUADRO No. 3.7 COMPETIDORES**

ITEM	N°	%
Productores extranjeros	3	3
Productores nacionales	11	12
Intermediarios	39	44
Mayoristas	37	41
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



**ANÁLISIS:**

Los resultados de esta pregunta muestra que los mayores competidores serán los productos extranjeros, que se ven representados por los intermediarios y mayoristas que importan los guantes de países como China, Colombia, Estados Unidos y Perú principalmente, este sector representa el 85% del total de las ventas y han ocasionado que el mercado nacional se quede con apenas el 12% de las ventas y un pequeño 3% de encuestadas que importan directamente para su propio uso.

5. ¿Cuáles son los mayores consumidores de estos tipos de guantes?

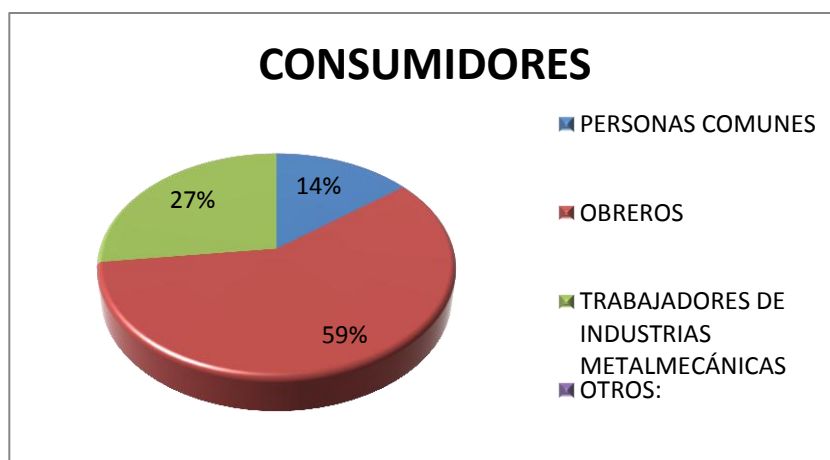
**CUADRO No. 3.8 SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA**

ITEM	N°	%
Personas comunes	15	14
Obreros	61	59
Trabajadores de industrias metalmecánicas	28	27
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



### ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados de las encuestas los principales consumidores son los obreros, de construcciones, carpinteros, plomeros, zapateros, etc., en un 59% que son los que adquieren más de la mitad de las existencias del producto en el mercado y seguidos por los trabajadores de las industrias metalmecánicas que representan el 27% del total de los datos obtenidos se convierten en el mercado meta al cual se pretende llegar. El 14% de los guantes son utilizados por personas comunes para realizar trabajos varios, por ejemplo las amas de casa, trabajadores de almacenes, bodegas, etc.

6. ¿Qué tipo y qué cantidad de guantes compra usted para satisfacer las necesidades de sus clientes al mes?

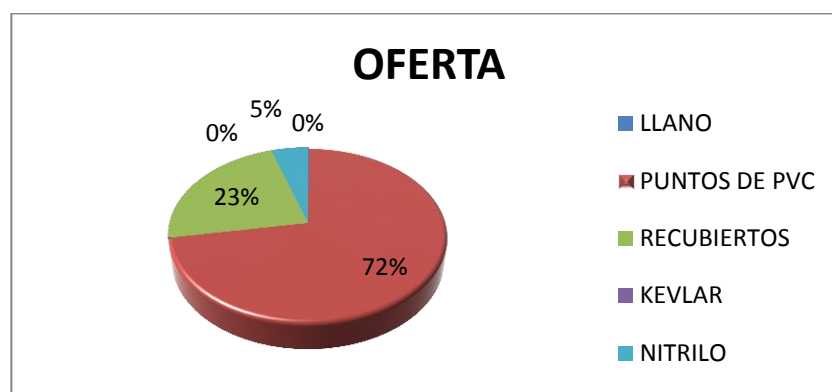
**CUADRO No. 3.9 REQUERIMIENTOS DEL PRODUCTO**

TIPOS	N°	%
Llano	20	0
Puntos de pvc	9521	72
Recubiertos	3019	23
Kevlar	0	0
Nitrilo	637	5
<b>TOTAL</b>	<b>13197</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



### ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos en esta pregunta representan el movimiento que los guantes de trabajo tienen en las ferreterías, la mayoría coincide en que maneja un stock adicional del 50% de los guantes de mayor venta. Por esta razón los guantes tejidos recubiertos de puntos de PVC son los de mayor demanda llegando al 72%. Los guantes recubiertos de látex ocupan un 23% debido principalmente a la falta de conocimiento del producto convirtiéndolo prácticamente en un nuevo producto. De igual forma sucede con los guantes que son recubiertos de nitrilo, el modelo apenas está ingresando al mercado por lo que representa el 5% de la oferta. Los guantes llanos y de kevlar no tienen ningún movimiento ya que los llanos resultan un tanto obsoletos y los de kevlar son desconocidos en el mercado.

7. ¿Por qué trabaja con su distribuidor actual?

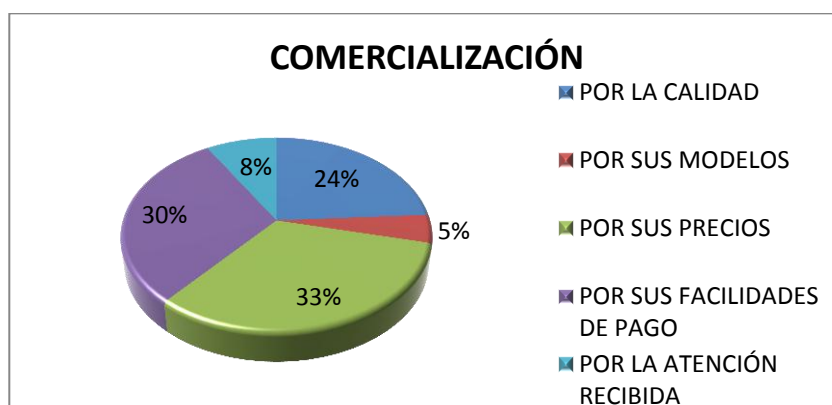
**CUADRO No. 3.10 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

ITEM	N°	%
Por la calidad	31	24
Por sus modelos	6	5
Por sus precios	42	33
Por sus facilidades de pago	39	30
Por la atención recibida	11	8
<b>TOTAL</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



**ANÁLISIS:**

Las razones más importantes al momento de adquirir los productos son el precio y las facilidades de pago en 33% y 30% respectivamente, este resultado deja apreciar que la mayoría de personas que adquieren los productos lo hacen por los precios colocando la calidad y los modelos por debajo de sus requerimientos. El 24% de los locales ven la calidad de los productos para adquirirlos haciendo que sus clientes obtengan un mayor valor agregado en los guantes. Pocos de los almacenes encuestados se basan en la atención recibida para hacer sus pedidos lo que se ve representado en un 8% del total encuestado y menor aún es el número de los almacenes que trabajan con sus distribuidores actuales por los modelos que ellos ofrecen son el 5% únicamente.

8. ¿Su distribuidor actual provee de suficientes guantes para satisfacer las necesidades de sus clientes?

**CUADRO No. 3.11 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

ITEM	N°	%
Si	70	89
No	9	11
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



### **ANÁLISIS:**

Según lo encontrado en el estudio realizado los distribuidores actuales proveen los suficientes guantes, cubriendo un 89% de lo requerido por las ferreterías dificultando el ingreso de un nuevo producto en el mercado. El 11% restante no satisfecho por los proveedores puede ser aprovechado para introducir el producto en el mercado y para iniciar el proceso de comercialización en este mercado tan competitivo con respecto a los guantes extranjeros.

9. ¿Estaría dispuesto su negocio a adquirir un nuevo modelo de guantes para comercializarlo en el mercado?

**CUADRO No. 3.12 NUEVO PRODUCTO**

ITEM	N°	%
Si	68	86
No	11	14
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

Fuente: Propietarios Ferreterías.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



### ANÁLISIS:

Del total de ferreterías encuestadas el 86% de estas están dispuestas a trabajar con un nuevo modelo de guante siempre que mejore los existentes, este es un incentivo muy importante para la creación de esta pequeña empresa que una vez terminados sus productos cuenta con grandes posibilidades de comercialización en el mercado. Apenas un 14% de ferreterías no estarían dispuestas a trabajar con nuevos modelos de guantes y serían las más difíciles de acceder por lo que se convierten en un mercado adverso que con una campaña de comercialización adecuada podría ser alcanzado.

10. ¿Cuánto paga usted por los guantes que distribuye?

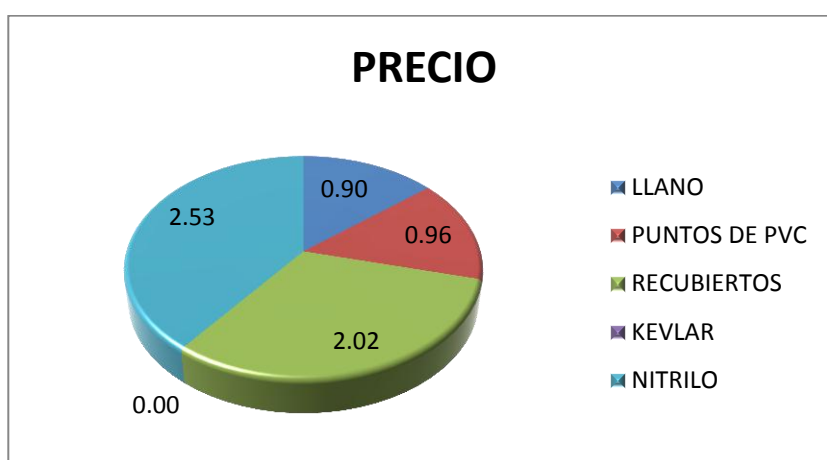
**CUADRO No. 3.13 PRECIO DEL PRODUCTO**

TIPO	N°
Llano	0,90
Puntos de pvc	0,96
Recubiertos	2,02
Kevlar	0,00
Nitrilo	2,53

**Fuente:** Propietarios Ferreterías.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.



**ANÁLISIS:**

Los precios encontrados permiten determinar el promedio de precios que se manejan en el mercado según el tipo de guante, los más económicos son los tejidos llanos y van desde \$0,90 centavos, los tejidos de puntos de PVC que son los de mayor interés llegan a un precio promedio de \$0,96 centavos, y los tejidos recubiertos en distintos acabados llegan a \$2,53 dólares. Estos precios son una referencia clave al momento de establecer el precio de venta al público, el cual debe ser conveniente para lograr posicionar el nuevo producto en el mercado considerando que la mayoría de ferreterías trabajan con sus distribuidores actuales por los precios de los productos que manejan.

### 3.6.2 Análisis de encuestas realizadas a distribuidores, mayoristas y comerciantes de guantes de moda.

1. ¿Qué tipo de guantes, tallas y cantidades son los de mayor venta al mes?

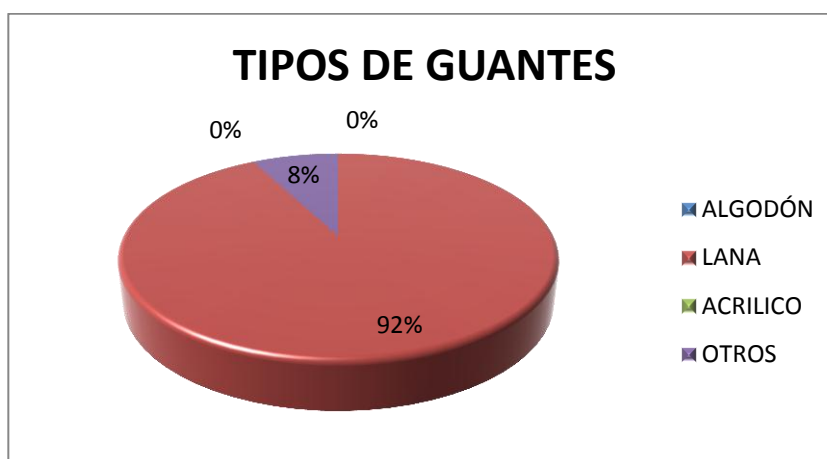
**CUADRO No. 3.14 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

ESTANDAR	N°	%
Algodón	0	0
Lana	8275	92
Acrílico	0	0
Otros	692	8
<b>TOTAL</b>	<b>8967</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores, mayoristas y comerciantes

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.



#### ANÁLISIS:

Con esta pregunta se busca establecer el tipo de guante de mayor distribución, encontrándose que los guantes de lana ocupan el primer lugar con un 92%, mientras que los guantes de acrílico que son también de interés registra un porcentaje 0, esto demuestra la no distribución de este tipo de guante en el mercado, convirtiéndolo en un producto nuevo. El 8% restante de los registros pertenece a los guantes de otros materiales como los de fantasía que son elaborados en distintos materiales derivados del acrílico o lana.



2. ¿Quiénes son los mayores consumidores de guantes?

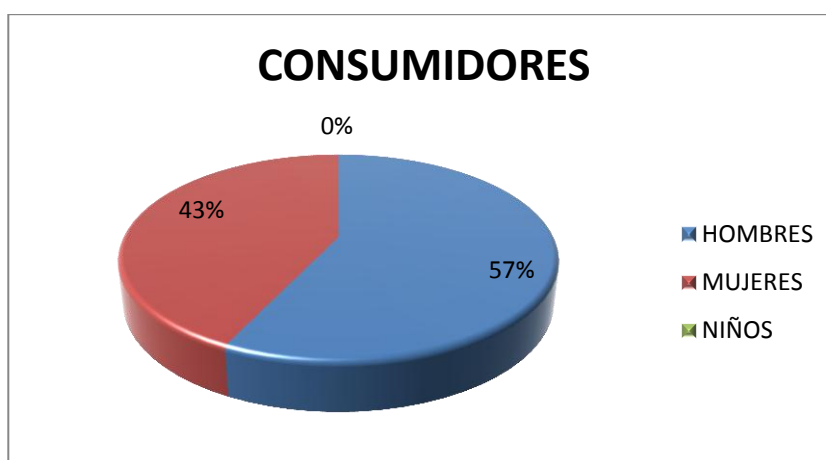
**CUADRO No. 3.15 FRECUENCIA Y CANTIDAD DE DEMANDA**

ITEM	N°	%
Hombres	20	57
Mujeres	15	43
Niños	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores, mayoristas y comerciantes.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.



### **ANÁLISIS:**

Con la información obtenida en esta pregunta se determinó que el usuario más común de los guantes es el hombre con un 53% mientras que la mujer consume un 43% de la producción y la categoría de niños no tiene registro por el momento, creando con esta información una delimitación para la proyección de la producción más adelante.

3. ¿Por qué trabaja con su productor actual?

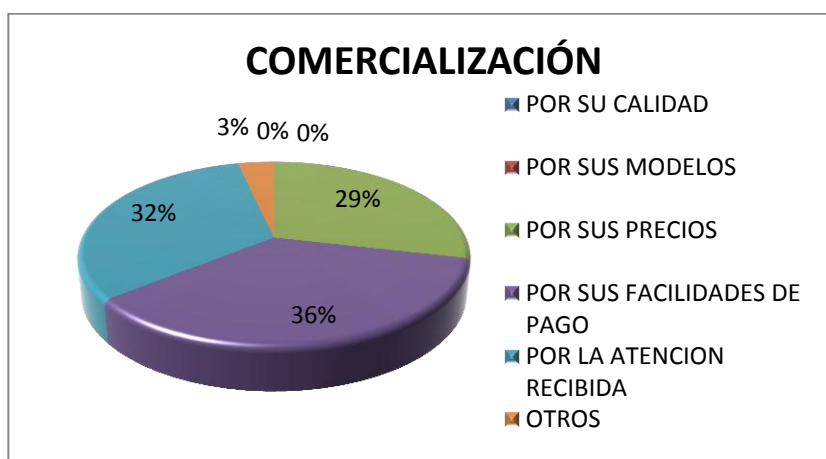
**CUADRO No. 3.16 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

ITEM	N°	%
Por su calidad	0	0
Por sus modelos	0	0
Por sus precios	16	29
Por sus facilidades de pago	20	36
Por la atención recibida	18	32
Otros	2	3
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores, mayoristas y comerciantes.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.



**ANÁLISIS:**

Esta pregunta tiene como objetivo establecer las principales características de comercialización, es decir, las razones por las que se prefiere un productor a otro. Los resultados obtenidos manifiestan que el principal motivo por el que los distribuidores trabajan con sus productores es por las facilidades de pago representada en un 36%, seguidos por la atención recibida que ocupa un 32% y por los precios que manejan un 29% del total de la producción demandada, un aspecto importante que se registro fue la valoración del tiempo de entrega que fue contabilizado en la opción de otros obteniéndose un 3% del total de las respuestas.

4. ¿Su productor actual le ofrece variedad de modelos y diseños?

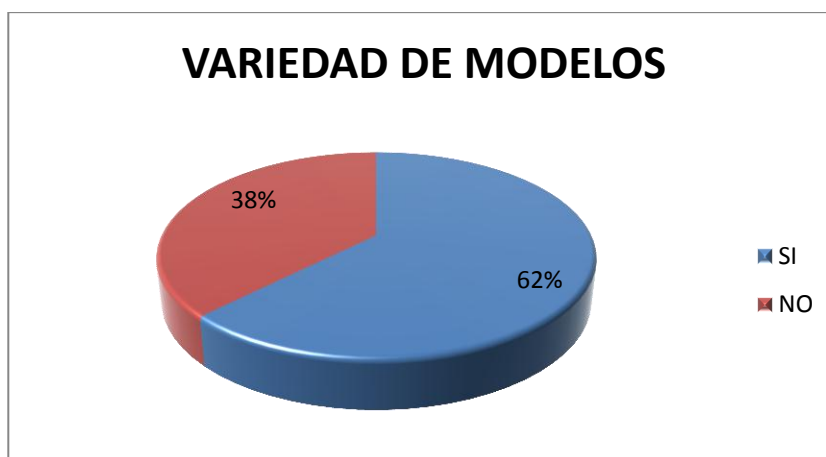
**CUADRO No. 3.17 VARIEDAD DE MODELOS**

ITEM	N°	%
Si	15	62
No	9	38
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas a distribuidores, mayoristas y comerciantes.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.



#### **ANÁLISIS:**

Para conocer la frecuencia con que la oferta se renueva se preguntó si los productores ofrecen variedad de modelos y diseños a sus distribuidores y las respuestas encontradas fueron que en un 62% si ofrecen esta variedad y el 38% restante no se ve satisfecho concluyendo que es una oportunidad para nuevos productos.

5. ¿Qué colores de guantes son los que tienen mayor demanda?

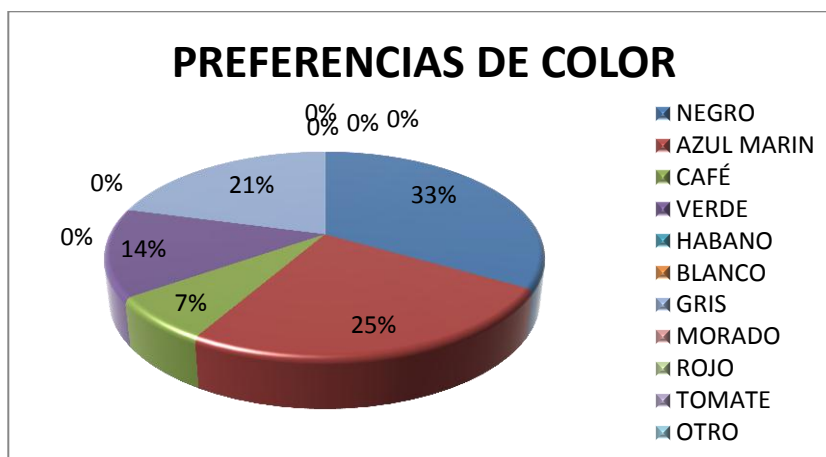
**CUADRO No. 3.18 PREFERENCIA DE COLOR**

ITEM	N°	%
Negro	24	33
Azul Marín	18	25
Café	5	7
Verde	10	14
Habano	0	0
Blanco	0	0
Gris	15	21
Morado	0	0
Rojo	0	0
Tomate	0	0
Otro	0	0
Total	72	100

**Fuente:** Encuestas a distribuidores, mayoristas y comerciantes.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.



**ANÁLISIS:**

La información contenida en esta sección presenta los principales colores de guantes que deberían ser producidos para la venta, como son: negro en 33%, azul marino en 25%, gris en 21%, café en 14% y otros el restante 7%.

6. ¿Cuánto paga usted por los guantes que distribuye?

**CUADRO No. 3.19 PRECIO**

ITEM	N°
Lana	1
Acrílico	1,25
Algodón	0
Poliéster	0
Otros	0

**Fuente:** Encuestas a distribuidores, mayoristas y comerciantes.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.



### **ANÁLISIS:**

Los precios que se manejan en este tipo de guantes van desde \$1.00 hasta \$1.25, dependiendo del modelo que se trate.

### **3.7 Análisis y proyección de la oferta**

El análisis de la oferta de guantes tejidos se ha dividido según el tipo de guante, el primer análisis corresponde a los guantes tejidos de trabajo y el segundo a los guantes tejidos de moda, en este caso se trata de dos modelos según el material de fabricación, los guantes de lana y los guantes de acrílico.

#### **3.7.1 Análisis de la oferta guantes de trabajo**

La oferta de los guantes de trabajo está dada por el porcentaje de importaciones destinadas a industrias del cantón Quito correspondientes al año 2011, este estudio fue realizado mediante investigación secundaria, se tomaron los registros proporcionados por la biblioteca del Banco Central del Ecuador acerca de las importaciones realizadas para productos de protección de trabajadores, cabe recalcar que la información encontrada corresponde a la partida (6216.00.10) única para todo tipo de guantes de seguridad industrial, se toma este dato debido a la falta de información en las instituciones pertinentes acerca de estos productos y por la falta de registro de productores nacionales de los mismos.

##### **3.7.1.1 Factores que afectan la oferta**

Entre los principales factores que pueden variar la oferta se encuentran:

- La falta de clasificación en la partida que registra este tipo de guante, es decir, la falta de una cifra exacta sobre la cantidad de guantes tejidos de puntos PVC que ingresa al país.
- Falta de registro de productores nacionales de este tipo de guante.

### 3.7.2 Análisis de la oferta guantes de moda

Como se había mencionado anteriormente los guantes de lana y de acrílico son guantes de moda y el análisis de la oferta de los mismos se realiza en esta sección. La obtención de información se realizó a través de la investigación primaria o directa a cuatro productores de guantes de moda, consultando el modelo, la talla y la cantidad mensual producida obteniéndose los siguientes resultados:

**CUADRO No. 3.20 OFERTA DE PRODUCTORES**

OFERTA MENSUAL			
PRODUCTORES	MODELO	TALLA	PARES
Rosa Flores	Lana	Estándar	550
Maricela Rúaes	Lana	Estándar	600
Luis Quinchuqui	Lana	Estándar	1.000
Edgar Velásquez	Lana	Estándar	960
<b>TOTAL</b>			<b>3.110</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

#### 3.7.2.1 Guantes de lana

De acuerdo a los resultados la oferta para guantes de moda fabricados en lana es de 3110 pares mensuales.

##### 3.7.2.1.1 Factores que afectan la oferta

- Registro de productores nacionales informales que incrementen la oferta.
- Mayor promoción de productos extranjeros en el mercado.

### 3.7.2.2 Guantes de acrílico

Considerando la información proporcionada por los productores se encontró que no se fabrican guantes de moda en acrílico, convirtiéndose este producto en una nueva opción de guantes de moda. Si se toma en cuenta que el guante de lana es un producto similar también se toma en cuenta la oferta de este como oferta de los guantes de acrílico, es decir, tiene una oferta de 3110 pares mensuales.

#### 3.7.2.2.1 Factores que afectan la oferta

- Mayor promoción de productos importados realizados en acrílico.

### 3.7.3 Comportamiento histórico guantes de trabajo

El comportamiento de la oferta de guantes tejidos de trabajo está conformada principalmente por las importaciones realizadas en los últimos cinco años, información obtenida en el Banco Central del Ecuador.

**CUADRO No. 3.21 IMPORTACIONES GUANTES PVC**

AÑO	UNIDADES
2007	156.220
2008	193.327
2009	22.670
2010	112.887
2011	172.307

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

De acuerdo a la fórmula:

$$M = C (1+i)^{n-1}$$

Dónde:

M= Último dato de la serie

C= Primer dato de la serie



i= Tasa de crecimiento

n= Cantidad de datos

$$172.307=156.220 (1+i)^{5-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{172.307}{156.220}} = (1+i)$$

$$1,024805793 - 1 = i$$

$$i= 0,02480579345$$

**i= 2,48%** tasa de crecimiento

Se determina una tasa de crecimiento de 0,024%, la misma que servirá para proyectar la oferta de los guantes de trabajo para los cinco años posteriores.

Con respecto a los guantes de moda la oferta no se basa en datos históricos por lo tanto no aplica.

### **3.7.4 Proyección de la oferta de guantes de trabajo**

La proyección de la oferta de guantes de trabajo está dada por la cantidad de importaciones de este producto pero debido a la falta de información sobre el número exacto de ingresos destinados al Distrito Metropolitano de Quito se calcula una aproximación considerando el número de importaciones anuales de los productos para protección de trabajadores multiplicado por el porcentaje de industrias manufactureras pertenecientes a la provincia de Pichicha, cantón Quito, Distrito Metropolitano, para saber este porcentaje se tomó la información proporcionada por la Superintendencia de Compañías sobre las industrias legalmente constituidas, como se indica a continuación.

**CUADRO No. 3.22 INDUSTRIAS MANUFACTURERAS POR  
PROVINCIA**

<b>CIUU 4 - SECTOR C - INDUSTRIAS MANUFACTURERAS</b>		
<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>% NACIONAL</b>
Azuay	293	5,62
Bolívar	4	0,08
Cañar	9	0,17
Carchi	6	0,12
Chimborazo	31	0,60
Cotopaxi	30	0,58
El oro	76	1,46
Esmeraldas	34	0,65
Galápagos	4	0,08
Guayas	2.054	39,43
Imbabura	48	0,92
Loja	46	0,88
Los Ríos	40	0,77
Manabí	184	3,53
Morona Santiago	3	0,06
Napo	2	0,04
Orellana	12	0,23
Pastaza	4	0,08
Pichincha	2.077	39,87
Santa Elena	25	0,48
Sto. Domingo de los Tsáchilas	47	0,90
Sucumbíos	7	0,13
Tungurahua	172	3,30
Zamora Chinchipe	1	0,02
<b>TOTAL</b>	<b>5.209</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías del Ecuador.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

El porcentaje que corresponde a Pichincha sobre las industrias manufactureras nacionales es de 39,87%, de este obtenemos el porcentaje correspondiente al cantón Quito.

### CUADRO No. 3.23 INDUSTRIAS MANUFACTURERAS POR CANTÓN

CANTONES	N°	%
Cayambe	11	0,53
Mejía	12	0,58
Pedro Moncayo	5	0,24
Puerto Quito	2	0,10
Quito	1.986	95,62
Rumiñahui	60	2,89
San Miguel de los Bancos	1	0,05
<b>TOTAL</b>	<b>2.077</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

El porcentaje que corresponde a Quito es de 95,62% y en base a este se calcula la proyección de la oferta.

### CUADRO No. 3.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA, GUANTE DE PUNTOS PVC

AÑOS	PROYECCIÓN	PICHINCHA (39,87%)	QUITO (95,62%)
2012	176.581	70.409	67.324
2013	180.961	72.155	68.994
2014	185.450	73.945	70.705
2015	190.051	75.779	72.459
2016	194.765	77.659	74.257

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor. Año: 2012.

La proyección de la oferta para el año 2012 se calculó tomando la cifra de importaciones correspondientes al año 2011 por la tasa de crecimiento (0.024%) obteniéndose 176.581 unidades físicas anuales, este resultado se debe multiplicar por el porcentaje de industrias manufactureras de Pichincha (39,87%) y luego por el porcentaje de industrias manufactureras de Quito (95,62%) a fin de obtener la proyección de la oferta en el mercado objetivo.

#### 3.7.4.1 Proyección de la oferta de guantes de moda

Para establecer la proyección de la oferta de los guantes de moda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de 2,56%, según datos del

INEC ya que se trata de productos que no registran antecedentes en su comportamiento.

### **CUADRO No. 3.25 PROYECCIÓN DE LA OFERTA GUANTES DE MODA**

<b>AÑOS</b>	<b>PROYECCIÓN</b>
2012	37.320
2013	38.275
2014	40.260
2015	43.432
2016	48.053

**Fuente:** Estudio de mercado.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

Esta proyección se realiza desde el año 2012 de la siguiente manera: multiplicando 3.110 unidades físicas o pares (cantidad de los cuatro productores) por 12 meses.

## **3.8 Análisis y proyección de la demanda**

### **3.8.1 Análisis de la demanda de guantes de puntos PVC**

El mercado meta para los guantes tejidos de puntos de PVC son ferreterías, distribuidores y mayoristas. De acuerdo a la información obtenida en las encuestas realizadas a ferreterías se establece que existe una demanda del 73% de este tipo de guante, cifra superior a la oferta de productores nacionales.

#### **3.8.1.1 Factores que afectan la demanda**

- Encarecimiento del producto debido al incremento de aranceles.
- Contrabando de productos de protección para trabajadores.

### **3.8.2 Análisis de la demanda de guantes de moda**

Los guantes tejidos de moda tienen como mercado potencial los distribuidores, actualmente existe una demanda creciente y una oferta limitada por parte de los productores nacionales que obliga a satisfacer la demanda con la importación de productos.

#### **3.8.2.1 Factores que afectan la demanda**

- Aumento en el costo de insumos de producción.

### **3.8.3 Proyección de la demanda**

Para la proyección de la demanda se usó la tasa de crecimiento industrial de 3,6%, según datos de Induxmundi para los guantes de puntos de PVC y para los guantes de moda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional de 2,56%, según datos del INEC, según la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0(1+i)^n$$

En donde:

$Q_n$  = Consumo futuro

$Q_0$  = Consumo inicial

$i$  = Tasa de crecimiento anual proyectado

$n$  = año proyectado

### 3.8.3.1 Proyección de la demanda guantes de puntos PVC

**CUADRO No. 3.26 PROYECCIÓN DEMANDA**

AÑO	PROYECCIÓN
2012	114.252
2013	118.365
2014	122.626
2015	127.041
2016	131.614

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

Esta proyección se realizó tomando los datos de las encuestas a ferreterías (pregunta 6) en la que se determinó que la demanda está constituida por 9.521 pares mensuales, esta cifra calculada anualmente (por 12 meses) resulta 114.252 pares el año 2012.

### 3.8.3.2 Proyección de la demanda guantes de moda

**CUADRO No. 3.27 PROYECCIÓN DEMANDA**

AÑOS	PROYECCIÓN
2012	99.300
2013	101.842
2014	107.123
2015	115.563
2016	127.858

**Fuente:** Estudio de Mercado.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

La proyección de los guantes de moda es la misma para los modelos de lana y de acrílico, se calculó tomando los datos de la demanda 8.275 unidades físicas o pares mensuales de las encuestas a distribuidores (pregunta 1) y multiplicando esta cifra por la tasa de crecimiento (2.56%) y por 12 meses para establecer la demanda 99.300 pares para el año 2012.

### 3.9 Balance entre oferta y demanda

**CUADRO No. 3.28 BALANCE OFERTA Y DEMANDA GUANTES DE PUNTOS PVC**

BALANCE OFERTA DEMANDA				DEMANDA A CUBRIR
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	
2012	67.324	114.252	46.928	36.206
2013	68.994	118.365	49.371	39.102
2014	70.705	122.626	51.921	42.230
2015	72.459	127.041	54.581	45.609
2016	74.257	131.614	57.358	49.257

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

Para el año 2012 se calcula una demanda potencial a satisfacer igual a 46.928 pares de guantes de los cuales se pretende cubrir el 77.15% equivalente a 36.206 unidades, para esto el incremento mensual que debe tener la producción es del 6.4%, mientras que para cada año el crecimiento es de un 8%, de esta forma al año 2013 se pretende cubrir 39.102 pares de guantes de 51.921 unidades de la demanda potencial a satisfacer.

**CUADRO No. 3.29 BALANCE OFERTA Y DEMANDA GUANTES TEJIDOS DE LANA Y ACRÍLICO**

BALANCE OFERTA DEMANDA				DEMANDA A CUBRIR
AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	
2012	37.320	99.300	61.980	36.960
2013	38.275	101.842	63.567	39.917
2014	40.260	107.123	66.863	43.110
2015	43.432	115.563	72.131	46.559
2016	48.053	127.858	79.805	50.284

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

Para los guantes tejidos de lana y acrílico la demanda potencial a satisfacer es de 61.980 pares de guantes en el año 2012 de los cuales se pretende cubrir el 59.6%, es decir, 36.960 unidades, incrementando mensualmente la producción el 4.9% y para cada año el 8%, de esta manera para el año 2013 se pretende obtener 39.917 pares de guantes de 63.567 necesarios.

### **3.10 Análisis de precio**

El precio de comercialización de los guantes tanto de trabajo como de moda se establecerá de acuerdo a la investigación realizada en los puntos de oferta (competencia) y de acuerdo al costo que genere su producción.

#### **3.10.1 Análisis de precio de guantes de trabajo**

El precio para los guantes de trabajo se fijará considerando el promedio de precios que maneja la competencia en la comercialización de productos similares, tanto de productores como de ferreterías. Es necesario señalar que los precios también serán fijados de acuerdo a la calidad del producto principalmente a partir del costo de la materia prima que se utilice en la fabricación ya que este aspecto será determinante para que el mismo sea aceptado con rapidez en el mercado.

En el siguiente cuadro se puede observar las distintas marcas y precios de guantes de algodón recubiertos de puntos de PVC, que son de mayor consumo en las ferreterías, los precios varían de acuerdo a la calidad del guante y todos son recubiertos ambos lados, a su vez se conoció que los precios de venta al público (PVP) no varían mucho con respecto a los precios de distribución de estos modelos:



### CUADRO No. 3.30 PRECIOS DE LOS GUANTES DE TRABAJO

MARCA	ORIGEN	PVP
Tropper	Chino	2,31
Santul	Chino	2,25
Comando	Chino	1,70
Master	Nacional	1,60
Marshall	Chino	1,50
Sin marca	Chino	1,00

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

#### 3.10.2 Análisis de precio de los guantes de moda

El precio de los guantes de moda depende principalmente del costo de la materia prima en la que estén tejidos, y la competencia más grande será la china o extranjera que ofrece guantes de baja calidad a bajo precio, por lo que en el mercado se dificulta el ingreso de un nuevo modelo. Si se toma en cuenta la mentalidad de los consumidores que priorizan la calidad, esta podría ser una ventaja ya que las principales materias primas existentes en el mercado nacional son de buena calidad.

Los precios de los modelos de guantes de moda que existen actualmente en el mercado no varían demasiado, el precio de los guantes de lana va desde \$1.00 hasta \$2.50 dependiendo de la calidad del guante y del consumidor final, en algunos casos disminuye o aumenta este precio de distribución debido a la cantidad de guantes con que se haga la transacción, es decir, al por menor o al por mayor.

#### 3.11 Análisis de la competencia

Para determinar la competencia existente de los guantes tejidos de trabajo y moda se tomaron en cuenta la industria textil de Pichincha y sus tendencias en cuanto a la producción de ambos tipos de guantes, las importaciones que se hacen de productos de protección de trabajadores

para los guantes de trabajo, el comportamiento del mercado en cuanto a preferencias de productos y necesidades del cliente (estrategias de comercialización) así como otros factores no controlables como el ingreso ilícito de productos extranjeros.

**CUADRO No. 3.31 PUNTOS CRÍTICOS DEL ANÁLISIS**

PUNTOS CRÍTICOS	GUANTES DE PVC	GUANTES DE MODA
Identificación de los competidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Distribuidores de productos chinos.</li> <li>➤ Productores nacionales (12% encuestas).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Distribuidores de productos chinos.</li> <li>➤ Productores nacionales.</li> </ul>
Identificación de los competidores potenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mayor número de importaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Productores textiles existentes.</li> <li>➤ Nuevo productores textiles.</li> <li>➤ Mayor número de importaciones.</li> </ul>
Identificación de productos sustitutos actuales y potenciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Guantes recubiertos de nitrilo, caucho, látex y PVC.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Modelos nuevos de guantes.</li> </ul>
Determinación de aspectos críticos de la competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Productos chinos: Variedad de modelos, bajo costo, sistemas de distribución establecidos (ferreterías).</li> <li>➤ Productos chinos y nacionales: marcas reconocidas por el cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Productos chinos: Variedad de modelos y precios.</li> <li>➤ Productos nacionales: Sistema de distribución establecido.</li> </ul>
Características distintivas de cada competidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Producto chino: Bajo costo y variada calidad.</li> <li>➤ Producto nacional: Baja calidad, durabilidad ninguna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Productos chinos: No obedecen estándares de calidad ni de tallas.</li> <li>➤ Productos nacionales: No existen guantes de acrílico tinturados.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

### 3.11.1 Análisis de la competencia en los guantes de trabajo

Los principales competidores de este tipo de guantes son los productos importados (guantes de trabajo chinos) y en una mínima cantidad los de producción nacional, la particularidad de estos productos es que son elaborados con materiales de mala calidad, ocasionando que se abaraten costos y por lo tanto los precios, este aspecto se ve

compensado con la variedad de productos que presenta. En cuanto a los guantes de producción nacional de poca durabilidad se pretende solventar esta y otras deficiencias a fin de que los guantes de puntos de PVC sean preferidos por los consumidores finales que valoran la calidad, característica que permitiría el ingreso al mercado.

### 3.11.2 Análisis de la competencia en los guantes de moda

Conforme a lo analizado se establece que el principal competidor de este tipo de guante es de igual forma que en los guantes de trabajo los productos extranjeros principalmente los productos chinos. A diferencia de los guantes de trabajo la producción nacional de los guantes de lana es mayor en número y variedad, en cuanto a los guantes de acrílico existen diversos modelos pero ninguno como el que se pretende fabricar de acrílico tinturado.

### 3.12 Análisis de comercialización del producto

Para introducir el producto al mercado la empresa no contará con un almacén propio sino con un área designada en el taller en donde se vende el producto a distribuidores o mayoristas bajo pedido. Es necesario establecer cuáles serán las principales técnicas de comercialización tomando en cuenta los siguientes aspectos básicos:

**CUADRO No. 3.32 ASPECTOS BÁSICOS DE COMERCIALIZACIÓN**

ASPECTO	GUANTES DE TRABAJO	GUANTES DE MODA
Mercado meta	Ferreterías	Distribuidores
Precios	Por mayor	Por mayor
Calidad	Muy buena	Muy buena
Características del producto	Resistencia y durabilidad	Diseño y durabilidad

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

### **a) Canales de distribución**

La forma de introducir el producto desde el productor hasta el consumidor final será del productor al mayorista y de éste al consumidor final, el presente análisis de factibilidad es el de poner en marcha la empresa comercializando sus productos a través de distribuidores, ferreterías en el caso de los guantes de puntos de PVC y distribuidores en el caso de los guantes de moda.

### **b) Estrategias de precio**

Como se describe en el cuadro de aspectos básicos de comercialización se manejará principalmente el precio al por mayor dependiendo de la cantidad del producto que se comercializará. El precio de los guantes de puntos PVC es de \$1.00, los de lana \$0.80 y los de acrílico \$1.25.

**Estrategia 1:** Reducir los costos de producción sin disminuir la calidad del producto, manteniendo las características de durabilidad.

**Objetivo:** Mantener los precios de los productos.

**Táctica:** Capacitación al personal de producción, para optimizar los procesos productivos a fin de disminuir los costos.

### **c) Estrategias con relación al producto**

**Estrategia 1:** Diseño y fabricación de productos de mejor calidad.

**Objetivo:** Satisfacer los requerimientos del mercado, mejor materia prima, mejores acabados (encuestas).

**Táctica:** Analizar los materiales de fabricación disponibles en el mercado así como los costos que generan.

**Estrategia 2:** Generar productos personalizados.

**Objetivo:** Fabricar los productos de acuerdo a los pedidos de los clientes.

**Tácticas:** Ofrecer las opciones de fabricación en cuanto a modelo, materiales, colores, acabados y costos.

#### **d) Estrategia de venta**

**Estrategia 1:** Políticas de venta flexibles.

**Objetivo:** Cubrir una de las necesidades de los clientes.

**Táctica:** Trabajar a través de anticipos y créditos (cheques posfechados).

**Estrategia 2:** Aumentar la cartera de clientes en la ciudad de Quito.

**Objetivo:** Mantener el volumen de ventas pronosticado y crecer.

**Táctica:** Realizar alianzas con diferentes cadenas detallistas para poder colocar los productos en sus establecimientos.

#### **e) Estrategias de publicidad**

**Estrategia 1:** Anunciar la empresa en la sección de páginas amarillas en el directorio telefónico.

**Objetivo:** Dar a conocer la empresa a nivel regional.

**Táctica:** Hacer el anuncio.

**Estrategia 2:** Entrar al mercado a través de herramientas de publicidad impresas.

**Objetivo:** Dar a conocer la empresa y sus productos en el mercado.

**Tácticas:** Tarjetas de presentación que promuevan a la empresa, indicando los teléfonos, razón social y productos que ofrece y trípticos de información sobre los productos.

**Estrategia 3:** Distribución de tarjetas comerciales y muestras de los productos.

**Objetivo:** Llegar a los distribuidores de forma directa con el producto dando a conocer la calidad del mismo.

**Táctica:** Fabricar los prototipos de cada tipo de guante.

Los recursos dispuestos para estas actividades son de \$200 en el año 2012.

#### **f) Estrategias por diferenciación**

**Estrategia:** Segmentar la base de clientes en forma muy precisa.

**Objetivo:** Brindar atención personalizada, resolviendo los principales problemas o necesidades de alto orden de los clientes.

**Táctica:** Llevar el registro desde el inicio de las actividades comerciales de la empresa.

Esta estrategia es factible ya que al tratarse de pocos productos y de ingeniería bastante elemental el servicio será valioso y fácil de prestar.

### **3.13 Conclusiones**

- En el estudio realizado se aplicaron de acuerdo a lo planificado todas las técnicas de investigación primaria y secundaria previstas, logrando obtener la información necesaria para determinar los principales lineamientos para el trabajo y desarrollo del proyecto.
- La demanda se pudo determinar gracias a las encuestas y la información obtenida mediante las entrevistas realizadas a los distribuidores y ferreterías de la ciudad de Quito, que dejó como resultado que existe una demanda muy significativa de los guantes de trabajo recubiertos con puntos de PVC y los guantes de lana.
- Trabajar en base a la calidad y no al precio de los tres tipos de guantes.

- El estudio de mercado genera valor en la creación de una empresa ya que permite conocer si es factible o no su creación.
- En el estudio de mercado se determinó que si existe una demanda potencial a satisfacer de los dos tipos de guantes.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1 Análisis técnico**

##### **4.1.1 Macro localización del proyecto**

➤ **Región**

Se situará en la región Norte.

➤ **Provincia**

El presente proyecto se realizará en la provincia de Pichincha que limita al norte con las provincias de Esmeraldas e Imbabura, al este con las de Sucumbíos y Napo, al sur con la provincia de Cotopaxi, y al oeste con la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas (ex cantón de la provincia). Con un clima promedio de 18°, goza de tener una gran variedad de establecimientos económicos.



## GRAFICO No. 4.1 PROVINCIA DE PICHINCHA



Fuente: [www.ame.gov.ec](http://www.ame.gov.ec).

Año: 2012.

### ➤ Cantón

Se realizará en el Distrito Metropolitano de Quito.

### 4.1.2 Micro localización del proyecto

CUADRO No. 4.1 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN			CALIF. PONDERADA		
		CARC.	MAGD.	SANG.	CARC.	MAGD.	SANG.
Facilidad de acceso al taller	0,20	7	9	6	1,40	1,80	1,20
Proveedores	0,30	6	7	4	1,80	2,10	1,20
Disponibilidad de mano de obra	0,30	7	8	5	2,10	2,40	1,50
Costo de vida	0,15	7	9	6	1,05	1,35	0,90
Seguridad del barrio	0,05	8	7	6	0,40	0,35	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>				<b>6,75</b>	<b>8,00</b>	<b>5,10</b>

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

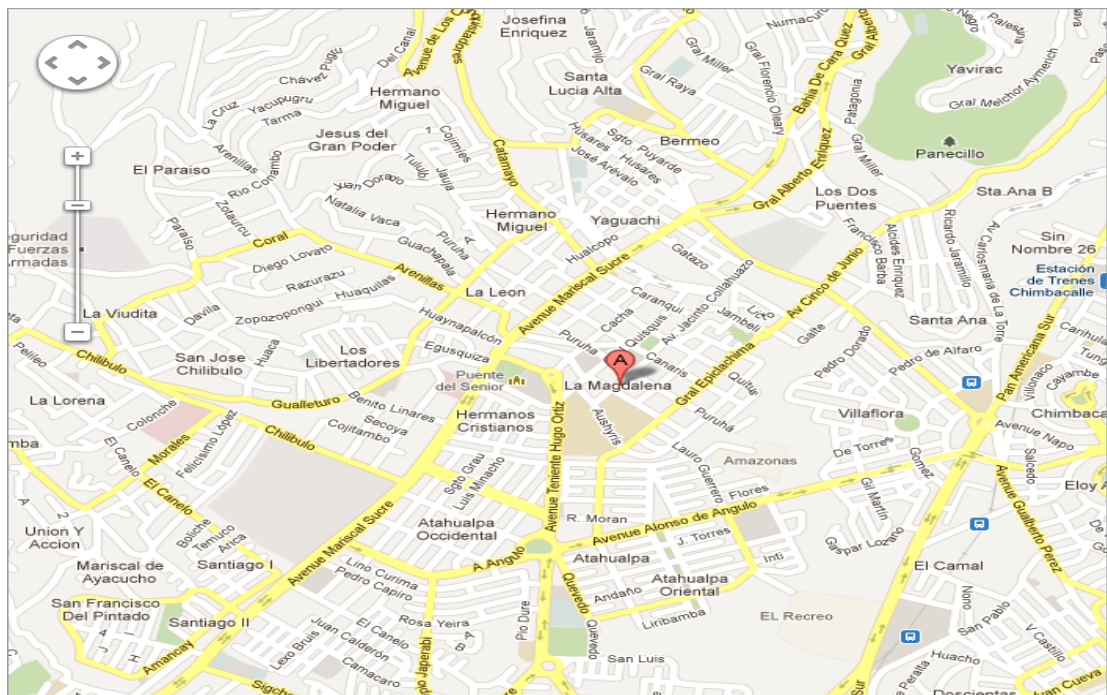
### ➤ Parroquia

La empresa para la cual se realiza este trabajo se ubicará en la parroquia de la Magdalena, en el barrio conocido como Magdalena Central.

## ➤ Dirección

El taller se encontrara ubicado a una cuadra del parque de la Magdalena a dos cuadras del Mercado Municipal de la misma parroquia y a una cuadra de una de las principales vías, de circulación la Avenida Mariscal Antonio José de Sucre, en las calles Cañarís Oe 5 – 80 y María Duchicela como se puede encontrar en el croquis.

**GRAFICO No. 4.2 PROVINCIA DE PICHINCHA**



Fuente: [www.google.earth](http://www.google.earth).

Año: 2012.

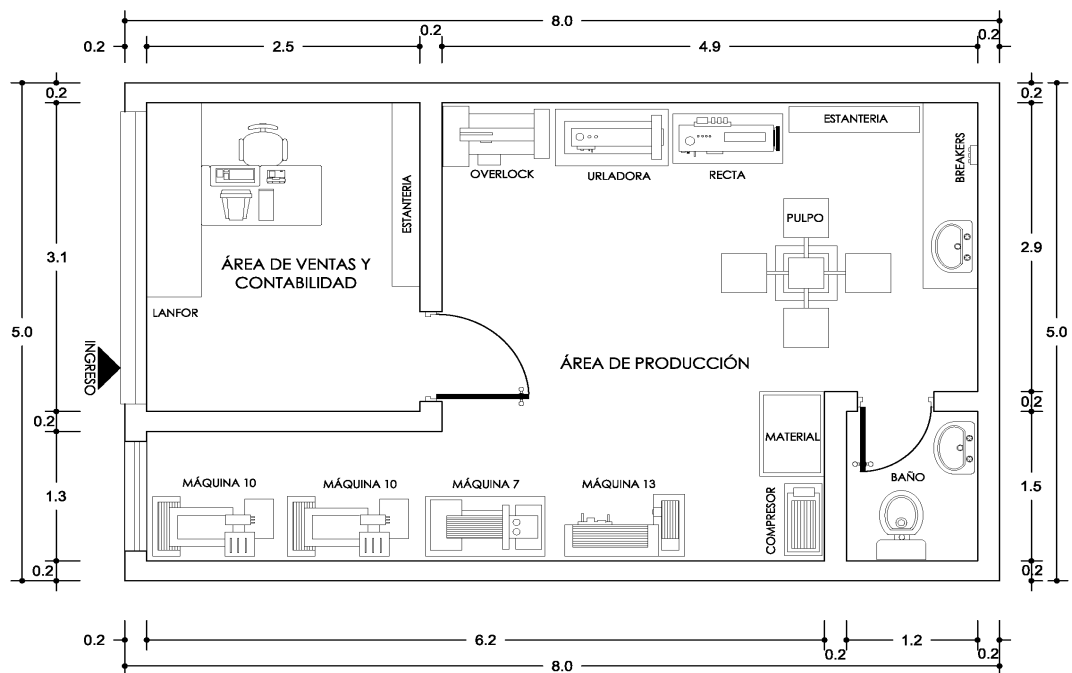
## 4.2 Diseño de las instalaciones físicas

Para poder desarrollar las actividades productivas se contará con un local comercial arrendado de 40 metros cuadrados, que servirá en su totalidad para la ubicación de las máquinas de tejer y coser, el pulpo de estampado, y los demás materiales necesarios para la fabricación, secado, acabado y empaque de los guantes, además un pequeño espacio destinado a la oficina de la empresa que para estos fines será solo interna.

### 4.3 Distribución del taller

En la distribución del taller primeramente se ubica el ingreso y la oficina posteriormente se encuentra el taller de producción, dividido en dos áreas principales la primera de ventas y contabilidad y la segunda de producción.

**GRAFICO No. 4.3 DISTRIBUCIÓN DEL TALLER**



**Elaborado por:** Elizabeth Andrade Pozo, Egresada FAU – UCE.  
**Año:** 2012.

Las máquinas deben localizarse de tal manera que tengan facilidad de conectarse a los tomas de corriente y el pulpo debe ubicarse cerca de las conexiones sanitarias para facilitar el desagüe de químicos utilizados en el estampado.

#### 4.3.1 Área de ventas y contabilidad

Como se puede observar en el plano al ingreso del taller se encuentra el área de ventas y contabilidad, destinada también a las

actividades gerenciales, atención al cliente y supervisión de la producción que al principio de las actividades serán desempeñadas por los propietarios del taller.

#### 4.3.2 Área de producción

Esta área está conformada por las áreas productivas de tejido, cosido y estampado, además cuenta con las instalaciones eléctricas e hidro sanitarias necesarias para cada tipo de máquina, a continuación se detalla las conexiones requeridas para las máquinas.

**CUADRO No. 4.2 REQUERIMIENTOS ELECTRICOS E HIDRO  
SANITARIOS DE LA MAQUINARIAS**

AREA	MÁQUINAS	VOLTAGE	HIDRO SANITARIOS
Tejido	Maquina 10 (2)	220 V	
	Maquina 7	220 V	
	Maquina 13	220 V	
	Compresor	220 V	
Cosido	Overlock	110 V	
	Urladora	110 V	
	Recta	220 V	
Estampado	Pulpo		Conexión directa

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

#### 4.4 Disponibilidad de recursos

##### 4.4.1 Recursos económicos

Los recursos económicos que serán invertidos en este proyecto estarán proporcionados enteramente por los propietarios.

##### 4.4.2 Recursos humanos

Será necesario una persona que trabaje en el área productiva y dos personas (propietarios) para el área de ventas y contabilidad,

posteriormente se implementará más personal de acuerdo a las necesidades.

#### 4.4.3 Recursos tecnológicos

Se contará con todos los servicios básicos incluyendo teléfono, internet y seguridad.

#### 4.4.4 Suministros de oficina

Se debe contar al menos con un computador para estar al día con los requerimientos tecnológicos y brindar un mejor servicio.

#### 4.4.5 Recursos para la producción

##### 4.4.5.1 Maquinaria

La maquinaria que se necesitará para el proyecto es de última tecnología, y parte de ella será importada de china mediante un intermediario nacional y otra será nacional cuyos detalles se describen a continuación:

**CUADRO No. 4.3 MAQUINARIA**

DETALLE DE MAQUINARIA	CANT.	USO
Máquinas de Tejido Automáticas		
NSG-7A	1	Tejido de guantes gruesos
NSG-10A	2	Tejido de guantes normales
NSG-13A	1	Tejido de guantes finos
Compresor	1	Funcionamiento y limpieza de máquinas de tejer
Maquina Urladora	1	Terminado de guantes en dobles
Máquina Overlok	1	Cerrado de fillos delgados de guantes
Maquina Recta	1	Cerrado de fillos gruesos de guantes
Pulpo para estampado	1	Estampado o recubrimiento de guantes

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

#### 4.4.5.2 Materia prima

Los materiales para la producción en su mayoría serán de producción nacional y para la producción de pedidos especiales o nuevos los materiales serán adquiridos al exterior a través de distribuidores legalmente establecidos en el país.

#### 4.4.5.3 Insumos de producción

Son los materiales que se usarán en la producción principalmente para el acabado y empaque de los guantes, además se consideran en este grupo los implementos de seguridad industrial.

### 4.5 Proceso productivo

#### 4.5.1 Proceso general

El detalle de cada uno de los procesos en la producción de los guantes los detallaremos a continuación:

**CUADRO No. 4.4 PROCESO GENERAL**

PROCESO	SUBPROCESO	ACTIVIDAD	TAREA
Elaboración de nuevos Productos	Registro	a.) Calcular costo total del producto nuevo	1. Costear materia prima directa. 2. Costear mano de obra utilizada. 3. Sumar los CGF.
		b.) Establecer tiempo de confección	1. Establecer etapas de producción. 2. Medir el tiempo que se demora en cada etapa de la producción.
		c.) Aprobación del gerente propietario	1. Presentar información de recursos y costo del producto nuevo. 2. Autorización para la producción.
		d.) Hacer ficha del producto nuevo	1. Establecer las características físicas del producto. 2. Fijar las pasadas en que se tejera el producto. 3. Establecer el costo de producción. 4. Crear hoja de costos del producto nuevo.
	Modelo	a.) Elaborar prototipos	1. Elaborar muestras requeridas por el cliente. 2. Elaborar muestras diseñadas por los propietarios.
Producción	Pedidos	a.) Recepción de pedidos	1. Llegar a un acuerdo con el cliente. 2. Elaborar nota de pedido.
		b.) Verificación de existencias	1. Revisar el stock del producto. 2. Despachar si existe el producto.
		c.) Elaboración de Orden de Producción	1. Autorizar la orden de producción. 2. Elaborar requisición de materiales en las órdenes

			de producción.
	Compra	a.) Comprar materia prima nuevos	1. Solicitar cotizaciones. 2. Verificar la mejor opción de compra. 3. Elaborar la orden de compra.
		b.) Abastecimiento de materia prima	1. Solicitar el material al proveedor. 2. Realizar la compra. 3. Recibir los materiales en correcto estado. 4. Ingresar al kárdex respectivo. 5. Asignar a cada orden de producción lo requerido.
	Tejido	a.) Empezar orden de producción	1. Recibir la materia prima. 2. Calibrar las maquinas según los requerimientos de los modelos de guantes. 3. Enhebrar las maquinas. 4. Tejer los guantes.
		b.) Cortar hilos	1. Revisar los guantes y cortar los hilos sobrantes. 2. Coger fallas. 3. Devolver material sobrante.
	Estampado	a.) Estampar	1. Preparar los materiales, (caucho, pvc, nitrilo). 2. Preparar las mallas de estampado. 3. Prepara pulpo (máquina de estampado). 4. Estampar y secar los guantes.
	Cosido	a.) Pasar guantes en overlock.	1. Pasar el filo con hilo espuma para mayor seguridad y resistencia. 2. De acuerdo al modelo insertar elástico al filo.
		b.) Pasar guantes en urladora.	1. Realizar dobles grueso en los guantes de moda. 2. Realizar ribete en guantes de trabajo.
		c.) Pasar guantes por la recta.	1. Realizar dobles fino en guantes de trabajo especiales. 2. Realizar zigzag en guantes especiales.
	Acabado	a.) Control de Calidad.	1. Revisar guantes en su totalidad. 2. Cortar últimos hilos de cosido.
		b.) Etiquetado	1. Pegar plastiflecha. 2. Doblado. 3. Pegar etiqueta adhesiva.
		c.) Empacado	1. Enfundado. 2. Verificar la orden de producción y unidades producidas. 3. Ingresar al kárdex respectivo. 4. Enviar a ventas.
	Venta de Productos	Ingreso	a.) Recibir productos fabricados
Venta		b.) Facturación	1. Hacer facturas. 2. Hacer notas de venta. 3. Hacer guía de remisión.
Atención al cliente		a.) Recepción de pedidos	1. Hacer notas de pedido de clientes. 2. Hacer proformas de clientes.

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

#### 4.5.1.1 Elaboración de nuevos productos

Para iniciar con el diseño de nuevos productos es necesario que se realice un estudio de los modelos existentes, además se debe determinar los materiales nuevos disponibles en el mercado y conocer con exactitud los requerimientos del cliente. Los nuevos productos deben

ser registrados especificando en cada modelo creado el costo, tiempo de fabricación.

#### **4.5.1.2 Producción**

Los procesos productivos inician con los pedidos, siguen con la compra de la materia prima, se procede a tejer los guantes, estampar los modelos que deban recubrirse, coser los ribetes o dobleces de los puños y para finalizar se realiza el control de calidad o acabado, etiquetado y empaclado.

#### **4.5.1.3 Venta de productos**

Primeramente en este proceso se deben ingresar los productos fabricados al inventario de productos terminados, una vez contabilizados los productos se realiza las ventas o despacho de pedidos, en ambos casos se factura, se empacla y entrega los productos al cliente.

Las ventas serán realizadas por el administrador propietario del taller, al igual que todas las actividades de atención al cliente como tomar pedidos, promocionar los productos.

#### **4.5.2 Resumen de actividades por tiempo**

Para efectos de poder determinar el tiempo de fabricación de los productos se consideran únicamente las actividades que tienen un tiempo significativo de realización dentro de la lista de actividades del proceso de producción.



**CUADRO No. 4.5 RESUMEN DE ACTIVIDADES POR TIEMPO**

PROCESO	SUBPROCESO	ACTIVIDAD	TIEMPO
Elaboración de nuevos Productos	Registro	a.) Calcular costo total del producto nuevo	10 Min.
		b.) Establecer tiempo de confección	10 Min.
		c.) Aprobación del gerente propietario	5 Min.
		d.) Hacer ficha del producto nuevo	10 Min.
	Modelo	a.) Elaborar prototipos	15 Min.
Producción	Pedidos	a.) Recepción de pedidos	20 Min.
		b.) Verificación de existencias	5 Min.
		c.) Elaboración de Orden de Producción	5 Min.
	Compra	a.) Comprar materia prima nuevos	60 Min.
		b.) Abastecimiento de materia prima	20 Min.
	Tejido	a.) Empezar orden de producción	15 Min.
		b.) Cortar hilos	2 Min.
	Estampado	a.) Estampar	5 Min.
	Cosido	a.) Pasar guantes en overlock.	2 Min.
		b.) Pasar guantes en urladora.	2 Min.
		c.) Pasar guantes por la recta.	2 Min.
	Acabado	a.) Control de Calidad.	1 Min.
		b.) Etiquetado	1 Min.
c.) Empacado		1 Min.	
Venta de Productos	Ingreso	a.) Recibir productos fabricados	10 Min.
	Venta	b.) Facturación	4 Min.
	Atención al cliente	a.) Recepción de pedidos	20 Min.
<b>TOTAL DE PROCESO DE PRODUCCIÓN</b>			<b>227 Min.</b>
<b>TOTAL DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN (HORAS)</b>			<b>3H 47MIN</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

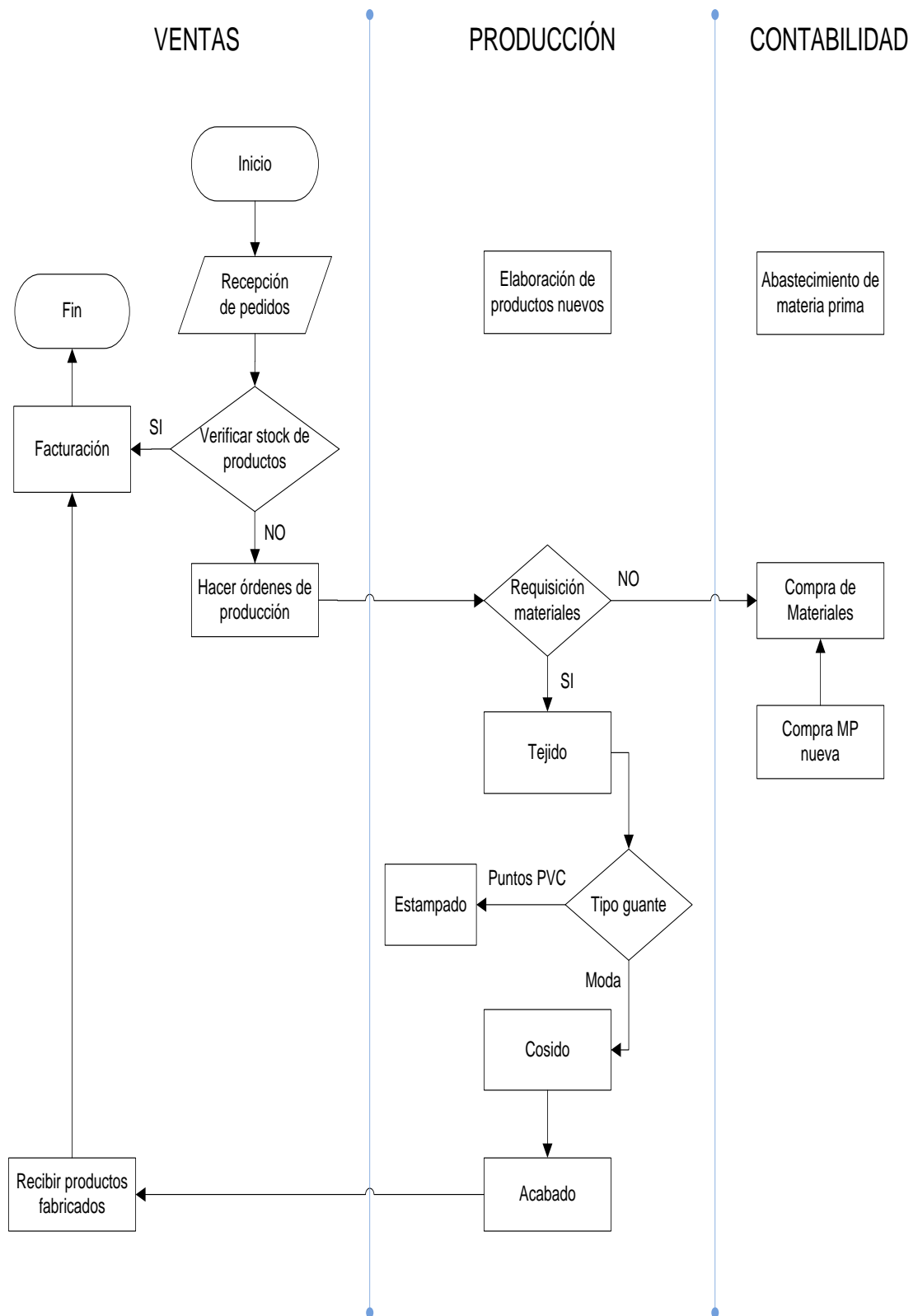
**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

### 4.5.3 Diagrama de flujo operativo

El flujograma operativo describe los procesos y actividades productivas principales esta subdividido de acuerdo a las áreas funcionales de la empresa que son ventas, contabilidad y producción.

### GRAFICO No. 4.4 FLUJOGRAMA OPERATIVO

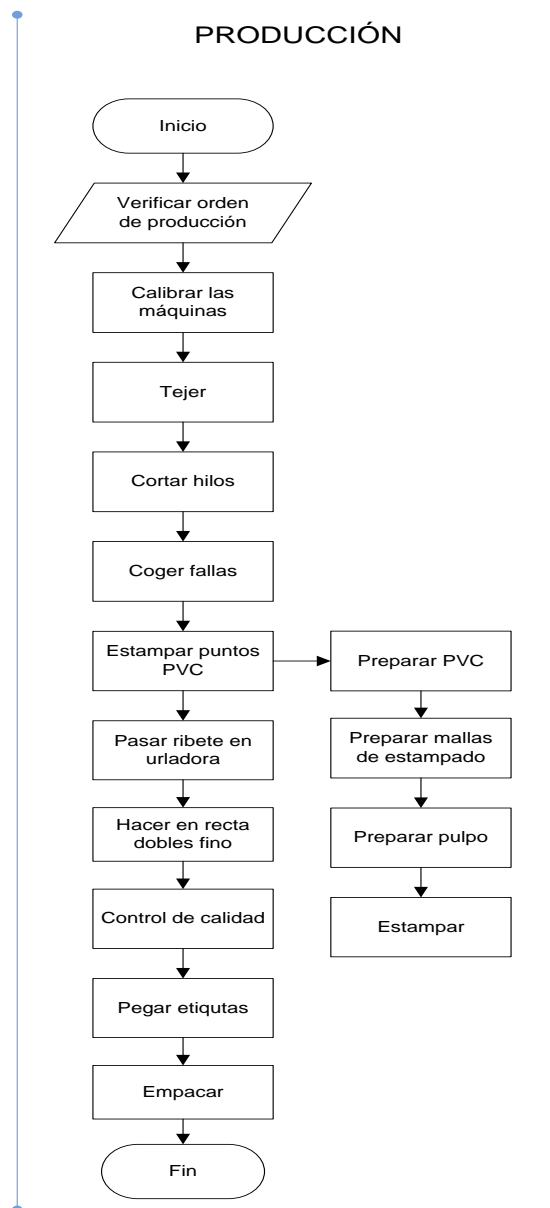


**Fuente:** Investigación Directa.  
**Elaborado por:** El Autor.  
**Año:** 2012.

#### 4.5.4 Procesos productivos

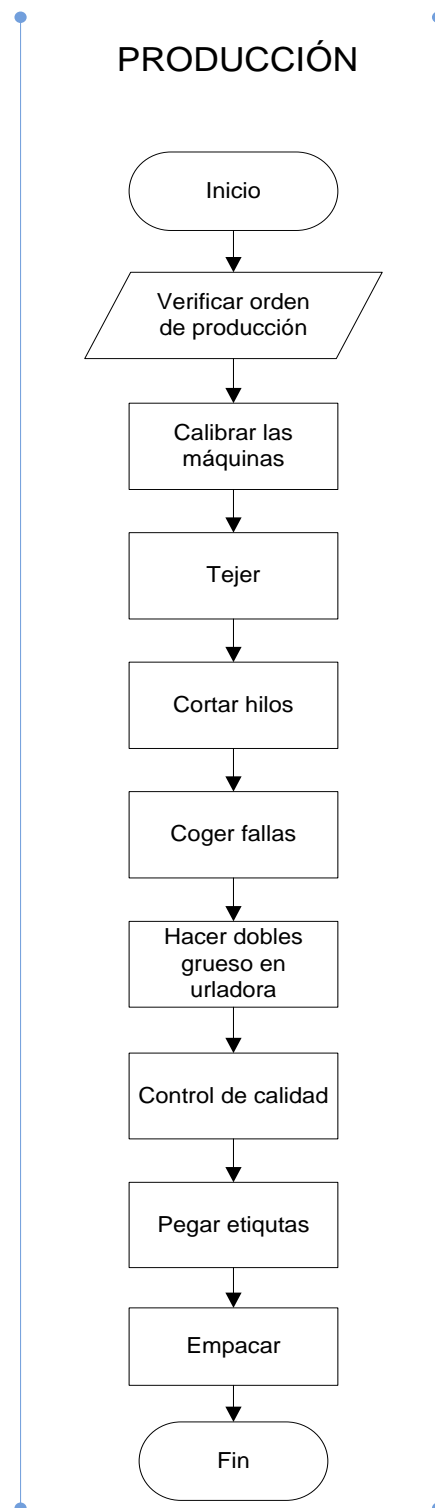
Para la fabricación de los diferentes tipos de guantes se establecen los procesos productivos para cada uno, de la siguiente manera:

**GRAFICO No. 4.5 PROCESO PRODUCTIVO GUANTES DE PUNTOS DE PVC**



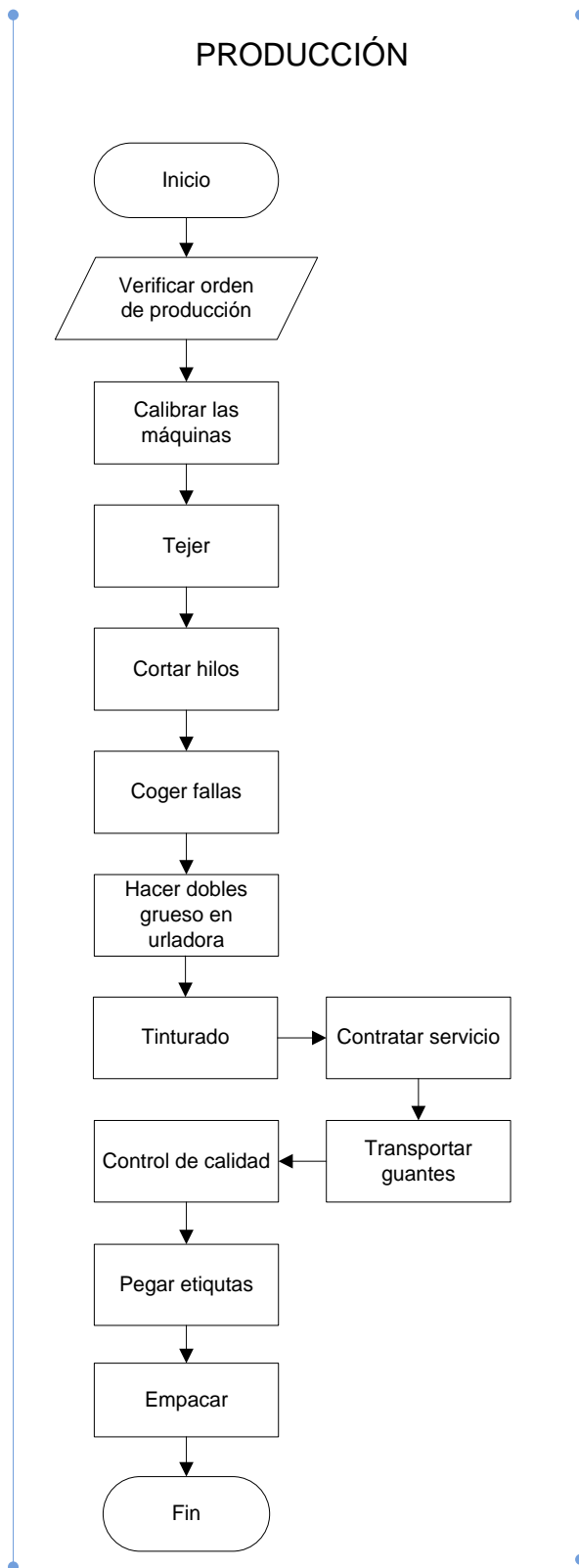
**Fuente:** Investigación Directa.  
**Elaborado por:** El Autor.  
**Año:** 2012.

**GRAFICO No. 4.6 PROCESO PRODUCTIVO GUANTES DE LANA**



**Fuente:** Investigación Directa.  
**Elaborado por:** El Autor.  
**Año:** 2012.

**GRAFICO No. 4.7 PROCESO PRODUCTIVO GUANTES DE ACRÍLICO**



**Fuente:** Investigación Directa.  
**Elaborado por:** El Autor.  
**Año:** 2012.

## 4.6 Presupuesto de inversión

### 4.6.1 Inversión fija

El proyecto contará con una inversión de los propietarios de \$ 26.176,54 que está conformada por activos fijos, maquinaria, equipo, muebles y enseres y bienes de capital.

#### 4.6.1.1 Inversión de maquinaria y herramientas

La maquinaria y demás herramientas a utilizarse para poner en marcha el proyecto se detallan a continuación:

**CUADRO No. 4.6 MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<b>MAQUINARIA</b>			
Máquinas de Tejido Automáticas			
NSG-7 <sup>a</sup>	1	5.000,00	5.000,00
NSG-10 <sup>a</sup>	2	5.000,00	10.000,00
NSG-13 <sup>a</sup>	1	5.000,00	5.000,00
Compresor	1	692,54	692,54
Maquina Urladora	1	500,00	500,00
Máquina Overlok	1	800,00	800,00
Maquina Recta	1	700,00	700,00
Pulpo para estampado	1	1.500,00	1.500,00
<b>HERRAMIENTAS</b>			
Juego de mangueras para aire	1	50,00	50,00
Caja de Herramientas	1	150,00	150,00
Galón de aceite	1	220,00	220,00
Balanza	1	20,00	20,00
Tijeras	4	2,00	8,00
Etiquetera	2	2,00	4,00
Sillas	4	10,00	40,00
Mesa	1	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>24.764,54</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.1.2 Inversión en equipo de computación

**CUADRO No. 4.7 EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora Portátil	1	800,00	800,00
Impresora/Escáner	1	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>920,00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.1.3 Inversión de equipo de oficina

Los equipos de oficina para el proyecto serán los destinados únicamente para el área administrativa y de ventas, son los que se detallan a continuación:

**CUADRO No. 4.8 EQUIPO DE OFICINA**

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Radio	1	40,00	40,00
Calculadora	1	15,00	15,00
Teléfono/ Fax	1	45,00	45,00
<b>TOTAL</b>			<b>100,00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.1.4 Inversión en muebles de oficina

Los muebles y enseres que se utilizarán para el área de producción y administración serán los que se detallan a continuación:

**CUADRO No. 4.9 MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	1	200,00	200,00
Sillas	1	90,00	90,00
Estanterías	2	50,00	100,00
<b>TOTAL</b>			<b>390,00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.2 Inversión variable

##### 4.6.2.1 Inversión de útiles de oficina

Para realizar las actividades con eficiencia es necesario contar con las herramientas básicas, en las actividades administrativas se necesita de los materiales que a continuación se detallan:

**CUADRO No. 4.10 ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Resma de papel	1	3,50	3,50
Esferos	5	0,25	1,25
Lápices	2	0,25	0,50
Carpeta/ folder	3	1,50	4,50
Corrector	1	1,20	1,20
Grapadora	2	6,00	12,00
Perforadora	1	5,00	5,00
Resaltador	1	0,60	0,60
Estiletos	1	1,20	1,20
Marcadores	2	0,40	0,80
<b>TOTAL</b>			<b>30,55</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Auto.

Año: 2012.



#### 4.6.2.2 Gasto arriendo

El lugar donde estará ubicado el taller será un local arrendado por lo que se deberá destinar una inversión fija por lo menos para los dos primeros meses.

**CUADRO No. 4.11 ARRIENDO**

Descripción	Mensual	Anual
Arriendo	170,00	2.040,00

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Auto.

**Año:** 2012.

#### 4.6.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo será para 2 meses.

**CUADRO No. 4.12 CAPITAL DE TRABAJO**

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Materia prima	7.747,25
Insumos	213,22
Mano de Obra	1.948,00
CIF	316,00
<b>TOTAL</b>	<b>10.224,47</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Auto.

**Año:** 2012.

#### 4.6.3.1 Materia prima

**CUADRO No. 4.13 MATERIALES**

MATERIALES		T. PARES	MEDIDA	T. KG	P. U. KG	TOTAL MES	2 MESES
Algodón			KG	156,89	7,67	1.203,36	2.406,71
	Trabajo	3.017	KG	156,89	7,67	1.203,36	2.406,71
Lana			KG	70,40	8,92	627,62	1.255,23
	Orlón	1.760	KG	70,40	8,92	627,62	1.255,23
Acrílico			KG	59,40	8,12	482,33	964,66
	Suave	1.320	KG	59,40	8,12	482,33	964,66
Elástico			KG	13,51	14,86	200,82	401,64
	Trabajo	3.017	KG	6,03	14,86	89,67	179,34
	Orlón	1.760	KG	3,52	14,86	52,31	104,61
	Suave	1.320	KG	3,96	14,86	58,85	117,69
Hilo			KG	6,10	8,33	50,79	101,58
	Trabajo	3.017	KG	3,02	8,33	25,13	50,27
	Orlón	1.760	KG	1,76	8,33	14,66	29,32
	Suave	1.320	KG	1,32	8,33	11,00	21,99
Pvc			KG	60,34	19,04	1.148,93	2.297,86
	Trabajo	3.017	KG	60,34	19,04	1.148,93	2.297,86
Tintura			KG	59,40	2,69	159,79	319,57
	Suave	1.320	KG	59,40	2,69	159,79	319,57
<b>TOTAL</b>		<b>6.097</b>				<b>3.873,63</b>	<b>7.747,25</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012

#### 4.6.3.2 Insumos

**CUADRO No. 4.14 INSUMOS**

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL MES	2 MESES
Etiquetas	6097	0,001	8,54	17,07
Fundas Individuales	6097	0,010	60,97	121,94
Fundas para empaque	50	0,200	10,00	20,00
Plastifechas	6097	0,000	0,85	1,71
Cinta Embalaje	25	1,050	26,25	52,50
<b>TOTAL</b>			<b>106,61</b>	<b>213,22</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.3.3 Mano de obra

**CUADRO No. 4.15 MANO DE OBRA**

CARGO	SUELDO	REMUNERACIÓN	2 MESES
Gerente	1	390	780
Contadora	1	292	584
Obrero	1	292	584
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>974</b>	<b>1948</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.3.4 Costos indirectos de fabricación

**CUADRO No. 4.16 SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	UND	CANTIDAD	P.U	T. MES	2 MESES
Luz	Mes	1,00	20,00	20,00	40,00
Agua	Mes	1,00	5,00	5,00	10,00
Teléfono	Mes	1,00	15,00	15,00	30,00
Internet	Mes	1,00	18,00	18,00	36,00
<b>TOTAL</b>				<b>58,00</b>	<b>116,00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

**CUADRO No. 4.17 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN**

DESCRIPCIÓN	UND	CANTIDAD	P.U	T. MES	2 MESES
Mantenimiento	Mes	1,00	50,00	50,00	100,00
Reparación	Mes	1,00	20,00	20,00	40,00
Repuestos	Mes	1,00	30,00	30,00	60,00
<b>TOTAL</b>				<b>100,00</b>	<b>200,00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.3.5 Resumen de inversión variable

**CUADRO No. 4.18 INVERSIÓN VARIABLE**

INVERSIÓN VARIABLE	
DETALLE	VALOR
Útiles de oficina	30,55
Arriendo	340,00
Capital de trabajo	10.224,47
<b>TOTAL</b>	<b>10.595,02</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 4.6.4 Estructura de la inversión

Aquí se detallan todas las inversiones que van a ser indispensables para poder iniciar las actividades.

**CUADRO No. 4.19 INVERSIONES**

INVERSIONES	VALOR	%
Fija	26.174,54	0,71
Variable	10.595,02	0,29
Diferida		
<b>TOTAL DE LA INVERSIÓN</b>	<b>36.769,56</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

## **CAPÍTULO V**

### **5 ESTUDIO FINANCIERO**

El proyecto en los capítulos anteriores ha determinado la existencia del mercado meta, las facilidades para desarrollar los procesos y la factibilidad para obtener un buen resultado y es por esto que el estudio financiero establece si será rentable, aquí se incluirán los ingresos y egresos proyectados que se espera para los próximos 5 años, se detallan valores de costos de operación, mano de obra, costos indirectos de fabricación y demás gastos que incurriere el inicio de las funciones y actividades del proyecto que nos permitirá comprobar si se puede ejecutar. En este proyecto el capital para el desarrollo es en su totalidad es proporcionado por el dueño.

#### **5.1 Ingresos**

#### **5.2 Ingresos proyectados**

El presupuesto de Ingresos consta de la venta de guantes de puntos pvc con una cantidad de 3.017 pares mensuales, acrílico con 1.320 pares mensuales y lana con 1.760 pares mensuales, para el año 1 y para los siguientes años se estima un incremento de ventas del 8% anual. A continuación se detallan los cuadros:

### CUADRO No. 5.1 INGRESOS

<b>PUNTOS PVC</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Cantidad	36.206	39.102	42.230	45.609	49.257
Precio	1,00	1,05	1,10	1,15	1,21
<b>TOTAL</b>	<b>36.205,71</b>	<b>40.998,63</b>	<b>46.426,02</b>	<b>52.571,90</b>	<b>59.531,37</b>
<b>ACRÍLICO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Cantidad	21.120	22.810	24.634	26.605	28.734
Precio	1,25	1,31	1,37	1,44	1,51
<b>TOTAL</b>	<b>26.400,00</b>	<b>29.894,83</b>	<b>33.852,31</b>	<b>38.333,68</b>	<b>43.408,29</b>
<b>LANA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Cantidad	15.840	17.107	18.476	19.954	21.550
Precio	0,80	0,84	0,88	0,92	0,97
<b>TOTAL</b>	<b>12.672,00</b>	<b>14.349,52</b>	<b>16.249,11</b>	<b>18.400,17</b>	<b>20.835,98</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>75.277,71</b>	<b>85.242,98</b>	<b>96.527,44</b>	<b>109.305,75</b>	<b>123.775,64</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3 Egresos

#### 5.3.1 Costos de producción

El costo de producción está representado por todos los valores que se incurrirán en el período de producción, como materia prima, mano de obra, costos generales de fabricación, estos datos crecen según la inflación del 4,85% obtenida del banco central.

### 5.3.1.1 Materia prima directa

**CUADRO No. 5.2 PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA**

MATERIALES		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Algodón	Q	1.882,70	2.033,31	2.195,98	2.371,66	2.561,39
	Precio	7,67	8,04	8,43	8,84	9,27
	<b>TOTAL</b>	<b>14.440,29</b>	<b>16.351,89</b>	<b>18.516,56</b>	<b>20.967,78</b>	<b>23.743,49</b>
Lana	Q	844,80	912,38	985,37	1.064,20	1.149,34
	Precio	8,92	9,35	9,80	10,28	10,77
	<b>TOTAL</b>	<b>7.531,39</b>	<b>8.528,40</b>	<b>9.657,39</b>	<b>10.935,83</b>	<b>12.383,52</b>
Acrílico	Q	712,80	769,82	831,41	897,92	969,76
	Precio	8,12	8,51	8,93	9,36	9,81
	<b>TOTAL</b>	<b>5.787,94</b>	<b>6.554,14</b>	<b>7.421,78</b>	<b>8.404,28</b>	<b>9.516,83</b>
Elástico	Q	72,41	78,20	84,46	91,22	98,51
	Precio	14,86	15,58	16,34	17,13	17,96
	<b>TOTAL</b>	<b>1.076,03</b>	<b>1.218,48</b>	<b>1.379,78</b>	<b>1.562,44</b>	<b>1.769,27</b>
	Q	42,24	45,62	49,27	53,21	57,47
	Precio	14,86	15,58	16,34	17,13	17,96
	<b>TOTAL</b>	<b>627,69</b>	<b>710,78</b>	<b>804,87</b>	<b>911,42</b>	<b>1.032,08</b>
	Q	47,52	51,32	55,43	59,86	64,65
	Precio	14,86	15,58	16,34	17,13	17,96
	<b>TOTAL</b>	<b>706,15</b>	<b>799,63</b>	<b>905,48</b>	<b>1.025,35</b>	<b>1.161,08</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.409,87</b>	<b>2.728,89</b>	<b>3.090,14</b>	<b>3.499,21</b>	<b>3.962,43</b>	
Hilo	Q	36,21	39,10	42,23	45,61	49,26
	Precio	8,33	8,73	9,16	9,60	10,07
	<b>TOTAL</b>	<b>301,59</b>	<b>341,52</b>	<b>386,73</b>	<b>437,92</b>	<b>495,90</b>
	Q	21,12	22,81	24,63	26,61	28,73
	Precio	8,33	8,73	9,16	9,60	10,07
	<b>TOTAL</b>	<b>175,93</b>	<b>199,22</b>	<b>225,59</b>	<b>255,46</b>	<b>289,27</b>
	Q	15,84	17,11	18,48	19,95	21,55
	Precio	8,33	8,73	9,16	9,60	10,07
	<b>TOTAL</b>	<b>131,95</b>	<b>149,41</b>	<b>169,19</b>	<b>191,59</b>	<b>216,95</b>
<b>TOTAL</b>	<b>609,47</b>	<b>690,15</b>	<b>781,51</b>	<b>884,97</b>	<b>1.002,12</b>	
Pvc	Q	724,11	782,04	844,61	912,18	985,15
	Precio	19,04	19,96	20,93	21,95	23,01
	<b>TOTAL</b>	<b>13.787,14</b>	<b>15.612,28</b>	<b>17.679,03</b>	<b>20.019,38</b>	<b>22.669,55</b>
Tintura	Q	712,80	769,82	831,41	897,92	969,76
	Precio	2,69	2,82	2,96	3,10	3,25
	<b>TOTAL</b>	<b>1.917,43</b>	<b>2.171,26</b>	<b>2.458,69</b>	<b>2.784,18</b>	<b>3.152,74</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>46.483,52</b>	<b>52.637,01</b>	<b>59.605,10</b>	<b>67.495,62</b>	<b>76.430,69</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3.1.2 Insumos

**CUADRO No. 5.3 PROYECCIÓN DE INSUMOS**

INSUMOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Etiquetas	Q	6.097	6.585	7.112	7.681	8.295
	Precio	0,0014	0,0015	0,0015	0,0015	0,0015
	<b>TOTAL</b>	<b>102,43</b>	<b>115,99</b>	<b>125,27</b>	<b>135,29</b>	<b>146,12</b>
Fundas Individuales	Q	6.097	6.585	7.112	7.681	8.295
	Precio	0,0100	0,0105	0,0105	0,0105	0,0105
	<b>TOTAL</b>	<b>731,66</b>	<b>828,51</b>	<b>894,80</b>	<b>966,38</b>	<b>1.043,69</b>
Fundas para empaque	Q	50	65	80	95	110
	Precio	0,2000	0,2097	0,2097	0,2097	0,2097
	<b>TOTAL</b>	<b>120,00</b>	<b>163,57</b>	<b>201,31</b>	<b>239,06</b>	<b>276,80</b>
Plastifechas	Q	6.097	6.585	7.112	7.681	8.295
	Precio	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001
	<b>TOTAL</b>	<b>10,24</b>	<b>11,60</b>	<b>12,53</b>	<b>13,53</b>	<b>14,61</b>
Cinta Embalaje	Q	25	30	35	40	45
	Precio	1,0500	1,1009	1,1009	1,1009	1,1009
	<b>TOTAL</b>	<b>315,00</b>	<b>396,33</b>	<b>462,39</b>	<b>528,44</b>	<b>594,50</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>		<b>1.279,33</b>	<b>1.516,00</b>	<b>1.696,29</b>	<b>1.882,70</b>	<b>2.075,72</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3.1.3 Mano de obra directa

**CUADRO No. 5.4 SALARIO BÁSICO (2008-2012)**

No.	AÑO	SMV
1	2008	200
2	2009	218
3	2010	240
4	2011	264
5	2012	292

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

$$M = C (1+i)^{n-1}$$

$$292 = 200 (1+i)^{5-1}$$

$$\sqrt[4]{\frac{292}{200}} = (1+i)$$

$$1,099229092 - 1 = i$$

$$i = 0,0992290923$$

**i = 9,92%** tasa de crecimiento del salario



El crecimiento de las remuneraciones está determinado por el porcentaje de crecimiento del salario mínimo vital de los últimos cinco años, es decir el 9,92%.

**CUADRO No. 5.5 PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA**

DETALLE	ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OBRERO	S. Básico	3.504,00	3.851,70	4.233,90	4.654,03	5.115,84
	Aporte Patronal	425,74	467,98	514,42	565,46	621,57
	Décimo Tercero	292,00	320,97	352,82	387,84	426,32
	Décimo Cuarto	292,00	320,97	352,82	387,84	426,32
	Fondo de reserva		320,97	352,82	387,84	426,32
<b>TOTAL</b>		<b>4.513,74</b>	<b>5.282,60</b>	<b>5.806,79</b>	<b>6.383,00</b>	<b>7.016,37</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

#### 5.3.1.4 Costos generales de fabricación

**CUADRO No. 5.6 PROYECCIÓN DE COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN**

SERVICIOS BÁSICOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	240,00	251,64	276,64	318,88	385,39
Agua	60,00	62,91	69,16	79,72	96,35
Teléfono	180,00	188,73	207,48	239,16	289,04
Internet	216,00	226,48	248,98	286,99	346,85
<b>SUBTOTAL</b>	<b>696,00</b>	<b>729,76</b>	<b>802,26</b>	<b>924,74</b>	<b>1.117,62</b>
MANTE. Y REPARA.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento	600,00	629,10	691,60	797,19	963,46
Reparación	240,00	251,64	276,64	318,88	385,39
Repuestos	360,00	377,46	414,96	478,31	578,08
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.258,20</b>	<b>1.383,21</b>	<b>1.594,38</b>	<b>1.926,93</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.896,00</b>	<b>1.987,96</b>	<b>2.185,46</b>	<b>2.519,12</b>	<b>3.044,55</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3.1.5 Resumen costos de producción

**CUADRO No. 5.7 RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	47.762,85	54.153,01	61.301,39	69.378,32	78.506,41
Mano de Obra Directa	4.513,74	5.282,60	5.806,79	6.383,00	7.016,37
CIF	1.896,00	1.987,96	2.185,46	2.519,12	3.044,55
<b>TOTAL</b>	<b>54.172,59</b>	<b>61.423,57</b>	<b>69.293,65</b>	<b>78.280,44</b>	<b>88.567,33</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3.2 Gastos administrativos

En los gastos administrativos se encuentran considerados los sueldos del personal administrativo para la proyección se utiliza la tasa de crecimiento del salario de 9,92%, útiles de oficina con un incremento del 4,85% según la inflación, como se puede observar en los cuadros siguientes.

#### 5.3.2.1 Sueldos administrativos

**CUADRO No. 5.8 PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DETALLE	ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	S. Básico	4.680,00	5.144,39	5.654,87	6.215,99	6.832,80
	Aporte Patronal	568,62	625,04	687,07	755,24	830,19
	Décimo Tercero	390,00	428,70	471,24	518,00	569,40
	Décimo Cuarto	390,00	428,70	471,24	518,00	569,40
	Fondo de reserva		428,70	471,24	518,00	569,40
CONTADORA	S. Básico	3.504,00	3.851,70	4.233,90	4.654,03	5.115,84
	Aporte Patronal	425,74	467,98	514,42	565,46	621,57
	Décimo Tercero	292,00	320,97	352,82	387,84	426,32
	Décimo Cuarto	292,00	320,97	352,82	387,84	426,32
	Fondo de reserva		320,97	352,82	387,84	426,32
<b>TOTAL</b>		<b>10.542,36</b>	<b>12.338,14</b>	<b>13.562,44</b>	<b>14.908,23</b>	<b>16.387,56</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3.2.2 Útiles de oficina

**CUADRO No. 5.9 ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Resma de papel	7,00	7,34	8,07	9,30	11,24
Esferos	3,75	3,93	4,32	4,98	6,02
Lápices	1,50	1,57	1,73	1,99	2,41
Carpeta/ folder	9,00	9,44	10,37	11,96	14,45
Corrector	2,40	2,52	2,77	3,19	3,85
Grapadora	12,00	12,58	13,83	15,94	19,27
Perforadora	5,00	5,24	5,76	6,64	8,03
Resaltador	1,20	1,26	1,38	1,59	1,93
Estiletes	3,60	3,77	4,15	4,78	5,78
Marcadores	2,40	2,52	2,77	3,19	3,85
<b>TOTAL</b>	<b>47,85</b>	<b>50,17</b>	<b>55,16</b>	<b>63,58</b>	<b>76,84</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3.2.3 Resumen gastos administrativos

**CUADRO No. 5.10 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	10.542,36	12.338,14	13.562,44	14.908,23	16.387,56
Útiles de Oficina	47,85	50,17	55,16	63,58	76,84
<b>TOTAL</b>	<b>10.590,21</b>	<b>12.388,31</b>	<b>13.617,60</b>	<b>14.971,81</b>	<b>16.464,40</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.3.3 Gastos ventas

En la proyección de los gastos de venta, se da a conocer el gasto de publicidad este gasto solo se realizara en el primer año.

### 5.3.3.1 Publicidad

**CUADRO No. 5.11 PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1
PUBLICIDAD	200,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.4 Depreciación

**CUADRO No. 5.12 DEPRECIACIONES**

ACTIVO	VALOR	AÑOS	%	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y herramientas	24.764,54	10	0,10	2.476,45	2.228,81	2.228,81	2.228,81	2.228,81	2.228,81
Equipo de computación	920,00	3	0,33	306,64	204,45	204,45	204,45		
Equipo de oficina	100,00	10	0,10	10,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Muebles y enseres de oficina	390,00	10	0,10	39,00	35,10	35,10	35,10	35,10	35,10
<b>TOTAL</b>	<b>26.174,54</b>				<b>2.477,36</b>	<b>2.477,36</b>	<b>2.477,36</b>	<b>2.272,91</b>	<b>2.272,91</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

### 5.5 Arriendo

**CUADRO No. 5.13 ARRIENDO**

Descripción	AÑO1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Arriendo	2.040,00	2.138,94	2.242,68	2.351,45	2.465,49

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

## 5.6 Balance general inicial

**CUADRO No. 5.14 BALANCE GENERAL INICIAL**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO VARIABLE</b>			
Capital de Trabajo	10.595,02		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>PATRIMONIO</b>	
Maquinaria y Herramientas	24.764,54	Capital propio	36.769,56
Equipo de computación	920,00		
Equipo de oficina	100		
Muebles de oficina	390,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>36.769,56</b>	<b>T. PASIVO Y PATRIMO.</b>	<b>36.769,56</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

No existe deuda debido a que este proyecto está financiado por el dueño.

## 5.7 Estado de pérdidas y ganancias proyectadas

**CUADRO No. 5.15 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS  
PROYECTADAS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ingresos	75.277,71	85.242,98	96.527,44	109.305,75	123.775,64
(-) Costos de producción	54.172,59	61.423,57	69.293,65	78.280,44	88.567,33
<b>Utilidad Bruta en Venta</b>	<b>21.105,13</b>	<b>23.819,40</b>	<b>27.233,80</b>	<b>31.025,31</b>	<b>35.208,31</b>
<b>(-) GASTOS</b>					
Gastos de Venta	200,00				
Gastos Administrativos	10.590,21	12.388,31	13.617,60	14.971,81	16.464,40
Arriendo	2.040,00	2.138,94	2.242,68	2.351,45	2.465,49
Depreciación	2.477,36	2.477,36	2.477,36	2.272,91	2.272,91
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>15.307,57</b>	<b>17.004,61</b>	<b>18.337,64</b>	<b>19.596,16</b>	<b>21.202,80</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>5.797,56</b>	<b>6.814,79</b>	<b>8.896,16</b>	<b>11.429,15</b>	<b>14.005,51</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

## 5.8 Flujo de caja

**CUADRO No. 5.16 FLUJO DE CAJA**

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>UTILIDAD NETA</b>		5.797,56	6.814,79	8.896,16	11.429,15	14.005,51
(+) Depreciaciones		2.477,36	2.477,36	2.477,36	2.272,91	2.272,91
(+) Amortización						
(-) Compra Equipo de Computación					-900,00	
(-) Inversiones						
ACTIVOS FIJOS	-26.174,54					
ACTIVOS INTANGIBLES						
ACTIVO VARIABLE	-10.595,02					
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-36.769,56</b>	<b>8.274,92</b>	<b>9.292,15</b>	<b>11.373,52</b>	<b>12.802,05</b>	<b>16.278,42</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

## 5.9 Evaluación financiera

### 5.9.1 Costo de oportunidad

El cálculo del costo de Oportunidad conocido también como la tasa de interés para la evaluación financiera, tasa de descuento, tasa de oportunidad, tasa de retorno mínima del proyecto, se calcula considerando diversos factores. En este caso como el capital es propio solo se considera la tasa pasiva que es del 4,53% dato obtenido del banco central.

**CUADRO No. 5.17 COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	T-PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	36.771,94	100,00	4,53	453,00
Capital Financiado				
<b>Total</b>	<b>36.771,94</b>	<b>100,00</b>	<b>4,53</b>	<b>453,00</b>
			<b>Ck</b>	<b>4,53</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

**Costo de Capital= 453/100= 4,53**

### **Tasa de rendimiento medio**

Inflación= 4,85%

Ck= 4,53%

TRM = [(1+ Ck)(1+Inf)] - 1

TRM = [(1+0,0453)(1+0,0485)] - 1

TRM = 9,60%

La rentabilidad del proyecto debe superar la TRM 9,60%

### **5.9.2 Valor actual neto**

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión.

**CUADRO No. 5.18 VAN**

<b>AÑO</b>	<b>VAN ACTUAL</b>	<b>9,60%</b>
0	-36.769,56	-36.769,56
1	8.274,92	7.550,13
2	9.292,15	7.735,66
3	11.373,52	8.639,07
4	12.802,05	8.872,42
5	16.278,42	10.293,55
	<b>VAN</b>	<b>6.321,27</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

El resultado que se obtiene del VAN \$6.321,27 es positivo, por lo tanto la inversión es rentable. Esto en dinero de hoy es aceptable considerando una tasa de descuento de 9,60%.

### 5.9.3 Tasa interna de retorno

El TIR deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada

**CUADRO No. 5.19 TIR**

AÑO	F.N.E
0	-36.769,56
1	8.274,92
2	9.292,15
3	11.373,52
4	12.802,05
5	16.278,42
<b>TIR</b>	<b>15,35%</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

La Tasa Interna de Retorno resultó con un valor igual a 15,35%, cifra que supera a la tasa de descuento que es de 9,60%. Por lo tanto la inversión se acepta.

### 5.9.4 Periodo de recuperación

Permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados.

**CUADRO No. 5.20 PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

AÑO	VAN ACTUAL	F.N.E ACTUALIZADO
0	-36.769,56	
1	8.274,92	8.274,92
2	9.292,15	17.567,07
3	11.373,52	28.940,59
4	12.802,05	41.742,65
5	16.278,42	58.021,07
<b>PR</b>	<b>20,26</b>	

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.



$$\text{Tiempo de Recuperación} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Inversión Media}}{\text{F.N.E siguiente}}$$

El cálculo del periodo de recuperación se realiza para determinar en qué tiempo estimado se recuperará el valor total de la inversión, el cálculo es el siguiente:

$$\text{INVERSIÓN} = \frac{36.769,56 - 28.940,59}{12.802,05}$$

$$\text{INVERSIÓN} = 0.6115403392 + 3$$

La inversión se recupera en 3 años 6 meses.

#### 5.9.5 Beneficio – Costo

Se debe tomar en cuenta el siguiente análisis.

**C/B > 1** = Se acepta

**C/B = 1** = Es indiferente

**C/B < 1** = Se rechaza

**CUADRO No. 5.21 BENEFICIO/COSTO**

AÑO	VAN ACTUAL
0	-36.769,56
1	8.274,92
2	9.292,15
3	11.373,52
4	12.802,05
5	16.278,42
<b>VAN</b>	<b>43.090,83</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

$$B/C = \frac{VAN}{INVERSIÓN}$$

$$B/C = \frac{43.090,83}{36.769,56}$$

$$B/C = 1,17$$

Esto nos indica que por cada dólar invertido se ganará \$0,17ctv.

### 5.9.6 Punto de equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se realizó una ponderación debido a que son tres tipos de productos.

**CUADRO No. 5.22 PONDERACIÓN**

PONDERACIÓN	
36206	49,48%
21120	28,87%
15841	21,65%
<b>73.167</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

Se tomará en cuenta los costos fijos, variables y las ventas, aplicando la siguiente fórmula matemática:

#### 5.9.6.1 Guantes de puntos pvc

$$P.E = \frac{COSTOSFIJOS}{1 - \frac{COSTOSVARIABLES}{VENTAS}} \quad P.E = \frac{7.574,71}{1 - \frac{26.806,79}{36.206}}$$

$$P.E = \$ 29.177,97$$

Para que la empresa ni pierda ni gane debe obtener al año unas ventas mínimas de \$29.177,97

$Q = 29.177,97 / \$1 = 29.178$  pares de guantes debe vender mínimo al año para no perder

### 5.9.6.2 Guantes de acrílico

$$P.E = \frac{COSTOSFIJOS}{1 - \frac{COSTOSVARIABLES}{VENTAS}} \quad P.E = \frac{4.418,60}{1 - \frac{15.637,17}{26.400}}$$

**P.E = \$ 10.838,32**

Para que la empresa ni pierda ni gane debe obtener al año unas ventas mínimas de \$. 10.838,32

$Q = 10.838,32 / \$1,25 = 8.671$  pares de guantes debe vender mínimo al año para no perder

### 5.9.6.3 Guantes de lana

$$P.E = \frac{COSTOSFIJOS}{1 - \frac{COSTOSVARIABLES}{VENTAS}} \quad P.E = \frac{3.314,16}{1 - \frac{11.728,62}{12.672}}$$

**P.E = \$ 44.517,62**

Para que la empresa ni pierda ni gane debe obtener al año unas ventas mínimas de \$44.517,62.

$Q = 44.517,62 / \$0,80 = 55.647$  pares de guantes debe vender mínimo al año para no perder

## CAPÍTULO VI

### 6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1 Establecimiento de la pequeña empresa

La empresa tomará el nombre de “Fábrica de Guantes Cabrera” la cual se dedicará a producir un bien terminado. El capital para iniciar esta empresa es de fondos propios del dueño lo cual la hace una empresa privada unipersonal.

#### 6.2 Identificación de la empresa

La pequeña empresa se verá representada por el siguiente logo:

**GRAFICO No. 6.1 LOGOTIPO**



**Elaborado por:** Felipe Andrade. Estudiante PUCE-SI.  
**Año:** 2012.

### **6.3 Misión**

*“Satisfacer las necesidades de nuestros clientes de contar tanto con protección industrial como ambiental para sus manos, al proveerles de guantes de buena calidad, hecho a medida, en diferentes clases de materiales que cumplan con las exigencias de los consumidores”.*

### **6.4 Visión**

*“En el 2016 lograremos posicionarnos en el mercado nacional como una de las primeras empresas productoras de guantes tejidos, tanto en el sector de trabajo como en el de la moda”.*

### **6.5 Objetivos**

La empresa tiene tres objetivos principales:

- a) Confeccionar guantes con buenos estándares de calidad a precios razonables y accesibles.
- b) Ingresar al mercado comercial dominado por los productos chinos.
- c) Lograr obtener un rendimiento sustentable que permita con el tiempo crecer a la pequeña empresa y acceder a nuevos mercados.

### **6.6 Políticas**

La empresa cuenta con políticas que hacen que su desempeño sea óptimo, como se detalla a continuación:

- a) Satisfacer las necesidades y exigencias del cliente.
- b) Lograr que el personal tanto administrativo como operativo se comprometa con su trabajo para lograr eficiencia en los procesos.
- c) Cumplir con las metas propuestas tanto a corto como a largo plazo.

## 6.7 Valores y Principios

### 6.7.1 Principios

- a) **Responsabilidad**, lograr que todo el personal sea responsable de sus acciones para la consecución de un objetivo en común. En la empresa la responsabilidad tendría que ir incluida en todas las funciones y procesos productivos y de comercialización.
- b) **Buena atención al cliente**, es la base para lograr llegar al mercado meta y primordialmente posicionarse ante los competidores, generando una ventaja cualitativa que nos diferencie de todos los demás.
- c) **Gestión de Calidad**, trabajar con parámetros y técnicas que permitan obtener eficiencia y eficacia en los procesos productivos y administrativos.
- d) **Trabajo en equipo**, se obtendrá relacionando mutuamente las obligaciones de los trabajadores de las distintas áreas con una buena comunicación, para lograr alcanzar los objetivos tanto empresariales como personales.

### 6.7.2 Valores

- a) **Honestidad**, mediante la selección de personal apto se tratara de que el trabajo sea realizado como si fuera para ellos mismos, es decir, siendo leales a las actividades que realizan y respondiendo con transparencia a sus responsabilidades.
- b) **Ética**, se verá reflejada en la evaluación del trabajo de los empleados, con los cual se determinará su forma de realizar las actividades asignadas y mejorarlas continuamente.
- c) **Cooperación**, una persona sola no podría realizar todo un proceso por lo que es necesaria la cooperación y participación de otras personas, generando que exista una relación de compañerismo que

permita obtener buenos resultados y agilite la solución de problemas con mayor facilidad.

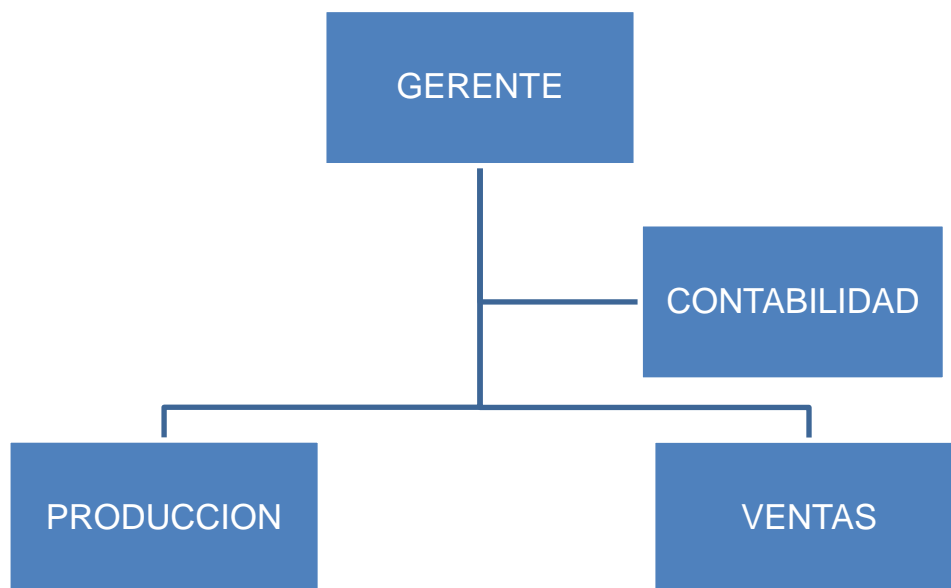
## 6.8 Estructura organizativa

La estructura organizativa es la forma en la cual se representa toda la empresa de una forma comprensible y rápida, aquí se verán representados los departamentos con que cuenta la misma, los niveles de autoridad y responsabilidad, y también se puede acceder a información sobre aspectos salariales y relación de procesos por departamentos o personas que conforman la institución.

### 6.8.1 Organigrama estructural

El organigrama es un gráfico que nos muestra la ubicación de los cargos y su responsable dentro de la organización. La estructura de la empresa, se muestra en el organigrama a través de las áreas con las que está constituida.

**GRAFICO No. 6.2 ORGANIGRAMA**



**Elaborado por:** El Autor.  
**Año:** 2012.

### **6.8.2 Organigrama funcional**

En este organigrama se describen la relación de dependencia y actividades que realiza cada uno de los departamentos que integra la empresa.



PUESTO	COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
<b>GERENTE PROPIETARIO</b>	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ética Profesional.</li> <li>➤ Honestidad.</li> <li>➤ Responsabilidad.</li> </ul> <p><b>LABORABLES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Líder nato.</li> <li>➤ Excelente presencia.</li> <li>➤ Capacidad de trabajo bajo presión.</li> <li>➤ Trabajar en base a objetivos.</li> <li>➤ Habilidad para negociar y motivar.</li> <li>➤ Toma de decisiones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Buenas relaciones personales</li> <li>➤ Estabilidad emocional</li> <li>➤ Habilidad administrativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Representar legalmente a la empresa.</li> <li>➤ Determinar los perfiles profesionales para los cargos necesarios.</li> <li>➤ Motivar al personal.</li> <li>➤ Dirigir y controlar el desempeño de la empresa.</li> <li>➤ Revisar estados financieros y presupuestos.</li> <li>➤ Toma de decisiones.</li> </ul>	<p><b>INSTRUCCIÓN FORMAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Título de ingeniería comercial, Economía o afines.</li> </ul> <p><b>EDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entre 25 a 45 años.</li> </ul> <p><b>EXPERIENCIA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mínima 2 años en cargos similares.</li> </ul> <p><b>DISPONIBILIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tiempo completo.</li> <li>➤ Para viajar fuera de la provincia.</li> </ul>

PUESTO	COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
<b>CONTABILIDAD</b>	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ética profesional</li> <li>➤ Capacidad Organizativa</li> <li>➤ Confidencialidad</li> </ul> <p><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en Equipo</li> <li>➤ Destreza Matemática</li> <li>➤ Supervisión y Control</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Manejo de Sistemas Contables</li> <li>➤ Conocimiento de Leyes Tributarias</li> <li>➤ Pro actividad en actividades relacionadas al área de trabajo</li> <li>➤ Trabajo bajo presión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mantener registros contables actualizados</li> <li>➤ Cumplir con todas las Obligaciones Tributarias que la ley lo determina.</li> <li>➤ Elaborar Estados Financieros</li> <li>➤ Elaboración y pago de los roles tanto de trabajadores como de empleados de la empresa</li> <li>➤ Elaboración y pago de las planillas al IESS</li> <li>➤ Efectuar pagos de proveedores</li> <li>➤ Estar al día con inventarios tanto de materia prima como de productos terminados</li> </ul>	<p><b>INSTRUCCIÓN FORMAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Título en Contabilidad y Auditoría ( CPA)</li> </ul> <p><b>EDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entre 25 a 35 años.</li> </ul> <p><b>EXPERIENCIA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mínimo 2 años en cargos similares.</li> </ul> <p><b>DISPONIBILIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tiempo completo</li> </ul>

PUESTO	COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
<p align="center"><b>PRODUCCIÓN</b></p>	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Profesionalismo</li> <li>➤ Compromiso</li> </ul> <p><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en Equipo</li> <li>➤ Manejo del Tiempo</li> <li>➤ Detección de desperfectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Perseverante</li> <li>➤ Observador</li> <li>➤ Minucioso</li> <li>➤ Conocimientos y manejo de maquinaria textil</li> <li>➤ Conocimiento y manejo de materias primas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Elaborar el plan de trabajo a ejecutarse diariamente de producción.</li> <li>➤ Determinar volúmenes de producción mensual, tipos de material, en función a los requerimientos de ventas.</li> <li>➤ Determinar y controlar los estándares de calidad de los productos terminados.</li> <li>➤ Realiza inspecciones periódicas al taller de producción.</li> <li>➤ Mejora el sistema de producción.</li> </ul>	<p><b>INSTRUCCIÓN FORMAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Técnico u Operario Textil</li> </ul> <p><b>EDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entre 25 y 35 años</li> </ul> <p><b>EXPERIENCIA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mínimo 1 año en estas funciones o trabajos similares.</li> </ul> <p><b>DISPONIBILIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tiempo Completo</li> </ul>

PUESTO	COMPETENCIA	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
<b>VENTAS</b>	<p><b>ESTRUCTURALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Amabilidad</li> <li>➤ Cortesía</li> <li>➤ Confidencialidad</li> <li>➤ Profesionalismo</li> </ul> <p><b>LABORALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Buen manejo de Comunicación Interpersonal</li> <li>➤ Capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes</li> <li>➤ Iniciativa y emprendimiento para conseguir objetivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Iniciativa</li> <li>➤ Manejo de técnicas de ventas y gestión empresarial</li> <li>➤ Conocimiento de comercialización y marketing</li> <li>➤ Buenas Relaciones Interpersonales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Atender a los clientes con cortesía y agilidad.</li> <li>➤ Manejar el sistema contable de facturación, kardex, recaudación, cobranzas.</li> <li>➤ Captar el mayor número de ventas.</li> <li>➤ Responsable de las relaciones con los clientes mayoristas y minoristas.</li> <li>➤ Manejar los desafíos que implica la competencia.</li> <li>➤ Actualizar periódicamente los datos de los proveedores.</li> <li>➤ Responsabilizarse del Cierre de caja diariamente.</li> </ul>	<p><b>INSTRUCCIÓN FORMAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bachiller</li> <li>➤ Estudios superiores en Ingeniería en Marketing</li> </ul> <p><b>EDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Entre 20 a 30 años</li> </ul> <p><b>EXPERIENCIA:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 2 años en funciones similares</li> </ul> <p><b>DISPONIBILIDAD:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tiempo completo</li> </ul>

## **6.9 Base legal**

Toda persona nacional o extranjera que realice alguna actividad económica dentro del país, deberá por disposición de la Constitución Política del Estado realizar algunos trámites necesarios para identificarse, legalizarse y establecer su funcionamiento dentro de los ámbitos permitidos.

### **6.9.1 Nombre o razón social de la empresa**

“FÁBRICA DE GUANTES CABRERA”

### **6.9.2 Representante legal**

El dueño y representante legal de la empresa será el Sr. Segundo Daniel Cabrera Cabrera, de 45 años de edad, de estado civil casado y domiciliado en la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha y no posee ningún impedimento legal o judicial para poder realizar las actividades productivas y comerciales que tiene como finalidad la conformación de esta pequeña empresa.

### **6.9.3 Tipo de empresa**

Esta empresa es de un solo dueño, el cual por el monto de aportación de capital no cumple con la base para ser una gran industria por lo que se le considera como una **pequeña empresa unipersonal**.

### **6.9.4 Legalización de la pequeña empresa**

Es necesario que toda empresa antes de iniciar sus funciones realice algunos trámites en distintas instituciones para evitar problemas

futuros tanto legales, fiscales o tributarios. Se debe seguir con ciertos trámites que a continuación detallamos:

#### **6.9.4.1 Obtención del registro único de contribuyentes (RUC)**

##### **Requisitos**

- Original y copia a color de la cédula de identidad y papeleta de votación.
- Original y copia de un comprobante de pago de agua, luz o teléfono del lugar donde se realizara la actividad (de los últimos 3 meses).
- Pago de la patente

#### **6.9.4.2 Obtención de la patente municipal**

##### **Requisitos**

- Recibo del último pago del impuesto predial.
- Copia del RUC.
- Documentos personales del representante legal.

#### **6.9.4.3 Obtención del permiso de funcionamiento sanitario**

##### **Requisitos**

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud

Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.

- Plano del establecimiento a escala 1:50 7.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

#### **6.9.4.4 Obtención del permiso del Cuerpo de Bomberos**

##### **Requisitos**

- Solicitar el permiso de funcionamiento.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Esperar la revisión de las instalaciones.
- Tramitar el certificado.

#### **6.9.4.5 Obtención de la patente de marca y logos**

##### **Requisitos**

- Registrar la marca y logo de la empresa mediante declaración de autenticidad y autoría de los nombres o logos.
- Realizar la revisión de no existencia de similares o iguales en las bases de datos.
- Si se obtiene la aprobación realizar los trámites subsiguientes.

- Si no se obtiene la aprobación, se necesitará realizar un nuevo estudio de creación de marca y logotipo de la empresa y comenzar los trámites nuevamente.

#### **6.9.4.6 Afiliación a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI)**

##### **Requisitos**

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Original y copia de un comprobante de pago de agua, luz o teléfono del lugar donde se realizara la actividad (de los últimos 3 meses).
- Pago de la patente municipal.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

#### **6.9.4.7 Afiliación a la Cámara de Comercio de Quito**

##### **Requisitos**

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Original y copia de un comprobante de pago de agua, luz o teléfono del lugar donde se realizara la actividad (de los últimos 3 meses).
- Pago de la patente municipal.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.



## CAPÍTULO VII

### 7 IMPACTOS DEL PROYECTO

En este capítulo se detallan los posibles impactos que se espera encontrar con la implementación de este proyecto, el análisis de estos se realiza mediante el empleo de una matriz, la misma que actúa con la asignación de una calificación a los componentes del entorno. Se debe establecer un rango para cada nivel de impacto y la evaluación se aplicarán de acuerdo a la siguiente escala:

**CUADRO No. 7.1 VALORACIÓN DE IMPACTOS**

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Impacto Alto Negativo	-3
Impacto Medio Negativo	-2
Impacto Bajo Negativo	-1
No hay Impacto	0
Impacto Bajo Positivo	1
Impacto Medio Positivo	2
Impacto Alto Positivo	3

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor.

**Año:** 2012.

Después de haber analizado la matriz, procedemos al análisis de cada uno de los impactos, dándoles indicadores y calificaciones, luego totalizando los resultados de los niveles, se utilizará la siguiente fórmula que ayudara a determinar la valoración de los impactos:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\Sigma}{\text{Indicadores}}$$

## 7.1 Impacto social

**CUADRO No. 7.2 IMPACTO SOCIAL**

Indicador	Nivel de Impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Bienestar Social o Comunitario							x	3
Oferta de nuevos Productos							x	3
Fuentes Laborales						x		2
Estabilidad familiar						x		2
<b>TOTAL</b>						4	6	10

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

$$\text{N.I. SOCIAL} = \frac{10}{4} = 2,50 = 3 \text{ Impacto Alto Positivo}$$

La ejecución del proyecto tendrá en la sociedad un Impacto Alto Positivo con él cual la comunidad se verá beneficiada con la creación de una nueva empresa que oferte un producto que antes no se podían conseguir en el país, que cumpla con todos los requerimientos calidad exigidos y satisfaga las necesidades de los clientes, además la oferta laboral que se genere aportará con estabilidad laboral para las familias y por ende para la sociedad.

## 7.2 Impacto económico

**CUADRO No. 7.3 IMPACTO ECONÓMICO**

Indicador	Nivel de Impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Divisas						X		2
Circulación de Capital							x	3
Reinversión						X		2
Fomento de nuevas industrias						X		2
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

$$\text{N.I.ECONÓMICO} = \frac{9}{4} = 2,25 = 2 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

El proyecto en la economía tendrá un Impacto Medio Positivo debido a que el desarrollo de las actividades generara divisas que ayuden a la circulación interna de capital, es decir, la meta de la empresa es utilizar tanto la materia prima como la mano de obra del mercado nacional, fomentando la reinversión en nuestra propia economía. También con la creación de nuevos requerimientos para los productos se puede dar origen a la implementación o creación de nuevas industrias o empresas que mejoren igualmente la economía.

### 7.3 Impacto ecológico

**CUADRO No. 7.4 IMPACTO ECOLÓGICO**

Indicador	Nivel de Impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ruido			X					-1
Manejo de químicos			X					-1
Manejo de residuos de materiales			X					-1
Contaminación del aire por pelusas			X					-1
<b>TOTAL</b>			<b>-4</b>					<b>-4</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

Año: 2012.

$$\text{N.I. ECOLÓGICO} = \frac{-4}{4} = -1 \quad \text{Impacto Bajo Negativo}$$

Este proyecto en el aspecto ecológico tendrá un Impacto Bajo Negativo, ya que las máquinas provocan ruido al trabajar haciendo necesario el uso de protectores de ruido para la persona encargada de ellas, además el uso del PVC en los guantes industriales o de trabajo provocaría contaminación del ambiente laboral por los químicos, pero al utilizarse en pequeñas cantidades no será nocivo para la salud con las respectivas medidas de seguridad. También los residuos que se generen desde la fabricación de los productos se convierten en desechos que contaminan el ambiente y en algunos modelos de guantes de moda que se fabrican existe también contaminación del aire por la pelusa que se desprende al tejer con ciertos tipos de hilos o lanas ocasionando una leve contaminación del ambiente, no representando un peligro al ser humano pero reduciendo su impacto al utilizar las protecciones de seguridad necesarias, que ayudarán al operario de esta pequeña empresa a realizar sus actividades normalmente.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Después de haber concluido con el desarrollo del proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de guantes de algodón, lana y acrílico en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha”, se han llegado a las siguientes conclusiones y recomendaciones:

### **CONCLUSIONES**

- El diagnóstico situacional que se realizó para el proyecto permitió determinar que la creación de esta empresa es factible debido a que la ciudad de Quito cumple con las condiciones geográficas, sociales, económicas y tecnológicas para poder satisfacer los requerimientos del estudio de factibilidad que se realizará. Además se concluyó que en el diagnóstico realizado los antecedentes de este segmento del mercado cumplen con los objetivos propuestos y existen más aliados y oportunidades debido a que el proceso de producción es vanguardista y hay pocas empresas dedicadas a esta actividad, minimizando los oponentes y riesgos de la inversión.
- Las bases teóricas - científicas investigadas suministraron la información necesaria para sustentar científicamente cada uno de los capítulos del proyecto, además, se contó con aportes personales que nos permitieron obtener mayores conocimientos a parte de los ya encontrados en las consultas bibliográficas y de internet que se requirieron para el diseño del proyecto.
- El estudio de mercado determinó que la parroquia de la Magdalena está situada en un lugar estratégico que permite tener accesibilidad a las principales fuentes de materia prima, mano de obra y principalmente es una zona comercial que facilitaría de cierto modo el

ingreso de los productos al mercado, también se estableció que toda la ciudad de Quito y sus cantones adyacentes son parte del mercado meta ya que la mayoría de la producción llega a estos lugares ya sea por venta directa o por medio de revendedores, además tienen un déficit en la oferta que puede cubrirse con la producción que generaría este proyecto para empezar y posteriormente se podría incluso ganar mercado ante las importaciones ofertando un producto de mejor calidad a buen precio, que cumpla con las exigencias de los consumidores.

- El estudio técnico realizado permitió conocer específicamente la ubicación, estructura física y organizativa que tendrá el taller donde se desarrollara el proyecto y su capacidad productiva, con la que podremos determinar la oferta que se manejara y los costos que conlleva esta para programar los montos de inversión y proyectarlos para saber el crecimiento que existirá.
- El estudio financiero determinó que el proyecto es factible debido a que los indicadores o evaluadores de rentabilidad como el VAN, TIR, índice de costo beneficio, son económicamente positivos, justificando la ejecución del proyecto.
- De acuerdo a lo encontrado la estructura orgánica y funcional no requirió de mayores procesos debido al tamaño de la empresa pero se la diseño para facilitar el desempeño y desarrollo de las actividades productivas, administrativas, contables o financieras, y de comercialización que son las que se existirán en el proyecto. A su vez se definió los principios y valores que serán la carta de presentación de la empresa en el mercado y se definieron también las responsabilidades de todo el personal en la organización.

- La puesta en marcha del proyecto generará impactos positivos en la sociedad, la economía y en lo ecológico que permitirán dar a conocer de mejor manera el trabajo que se realizará y los beneficios que tendrá asignando valor a los distintos niveles de impacto que se genere.

## **RECOMENDACIONES**

- Sería recomendable que se busque apoyo para las empresas nacies y poder obtener mayor información de proveedores de materias primas e insumos, productores de maquinarias adicionales o productos complementarios, que son necesarios para planificar los distintos proyectos que se crean, ya que en nuestro caso las principales fuentes de información eran demasiado generales y se tuvo que improvisar en las encuestas para obtener los datos que hacían falta para el diagnóstico situacional.
- Es necesario que se enfatice la necesidad de aprovechar al máximo los recursos que posee nuestro país para aprovecharlos y mantener la economía interna en constante crecimiento, dejando de traer de afuera lo que se podría crear dentro de nuestras industrias, prueba de esto es la creación de esta pequeña empresa que es creada para tratar de sustituir a las importaciones de este tipo de productos.
- Al crear producción nacional que cumpla con las necesidades del consumidor se recomienda generar un nivel de precios de venta para estos productos fijado por la demanda, debido a que hoy en la actualidad no se ve reflejado de esta manera sino por los costos que alcance la importación de los guantes o la calidad de los mismos.
- Es recomendable que antes de poner en marcha este proyecto se revisen los análisis de diseño y distribución de las instalaciones que tendrá el proyecto para asignar los recurso y revisar los procesos

productivos para que todo cuadre con los presupuestado o mejor aún se pueda obtener una eficiencia en el desarrollo de las actividades, generando un mejor producto a un precio justo.

- La aplicación de lo determinado en el estudio administrativo y organizativo permitirá realizar un trabajo eficiente que permitirá cumplir con los objetivos planificados y de igual forma permitirá dar cumplimiento a la visión y misión de la empresa por lo que se recomienda seguir con lo establecido en la administración y respetar la distribución organizativa que permitirá tener un futuro seguro y generar confianza y seguridad en los consumidores.
- Se recomienda que el proyecto se ponga en marcha a corto plazo debido a que los evaluadores financieros pueden variar con el tiempo haciendo obsoletos los análisis realizados que dan como factible la realización del proyecto en este momento
- Los impactos que genere el proyecto pueden variar por distintas razones por lo que es necesario recomendar que se trate de minimizar los impactos negativos que pudieren presentarse cuando la empresa comience a trabajar.



## **BIBLIOGRAFÍA:**

- ANZOLA, Sérvulo. Administración de pequeñas empresas. Tercera Edición. Editorial McGraw - Hill. México. 2010
- BACA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Sexta Edición. Editorial MCGraw - Hill, México. 2010.
- FLÓREZ, Juan. Proyectos de inversión para las PYME. Primera Edición. Editorial Ecoe Ediciones. Bogotá. 2007.
- CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos. ECOE Ediciones. Bogotá. 2006.
- SAPAG, Nassir. Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación. Primera Edición. Editorial Pearson. México, 2007.
- SAPAG, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos. Quinta Edición. Editorial McGraw – Hill. México. 2008.
- ZAPATA, Pedro. Contabilidad De Costos. Editorial McGraw - Hill. Colombia. 2007.
- ZAPATA, Pedro. Contabilidad General. Séptima Edición. Editorial McGraw – Hill. Colombia. 2011.
- JÁCOME, Walter. Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión. Universitario. Ecuador. 2005.

## **LINCOGRAFÍA:**

- <http://www.inec.gob.ec/home/>
- <http://www.bce.fin.ec/>
- <http://www.indexmundi.com/es/ecuador/>
- <http://www.paginasamarillas.info.ec/busqueda/ferreterias-quito>
- <http://www.msp.gov.ec/>
- <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>
- <http://definicion.de/mercadotecnia/>
- <http://definicion.de/producto/>

- <http://definicion.de/publicidad/>,
- <http://definicion.de/fijacion/>
- <http://www.slideshare.net/fcarvajals/estudiofinanciero/download>
- <http://definicion.de/ingresos/>
- <http://definicion.de/egresos/>
- <http://definicion.de/costo/>
- <http://www.proinversion.gob.pe/0/0/modulos/JER/PlantillaStandard.aspx?ARE=0&PFL=0&JER=3419>
- <http://definicion.de/empresa/>
- <http://www.monografias.com/trabajos62/organizacionfuncional/organizacion-funcional.shtml>
- <http://www.westeco.com.ar/guantes/guante-tejido.html>,

**ANEXO "A" ENCUESTA FERRETERÍAS**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A FERRETERÍAS**

El objetivo de esta encuesta es determinar la demanda de guantes de trabajo para seguridad industrial por parte de los establecimientos comerciales, por lo que comedidamente solicitamos se digne contestar las siguientes preguntas.

Nombre Comercial.....  
 Contacto: .....Telf.: .....  
 Dirección: .....E-mail: .....  
 Fecha.....

1. ¿Vende usted guantes para seguridad industrial?
  - a. Si ( )
  - b. No ( ) Fin de la encuesta
  
2. ¿Qué tipo de guantes son requeridos para seguridad industrial?
  - a) Tejidos ( )
  - b) De Cuero ( )
  - c) De Caucho ( )
  - d) De Tela ( )
  
3. ¿Si el guante es tejido cual es la talla y la cantidad de pares de guantes que usted vende al mes?

TIPOS	TALLAS			
	SMALL	MEDIUM	LARGE	STANDART
LLANO				
PUNTOS DE PVC				
RECUBIERTOS				
KEVLAR				
NITRILO				
OTROS				

4. ¿Dónde adquiere usted el producto (Guante Tejido)?
  - a) Productores Extranjeros ( )
  - b) Productores Nacionales ( )
  - c) Intermediarios ( )
  - d) Mayoristas ( )
  
5. ¿Cuáles son los mayores consumidores de estos tipos de guantes?
  - a) Personas Comunes ( )
  - b) Obreros ( )
  - c) Trabajadores de Industrias Metalmeccánicas ( )
  - d) Otros: .....

6. ¿Qué tipo y qué cantidad de guantes compra usted para satisfacer las necesidades de sus clientes al mes?

TIPOS	TALLAS			
	SMALL	MEDIUM	LARGE	STANDART
LLANO				
PUNTOS DE PVC				
RECUBIERTOS				
KEVLAR				
NITRILO				
OTROS				

7. ¿Por qué trabaja con su distribuidor actual?

- a) Por la calidad ( )  
 b) Por sus modelos ( )  
 c) Por sus precios ( )  
 d) Por sus facilidades de pago ( )  
 e) Por la atención recibida ( )  
 f) Otros: .....

8. ¿Su distribuidor actual provee de suficientes guantes para satisfacer las necesidades de sus clientes?

- a) Si ( )  
 b) No ( )

9. ¿Estaría dispuesto su negocio a adquirir un nuevo modelo de guantes para comercializarlo en el mercado?

- a. Si ( )  
 b. No ( )

10. ¿Cuánto paga usted por los guantes que distribuye?

TIPO	PRECIO ENTRE					CUANTO
	0,00 - 1,00	1,01 - 1,50	1,51 - 2,00	2,01 - 2,50	MAS DE 2,51	
LLANO						
PUNTOS DE PVC						
RECUBIERTOS						
KEVLAR						
NITRILO						
OTROS						

Gracias por su Colaboración!!!

**ANEXO “B” ENCUESTA DISTRIBUIDORES**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENCUESTA DIRIGIDA A DISTRIBUIDORES, MAYORISTAS Y  
COMERCIANTES**

El objetivo de esta encuesta es determinar la demanda de guantes de moda o vestir por parte de los establecimientos comerciales, por lo que comedidamente solicitamos se digne contestar las siguientes preguntas.

Nombre Comercial: .....

Contacto: ..... Telf.: .....

Dirección: ..... E-mail: .....

Fecha: .....

1. ¿Qué tipo de guantes, tallas y cantidades son los de mayor consumo por mes?

TIPO	TALLA				
	NIÑO	SMALL	MEDIUM	LARGE	STANDART
ALGODÓN					
LANA					
ACRÍLICO					
OTROS					

2. ¿Quiénes son los mayores consumidores de guantes?

- a) Hombres ( )
- b) Mujeres ( )
- c) Niños ( )

3. ¿Por qué trabaja con su productor actual?

- a) Por su calidad ( )
- b) Por sus modelos ( )
- c) Por sus precios ( )
- d) Por sus facilidades de pago ( )
- e) Por la atención recibida ( )
- f) Otros: .....

4. ¿Su productor actual le ofrece variedad de modelos y diseños?

- a) Si ( )
- b) No ( )

5. ¿Qué colores de guantes son lo que tienen mayor demanda?

- a) Negro ( )
- b) Azul Marín ( )
- c) Café ( )
- d) Verde ( )
- e) Habano ( )
- f) Blanco ( )
- g) Gris ( )
- h) Morado ( )
- i) Rojo ( )
- j) Tomate ( )
- k) Otro..... Cual.....

6. ¿Cuánto paga usted por los guantes que distribuye?

TIPO	PRECIO ENTRE					CUANTO
	0,50 - 1,00	1,01 - 1,50	1,51 - 2,00	2,01 - 2,50	MÁS DE 2,51	
LANA						
ACRÍLICO						
ALGODÓN						
POLIESTER						
OTROS						

Gracias por su Colaboración!!

## ANEXO “C” ENTREVISTA

**OBJETIVO:** Obtener información necesaria para poder sustentar la factibilidad del proyecto.

1. ¿Qué lo motivo a crear esta empresa?
2. ¿Cómo encontró la maquinaria necesaria para la producción de este producto?
3. ¿Cómo planea poner en marcha esta pequeña empresa?
4. ¿Conoce usted a los proveedores de materia prima e insumos para este tipo de negocio?
5. ¿Sabe usted cual es el proceso de producción para la elaboración de los guantes?
6. ¿Cuántos guantes estima que podrá producir su empresa?
7. ¿Posee usted conocimientos contables y de comercialización?
8. ¿Conoce usted a sus principales competidores?
9. ¿Sabe usted los precios que se manejan en el mercado para los guantes?
10. ¿Qué cantidad de personas necesitara usted para poner en marcha su empresa?
11. ¿Cree usted que el personal necesario debe cumplir con ciertos perfiles laborales?
12. ¿Conoce usted los aspectos legales vigentes para la puesta en marcha de la empresa?

## ANEXO “D” FICHAS DE OBSERVACIÓN

### FICHA DE OBSERVACIÓN

**Tema o asunto:** Precios de los guantes de algodón 100%, puntos pvc y látex

**Sujetos de Observación:** Kywi

**Descripción de la Observación:**

A través de esta de esta técnica se pudo observar que los precios de venta al público de los guantes son los siguientes:

Tejidos de algodón: \$ 2.33

Tejidos con puntos pvc: \$ 2.58

Tejidos recubiertos con látex: \$ 8.19

**Lugar:** Kywi

**Fecha:** 24 – 05 -2012

Vásquez Pozo Cristian Andrés

**Nombre del Investigador**



## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Tema o asunto:** Precio de guantes de moda

**Sujetos de Observación:** Almacenes de ropa

**Descripción de la Observación:** Se realizó un tipo de observación directa y no participativa con la finalidad de obtener mejores resultados en la obtención de los precios de los guantes de moda, que se vio afectada por la variedad de modelos por lo que se determino que los precios de los guantes de moda son:

**Desde:** \$ 1,00

**Hasta:** \$ 2,50

Estos precios son determinados por el tipo de material y vistosidad de los guantes.

**Lugar:** Quito

**Fecha:** 28 – 05 -2012

Vásquez Pozo Cristian Andrés

**Nombre del Investigador**

## **FICHA DE OBSERVACIÓN**

**Tema o asunto:** Competidores guantes de trabajo

**Sujetos de Observación:** Ferreterías

**Descripción de la Observación:** Se realizó una observación directa de todos los guantes expuestos para la venta en las ferreterías visitadas.

Con esta técnica se determinó que no existen muchos productores nacionales que fabriquen este tipo de guante. Además la investigación permitió determinar que la producción nacional es deficiente y no cumple con las exigencias de los clientes o intermediarios que vendrían a ser las ferreterías, también se pudo delimitar la lista de los principales competidores dentro de los cuales se encontraban en mayor proporción los guantes chinos que no ofrecían buena calidad pero su precio es bajo, ocasionando una desventaja con respecto a los guantes de producción nacional.

**Lugar:** Ferreterías

**Fecha:** 08 - 06 - 2012

Vásquez Pozo Cristian Andrés

**Nombre del Investigador**