

Proyecto de Comercialización de Artículos de Cuero para Uniformes del Personal de Empresas

Katiuska Stefanía Romero Chiquito (1) Mariana del Carmen Echeverría Villagómez (2) Dr. Gustavo Solórzano (3)

Ingeniería en Negocios Internacionales (1,2), Director del Centro de Investigaciones Económicas, Docente de la ESPOL (3)

Facultad de Economía y Negocios (1)

Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)

Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral

Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

ksromero@espol.edu.ec (1) madeeche@espol.edu.ec (2)

gustavo.solorzano@gmail.com; gsolorza@espol.edu.ec (3)

Resumen

El proyecto de comercialización de artículos de cuero para uniformes del personal de empresas, se enfoca en ofrecer un servicio eficiente y de calidad, de tal manera que las necesidades del cliente sean satisfechas; siendo este uno de los objetivos principales. Lo que se quiere conseguir es posicionarse como principal competencia en el mercado como proveedores de artículos de cuero a nivel nacional siendo reconocidos por la excelencia y responsabilidad, para que los clientes (empresas) logren distinción y elegancia de las demás Instituciones. Según los análisis y estudios realizados mediante los métodos de encuestas y tabulaciones se puede destacar que el proyecto es rentable a pesar de que existen empresas ya posicionadas en el mercado que ofrecen servicios similares, debido a las falencias y aspectos negativos en cuanto al servicio que ofrecen estas organizaciones, tales como retraso en las entregas y mala calidad en los productos, siendo estos los aspectos más importantes a considerar.

Palabras Claves: *comercialización, artículos de cuero, servicio, calidad, excelencia, eficiencia, posicionamiento, mercado.*

Abstract

The commercialization project of leather articles for uniforms of the companies' employees, is focused in offer an efficient service with a good quality, in such a way that the needs of the customers are satisfied; being this one of the principal objectives. The enterprise wants to be positioned as principal competition in the market like suppliers of leather articles in the national market, and being recognized for the excellence and responsibility, in order that the customers (companies) have distinction and elegance from other Institutions. According to the analyses and studies realized for the methods of surveys and tabulations it is possible to emphasize that the project is profitable in spite of the fact that there exist companies already positioned in the market that offer similar services, due to the failings and negative aspects in the service that these organizations offer, such as delay in the deliveries and bad quality in the products, being these the most important aspects to consider.

Keywords: *Commercialization, leather articles, service, quality, excellence, efficiency, positioning, market.*

1. Introducción

Cuenta la leyenda que hace unos quince mil años, un hombre de la prehistoria quiso proteger sus pies del molesto suelo helado que le impedía caminar con soltura. El astuto troglodita tuvo la idea de cubrirlos con piel procedente de un animal que él mismo había sacrificado. Con el paso del tiempo fue utilizando materiales de mayor calidad, como el cuero y fibras vegetales provistas de una mayor firmeza que sujetaba al pie con tiras de esparto.

A partir de este primer "zapato", que se asemejaba más a una sandalia, podemos hablar del nacimiento del concepto de calzado. Éste fue evolucionando conforme el ser humano desarrollaba su inteligencia, adquiriendo otras finalidades que distaban de la de protección y resguardo del pie y que respondían a cuestiones de índole social y estética.

La principal motivación para emprender el proyecto se basa en la necesidad que tienen ciertas empresas grandes, medianas y pequeñas en implementar y unificar el uniforme para el personal masculino y femenino de las diferentes áreas. Los principales artículos que se ofrecerá serán zapatos, carteras y cinturones fabricados en cuero o PU (poliuretano), de diferentes colores y diferentes modelos.

Específicamente el proyecto se refiere a una empresa intermediaria; donde su oficina principal estará ubicada en la ciudad de Guayaquil, y cuyos contratos serán con la empresa LITARGMODE S.A que está ubicada en la ciudad de Cuenca, esta empresa se encargará de proveer los zapatos de mujeres, BRAMMEL S.A, ubicada en la ciudad de Quito se encargará de confeccionar los cinturones y las carteras, y la empresa DECUEROS S.A ubicada en Cuenca, se encargará de proveer los zapatos para el personal masculino, mientras "MODE ET ELEGANCE" se encargará de hacer los contratos con las empresas a nivel nacional quien finalmente hará los pedidos a los proveedores antes mencionados.

2. Objetivos generales y específicos

2.1. Objetivo General

Desarrollar y evaluar la factibilidad del proyecto, el cual se dedicará a la adquisición y comercialización de zapatos, carteras y cinturones fabricados en cuero con la finalidad de convertirse en una empresa de reconocimiento nacional ofreciendo un servicio y productos de calidad a sus clientes.

2.2. Objetivo Específico

- Mejora del sistema de calidad de manera continua.
- Mantener al personal capacitado para la ejecución de sus funciones con calidad.

- Adaptación de los productos a nuevas formas, diseños y estilos de acuerdo a las necesidades y preferencias de cada cliente.
- Brindar a los consumidores un producto de excelente calidad para garantizar el posicionamiento en el mercado.
- Estudiar y analizar a la competencia directa de la empresa para conseguir una ventaja competitiva sobre ella.

3. Investigación de Mercado

3.1. Definición del problema

Existen muchos problemas que se debe solucionar con el proyecto, ya que su objetivo es ofrecer un servicio eficaz y rápido, debido a que algunas empresas han tenido inconvenientes para lograr que su pedido de artículos que complementan los uniformes del personal llegue completo o en la fecha establecida en los contratos, incluso la mayoría de veces han existido errores en los pedidos (malas pruebas de calce, se han pedido mal las tallas de los zapatos, etc.), otro de los problemas que existen es que cuando los clientes llaman por algún reclamo, no se los atiende de manera amable y paciente y hay que recordar que en los contratos se especifica el tiempo de garantía para aceptar todo tipo de reclamos.

Mejorando la calidad del servicio que tienen ofrecen los competidores en el mercado "MODE ET ELEGANCE" puede brindar una mejor atención; con una disminución en el margen de error para satisfacer completamente la necesidad de los clientes.

3.2. Objetivos de la investigación

- Conocer si el negocio tendrá buena acogida en la ciudad de Guayaquil.
- Observar la tendencia de las empresas establecidas y nuevas, con respecto al uso de accesorios complementarios del uniforme.
- Establecer un promedio del tamaño de las empresas con respecto al personal que se encuentra laborando en ellas.
- Definir los posibles competidores.
- Definir un precio de competencia.
- Definir material, modelos y colores con mayor demanda.
- Crear un estilo para cada empresa interesada.

3.3. Determinación de las fuentes de información.

3.3.1. Fuentes primarias

Encuestas a las personas encargadas en las empresas de escoger al proveedor de los artículos de

cuero e información adicional de las principales empresas competidoras.

3.3.2. Fuentes secundarias

Información sobre la principal empresa competidora en este sector.

4. Características del servicio

4.1. Definición del servicio

El proyecto consiste en la creación de una empresa de artículos de cuero (no fabricación), que ofrezca un servicio completo desde la respectiva cotización a las empresas hasta le entrega total de los artículos solicitados.

Uno de los primeros pasos es contactar a los potenciales clientes (empresas interesadas) que necesiten el servicio y estos a su vez hacen su pedido, una vez que se tiene la medida (en el caso de los zapatos) se realizan los respectivos pedidos a los proveedores; ellos a su vez deberán entregar los artículos según las fechas de entregas que se establezcan en los contratos. Los fabricantes producirán la cantidad y modelos solicitados para los que fueron contratados.

Los pedidos deberán ser mayores a 12 pares en el caso de los zapatos, y con respecto a las carteras se podrá hacer pedidos desde cantidades pequeñas.

El cliente además de poder elegir el modelo (según el catálogo), también podrá elegir el material con el que serán confeccionados.

Las promociones serán selectas para las empresas que se asocien con "MODE ET ELEGANCE" y que adquieran sus productos, los convenios se realizarán de forma personal con el Gerente de Ventas quien será el encargado de presentar todas las ventajas y variedad de materiales y diseños que se entregan.

5. Naturaleza del servicio

La empresa se desarrollará en el sector comercial actuando como intermediaria, se proveerá de los artículos de cuero a los clientes ofreciendo el servicio completo, desde la contratación inicial hasta la entrega definitiva de la mercadería, cabe destacar que no se contará con planta y de esta manera no se incurrirá en estos costos.

6. Análisis de la oferta

6.1. Clientes potenciales

Los clientes potenciales son todas las empresas guayaquileñas, ya que se pretende incentivar a que todas usen este sistema, pero conociendo que este proceso demandará tiempo, se estimó la demanda potencial con los datos obtenidos mediante encuestas

las cuales indicaban que existen empresas que ya cuentan con algún proveedor de estos productos mientras que el porcentaje de las que no cuentan con este servicio es del 32,6% y de ellas; el 57% estaría interesado en implementar el nuevo sistema.

6.2. Competidores potenciales

El principal competidor es la empresa D'BONNARD S.A, esta compañía ofrece los mismos productos que "MODE ET ELEGANCE" y dentro de sus clientes potenciales están los Bancos más importantes del país como el Banco de Guayaquil, Banco del Pacífico, Banco de Machala, Banco Amazonas entre otros, e Instituciones importantes como Junta de Beneficencia de Guayaquil, Municipio de Guayaquil, los cuales representan una gran utilidad para D'BONNARD ya que cada año renuevan contrato y hacen pedidos aproximadamente de 4000 carteras para cada institución bancaria y más de 900 pares para el personal femenino, de igual manera esta empresa ofrece (zapatos, carteras y cinturones) y el servicio es ofrecido igualmente a empresas según órdenes.

7. Análisis de la demanda

En la actualidad es posible encontrar diversas empresas que usan zapatos, carteras y/o cinturones unificados en su personal de trabajo, estas empresas: buscan proveedores de estos artículos que satisfagan sus exigencias, sin embargo varios de estos productores no cuentan con la asistencia necesaria para presentar un producto novedoso por lo que hay demanda por parte de las empresas por accesorios sofisticados, elegantes y demás, que sean de buena calidad y que sean útiles de acuerdo a las actividades que se realizan dentro de la empresa.

Además existe una gran cantidad de empresas nuevas que todavía no utilizan uniformes, pero con un proceso de marketing adecuado se convertirán en potenciales clientes.

Se puede observar además; que no existen en el Ecuador compañías que se dediquen a este tipo de negocio, brindando la calidad tanto del producto elaborado como del servicio ofrecido, esto incluye buenas relaciones entre compañías, rapidez y puntualidad, posibilidad de negociación, innovación en los modelos ofrecidos, etc.

7.1. Estimación de la demanda

El negocio de confección de artículos de cuero para grandes y medianas empresas, es un negocio rentable debido a que en la actualidad existen pocos proveedores que satisfagan la demanda del mercado. La proyección con respecto a los clientes es positiva porque existen muchas empresas interesadas en unificar los uniformes de sus empleados, pero al mismo tiempo no tienen conocimiento de que existen

proveedores que les puedan ofrecer una amplia variedad de modelos de zapatos y carteras para complementar sus uniformes.

Para determinar el número aproximado de empresas que existen en la ciudad de Guayaquil, se utilizó la base de datos que tiene la página de la Superintendencia de Compañías.

Según las encuestas realizadas a empresas dentro de la ciudad de Guayaquil, se observa que un 67,4% ya cuenta con este sistema de unificación de accesorios, de estos; se espera que un 75% estén dispuestos a cambiar de proveedor si “MODE ET ELEGANCE” le ofrece un mejor servicio y calidad de modelos. Un 32,6% de empresas no cuentan con este método, pero de ellas un 57% están dispuestas a implementar este sistema.

La tasa de crecimiento anual del sector empresarial es aproximadamente de 3% según lo que espera el Comité Empresarial Ecuatoriano, por lo tanto se acogerá a este supuesto.

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas y asumiendo una participación en el mercado del 20%, de este total de empresas que se esperan cubrir, se debe sacar el número de trabajadores que tiene que cada empresa ; utilizando los datos de la encuesta se tiene un promedio de 200 empleados por empresa, luego se clasifica entre los pedidos de acuerdo al porcentaje que utiliza zapatos 94.7%, de carteras y de cinturones asumiendo que del total de trabajadores el 50% son mujeres; tenemos que el 71% utilizan carteras. Se tiene además que del otro 50% que pertenece a la clasificación de hombres; el 5,26% usa cinturones. Debido a todos estos factores se tiene que la proyección de la demanda para zapatos, carteras y cinturones es la siguiente:

Tabla 1. Estimación de la demanda

AÑO	NUMERO DE EMPRESAS	MERCADO POTENCIAL	DEMANDA ANUAL DE PRODUCTOS
2012	42327	12698	186567
2013	43597	13079	192163
2014	44905	13471	197928
2015	46252	13876	203867
2016	47639	14292	209983
2017	49069	14721	216281
2018	50541	15162	222770
2019	52057	15617	229453
2020	53619	16086	236336
2021	55227	16568	243427

8. Marketing Mix

Esta disciplina permite analizar y estudiar el comportamiento de los mercados y de los consumidores ya que el principal objetivo que se

busca es retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades, cumpliendo todos los requerimientos necesarios para lograrlo.

8.1. Producto:

El servicio/producto ofrecerá una gran variedad de modelos y diseños para los clientes, e incluso se podrán hacer diseños exclusivos para los Bancos, ya que ellos buscan distinguirse entre los demás por los accesorios que complementan los uniformes, y para conveniencia de ambas partes (vendedor-comprador) se establecerán cláusulas de garantía y plazos de entregas, para evitar inconvenientes futuros, también se contará con amplias oficinas donde se recibirán los reclamos en casos de haberlos, obviamente estos deben estar dentro del plazo correspondiente.

8.2. Precio:

Con respecto a los precios, estos dependerán de la calidad del material y de las características que contenga el artículo.

8.3. Plaza:

La oficina principal estará ubicada en la Ciudad de Guayaquil en las calles 9 de Octubre y Chile, debido a que es un lugar donde se alquilan oficinas con las proporciones y características que se busca, además está cerca de algunas empresas que podrían ser los potenciales clientes, además es un área comercial y fácil de llegar.

8.4. Promoción:

- ❖ Es importante implementar una página web que describa las diferentes actividades a las que se dedicará la empresa, información completa sobre los diseños, la calidad de los materiales.
- ❖ Publicidad en la prensa
- ❖ Revistas ejecutivas.
- ❖ Páginas amarillas

8.5. Posicionamiento:

Para diferenciarse y posicionarse en la mente de los consumidores es necesario ofrecer mejores productos o servicios de los que ofrece la competencia, y para conseguirlo; hay que implementar mejoras y brindar al cliente productos y servicios que consigan cumplir con sus expectativas y satisfacer sus necesidades.

9. Análisis FODA

9.1. Fortalezas:

Las fortalezas de “MODE ET ELEGANCE” se deben a que presenta productos de buena calidad con

innovadores diseños pero al mismo tiempo es capaz de acomodarlos accesorios a las necesidades y funciones de la empresa; a cómodos precios.

9.2. Oportunidades:

- Oportunidad de crear convenios con grandes empresas, y conservarlos como clientes para nuevas renovaciones de calzado y carteras, ya que la duración de los artículos de cuero es aproximadamente un año, razón por la cual existiría renovación de contrato con las empresas.
- Mano de obra calificada y asesorada para entregar productos que satisfagan a nuestros clientes.

9.3. Debilidades:

- Posicionamiento de las empresas ya existentes que ofrecen el mismo servicio.
- Las fábricas de elaboración se encuentran alejadas de la ciudad de Guayaquil por lo que aumenta el costo de traslado.

9.4. Amenazas:

- Que el mercado esté abastecido.
- Diferentes fábricas ubicadas en la Región Sierra, que ofrecen artículos de no tan buena calidad y a bajos precios.

10. Principales resultados de las encuestas.

En la actualidad existe una gran demanda que requiere los artículos y un servicio eficiente y de calidad, con este análisis nos podemos dar cuenta que la mayoría de empresas prefiere unificar los uniformes del personal para lograr distinción y elegancia frente a las otras Instituciones a nivel nacional, la empresa puede mejorar los servicios que ofrecen los proveedores que son la principales competencias, mejorando la calidad de los artículos y siendo eficaces al momento de las entregas de los pedidos.

11. Estudio técnico

Tabla 2. Equipos

ACTIVO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
LINEA DE TELEFONO	100	2	200
FURGONETAS	14790	2	29580
MUEBLES Y ENSERES *	15000		15000
PANELES DE DIVISION	600	10	6000
EQUIPOS DE OFICINA **	15000		15000
TOTAL DE LA INVERSION INICIAL			65780
* Incluye: escritorios, anqueles, archivadores, sillas			

Tabla 3. Obras Físicas

COSTOS FIJOS		
Concepto	Costo mensual	Costo anual
Electricidad	\$1,000.00	\$12,000.00
Teléfono	\$200.00	\$2,400.00
Agua	\$100.00	\$1,200.00
Suministros de Oficina	\$150.00	\$1,800.00
Alquiler del edificio	\$1,800.00	\$21,600.00
Alquiler de bodega	\$500.00	\$6,000.00
Gasolina y mantenimiento de los vehículos	\$180.00	\$2,160.00
Aseo	\$100.00	\$1,200.00
TOTAL	\$4,030.00	\$48,360.00

11.5. Tamaño de la Planta:

Debido a que la empresa va a contratar los servicios de fábricas ya establecidas, no es necesario realizar estudios técnicos sobre la construcción de una planta. Sin embargo es importante medir la capacidad de la planta que será contratada para analizar el nivel de producción que tendrá MODE ET ELEGANCE.

12. Estudio financiero

A continuación se muestran los resultados del estudio financiero:

Tabla 4. Proyección de Ingresos Mensuales.

PERIODO	PARTICIPACIÓN DE LA PRODUCCIÓN			PRECIOS					INGRESOS MENSUALES	
	ZAPATOS	CARTERAS	CINTURONES	ZAPATOS		CARTERAS		CINTURONES		
				CUERO	PU	CUERO	PU			
				\$ 31	\$ 27,00	\$ 41,00	\$ 38,00			\$ 25,00
ENERO	0	0	0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	
FEBRERO	158	59	4	\$ 3.182,71	\$ 1.492,63	\$ 1.577,96	\$ 787,50	\$ 109,66	\$ 7.150,47	
MARZO	948	355	26	\$ 19.096,23	\$ 8.955,80	\$ 9.467,78	\$ 4.725,01	\$ 657,99	\$ 42.902,82	
ABRIL	1106	414	31	\$ 22.278,94	\$ 10.448,44	\$ 11.045,75	\$ 5.512,51	\$ 767,65	\$ 50.053,29	
MAYO	1580	592	44	\$ 31.827,06	\$ 14.926,34	\$ 15.779,64	\$ 7.875,02	\$ 1.096,65	\$ 71.504,70	
JUNIO	1580	592	44	\$ 31.827,06	\$ 14.926,34	\$ 15.779,64	\$ 7.875,02	\$ 1.096,65	\$ 71.504,70	
JULIO	1895	711	53	\$ 38.192,47	\$ 17.911,60	\$ 18.935,57	\$ 9.450,02	\$ 1.315,98	\$ 85.805,64	
AGOSTO	1895	711	53	\$ 38.192,47	\$ 17.911,60	\$ 18.935,57	\$ 9.450,02	\$ 1.315,98	\$ 85.805,64	
SEPTIEMBRE	1737	651	48	\$ 35.009,76	\$ 16.418,97	\$ 17.357,60	\$ 8.662,52	\$ 1.206,31	\$ 78.655,17	
OCTUBRE	1264	474	35	\$ 25.461,65	\$ 11.941,07	\$ 12.623,71	\$ 6.300,01	\$ 877,32	\$ 57.203,76	
NOVIEMBRE	1264	474	35	\$ 25.461,65	\$ 11.941,07	\$ 12.623,71	\$ 6.300,01	\$ 877,32	\$ 57.203,76	
DICEMBRE	2369	888	66	\$ 47.740,59	\$ 22.389,51	\$ 23.669,46	\$ 11.812,52	\$ 1.644,97	\$ 107.257,05	
									TOTAL	\$ 715.046,97

Tabla 5. Cálculo del CAPM.

TMAR	%
Rf	2
B	0,78
Rm	10
RpEcu	8
Ri	16,24

Donde:

Ri: Rentabilidad exigida por el inversionista.

Rf: tasa libre de riesgo (tasa de los bonos de Tesoro Americano a 5 años)

b: beta de la empresa comparable de EE.UU.

Rm: rentabilidad del mercado de jugos en EE.UU.

RpEcu: riesgo país de Ecuador.

Tabla 6. Flujo de Caja Anual Neto.

AÑO	FLUJO DE CAJA
0	- 116.873,57
1	3.030,43
2	20.161,96
3	32.653,02
4	44.661,63
5	58.735,89
6	72.198,03
7	88.060,57
8	104.902,63
9	122.786,11
10	141.776,99

Tabla 7. Indicadores de Rentabilidad

CAPM	16.24%
TIR	31%
VAN	\$ 128.211,01
PAYBACK	2^{do} año

13. Conclusiones

Se puede concluir que el proyecto es rentable y que a pesar de las competencias ya posicionadas, existen muchas falencias y aspectos negativos que no logran satisfacer al 100% a los clientes; fallas tales como: retraso en las entregas, errores en los pedidos, mala calidad en los cueros y sobretodo la falta de tecnología que existen al momento de realizar los pedidos, lo que genera retrasos en las entregas; ya que según investigaciones en una de las empresas líderes en brindar este servicio; la cual trabaja con las Instituciones más importantes del país; realizaba los pedidos a mano; pedidos entre 300 y 600 pares; lo cual

retrasaba considerablemente las fechas de entrega y por consiguiente no se cumplía las cláusulas del contrato.

Cabe mencionar que la demanda aumenta a medida que se crean más empresas, y si se muestran las ventajas y mejoras a los clientes; posiblemente cambien de proveedor y poco a poco se gane posicionamiento en el mercado; como se mencionó anteriormente en el país existen muchas zapaterías, pero lo que la mayoría de empresas quiere es un servicio en el cual se les pruebe a cada uno de los empleados para que en el momento de las entregas, cada caja contenga el par de zapatos con una etiqueta en la parte de afuera que describa el nombre del empleado, la talla, el modelo del zapato, el color; esto es conveniente en pedido mayores de 500 pares, por tal motivo el proyecto describe un negocio el cual realiza este proceso de pruebas de calce a nivel nacional.

Los resultados que se obtuvieron en el estado financiero muestran las posibilidades de llevar a cabo el proyecto; ya que se obtuvo una TIR del 31% y un VAN de \$ 203.097,67; lo que demuestra la rentabilidad del proyecto.

Finalmente hay que destacar el propósito principal del proyecto, que es llevar a los clientes zapatos de cuero de calidad, que sean durables por un largo periodo y que al llevar uno de los artículos; sean carteras o calzado; se sientan diferenciados y distinguidos entre el resto de empleados de otras Instituciones como es el caso de las señoritas del Banco del Pacífico que son distinguidas por el color de sus uniformes y el modelo de sus zapatos.

14. Agradecimientos

Queremos agradecer a Dios quien nos ha guiado y dado fortaleza durante todo el camino recorrido a lo largo de nuestras vidas.

A nuestros padres quienes han sido nuestro apoyo durante nuestra etapa estudiantil y a quienes les debemos lo que somos hoy en día.

A nuestros profesores y a la Escuela Superior Politécnica del Litoral, por impartirnos sus enseñanzas y conocimientos que pondremos en práctica de ahora en adelante.

15. Referencias

- [1] Allen L. Webster, Estadística Aplicada a los negocios y la economía, Irwin McGrae Hill, Tercera Edición.
- [2] Fuente: SRI
- [3] Fuente: INEC
- [4] Fuente: Banco Central del Ecuador
- [5] Fuente: Yahoo Finance