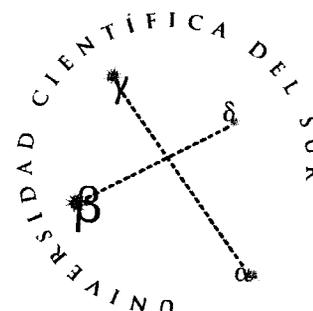


UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR
FACULTAD DE INGENIERÍA ECONÓMICA Y DE
NEGOCIOS

UNIVERSIDAD
CIENTÍFICA
DEL SUR



**“EL MERCADO DE EQUIPOS DE PROTECCIÓN
PERSONAL EN EL PERÚ Y SUS OPORTUNIDADES
COMERCIALES”**

Por:

Bach. Christian Dieter Runzer Wong

Trabajo Profesional para optar el Título de Ingeniero Economista

2011

ÍNDICE

	Pág.	
1	Introducción	5
2	Antecedentes del Trabajo	8
3	Marco Teórico	13
3.1	El hombre y su ambiente de trabajo	14
3.2	Valores límite de riesgo	15
3.3	En el Perú y el Mundo	17
3.4	Estadísticas de accidentes	19
3.5	Seguridad e higiene ocupacional en las diferentes actividades productivas	20
3.6	Enfoque Económico	21
3.7	Crisis internacional	23
3.7.1	La inercia de las autoridades presagia una prolongación de la crisis y de alto nivel de paro	23
3.7.2	¿Por qué subieron tanto los precios de los inmuebles y en tantos sitios?	26
3.7.3	La política de tipos de interés bajo de la Reserva Federal	26
3.7.4	La superabundancia mundial de ahorros	28
3.7.5	La innovación financiera descontrolada	31
3.7.6	El riesgo moral generado por los Programas Gubernamentales	34
3.7.7	La burbuja como un cisne blanco	37
3.8	Otros conceptos	48
4	Análisis e investigación de mercado	51
4.1	Evolución trimestral de las importaciones de Epp's.	52
4.2	Participación de principales importadores	54

4.3	Categorías de producto de mayor participación	55
4.4	Análisis de protección de cuerpo	56
4.5	Participación de principales importadores de fajas lumbares	57
5	Análisis de demanda de Epp's	58
5.1	Evolución del empleo y su relación con el PBI y las exportaciones	58
5.2	Relación entre la actividad productiva del departamento de Lima y el empleo	63
5.3	Elasticidad empleo-producto para Lima Metropolitana	69
5.4	Empleo	72
6	Análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas)	77
6.1	La Matriz de Evaluación de los Factores Externos (EFE)	77
6.2	La Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI)	82
6.3	Análisis de Resultados de Matrices EFE y EFI	86
7	Análisis de la Competencia	88
8	Estrategia	104
9	Mezcla de Marketing	107
9.1	Producto	107
9.2	Precio	108
9.3	Distribución	109
9.4	Comunicación	110
9.5	Isotipo y Logotipo	110
10	Factibilidad Técnica	115
10.1	Ensayos, pruebas e investigación	115
10.2	Pruebas y normas relacionadas a productos nuevos	116

10.3	Ubicación de taller	123
10.4	Proyectos complementarios	123
10.5	Personal	125
10.6	Materia prima	125
11	Recursos e inversiones	128
11.1	Inmueble	128
11.2	Personal	128
11.3	Maquinaria	129
12	Factibilidad Económica	130
12.1	Ventas	130
12.2	Registro de venta de fajas (und.)	135
12.3	Registro de venta de guantes (und.)	137
12.4	Proyecciones de venta	139
12.5	Costos fijos	143
12.6	Costos variables	143
12.7	Proyección trimestral de ventas, costos y utilidades	144
12.8	Estructura de costos y gastos (US\$)	145
12.9	Valor actual neto (S/.)	146
13	Conclusiones	147
14	Recomendaciones	148
15	Bibliografía	150