



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPORTACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE HOJAS
DE AFEITAR DESDE CHINA PARA ECUADOR**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de
Ingeniero en Negocios Internacionales

Profesor Guía

Dr. Manuel María Herrera Peña

Autor

Rodrigo Vinicio Maldonado Da Silva

Año

2014

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.

Dr. Manuel María Herrera Peña

C.I.: 100322898-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

Rodrigo Vinicio Maldonado Da Silva

C.I.: 171240662-6

AGRADECIMIENTOS

A mis padres por su apoyo incondicional.

RESUMEN

La idea de importación de hojas de afeitar nace de la necesidad existente en el mercado Ecuatoriano, se elaborará un plan de negocios con la finalidad de analizar la viabilidad de importar de China hojas de afeitar con marca propia.

El posible negocio se clasifica en la industria del comercio al por mayor cuya tendencia de acuerdo al Producto Interno Bruto (PIB) ha tenido un incremento sostenido en el 2011 y 2012 del 7,2% y 9,2% respectivamente.

El nombre de la posible empresa será Super Sharp, se constituirá como una compañía limitada, su misión es ofrecer un producto que cumpla con todos los estándares de calidad a un precio accesible satisfaciendo la necesidad de abastecimiento de hojas de afeitar desechables en el Ecuador.

Las fuerzas de Porter podemos observar un análisis positivo al ponderarlas existe una oportunidad media-alta de entrar al mercado, la estrategia de penetración de ingreso al mercado de encuentra en el quinto cuadrante lo cual indica que la empresa necesita estrategias intensivas de penetración de mercado, desarrollo de mercado y desarrollo de producto.

Al efectuar la investigación de mercados se concluye que hay más de 2500 peluquerías registradas en Quito, y aproximadamente la misma cantidad de no registradas, igualmente los resultados demuestran que es posible vender un total de 26 cajas promedio mensuales lo que equivale a un total de \$24.086,38 Dólares.

Al investigar y elaborar la estrategia de marketing se aprecia que existe una alta sensibilidad al valor del producto, de tal forma que una estrategia de precios bajos para ingresar al mercado se basa en el precio del producto y el precio de la competencia.

Los términos de negociación con el proveedor se basan en el Incoterm FOB, en el cual las responsabilidades del proveedor terminan una vez que el producto está en el barco.

El equipo directivo se conforma de la siguiente forma: un gerente financiero quien estará a cargo del área financiera y operativa, un gerente comercial que estará a cargo del área comercial y administrativa, un asistente quien soportará todas las áreas de la empresa, un vendedor y un promotor los cuales reportarán sus actividades al gerente comercial.

La inversión inicial será de \$81.679,00. La estructura de capital constará de \$40.000,00 de capital propio y se tramitará un préstamo de \$41.679,00, El total de activos y pasivos el primer año llega a los \$116.859,28, el total de ventas el primer año llegará a los \$148.808,20 en el primer año con un total de 146 cartones vendidos de hojas de afeitar, la utilidad bruta será de \$112.968,20, la utilidad operacional será de \$46.394,28 la utilidad neta será de \$27.732,05 y la utilidad a disposición de los accionistas será de \$24.876,58. Se calcula que el punto de equilibrio será \$88.270,72, se cuenta con un VAN de 44.778,62 USD y un TIR de 34.26% lo cual demuestra que el plan es rentable, viable y atractivo.

En el análisis financiero notamos que en los 6 escenarios contamos con un TIR positivo.

Dentro del análisis financiero, se observa que en los 6 escenarios se cuenta con una TIR y VAN favorables.

ABSTRACT

The idea of importation of razor blades was born in the Ecuadorian market need, drawn up a business plan with the purpose of analyzing the feasibility of importing from China razors with own brand.

The business opportunity is classified in the industry of trade to the wholesale whose trend according to the gross domestic product (GDP) has had a sustained increase in the 2011 and 2012 7.2% and 9.2% respectively.

The possible company name will be Super Sharp, be constituted as a limited company, its mission is to offer a product that meets all standards of quality at an affordable price meeting the need for supply of disposable razors in the Ecuador.

Porter's forces can observe a positive test to weigh them there is an opportunity to medium from entering the market, the market entry strategy of finds in the fifth quadrant which indicates that the company needs intensive market penetration, market development and product development strategies.

To carry out market research it is concluded that there are more than 2500 hairdressers in Quito, and approximately the same amount of unregistered, also the results demonstrate that it is possible to sell a total of 26 average monthly cases amounting to a total of \$24.086,38.

To investigate and develop the marketing strategy it can be seen that there is a high sensitivity to the value of the product, so that a price low to enter the market strategy is based on the price of the product and the price of the competition.

The terms of negotiation with the suppliers are based on FOB Incoterm, in which the responsibilities of the provider end once the product is on the boat.

Management team is formed in the following way: a financial manager who will be responsible for the financial and operational area, a sales manager who will be responsible for the administrative and commercial area, an Assistant who will support all areas of the company, a seller and a promoter which will report their activities to the commercial Manager.

The initial investment will be \$81.679,00. Capital structure will consist of \$40.000,00 of own capital and a loan of \$41.679,00 will be processed, the total of assets and liabilities the first year comes to the \$116.859,28, total sales the first year will reach the \$148.808,20 in the first year with a total of 146 sold cartons of razor blades, the gross profit will be \$112.968,20, the operational usefulness will be \$46.394,28 net income will be \$27.732,05 and the utility to the shareholders will be \$24.876,58. It is estimated that a balance will be \$88.270,72, he has with a VAN de USD 44.778,62 and a TIR of 34.26% demonstrating that the plan is cost-effective, viable and attractive.

Financial analysis we notice that we have a positive shooting on 6 stages.

Within the financial analysis, shows that 6 scenarios there is a TIR and VAN favorable.

ÍNDICE

1	ASPECTOS GENERALES	1
1.1	ANTECEDENTES	1
1.2	OBJETIVOS	2
1.2.1	Objetivo General	2
1.2.2	Objetivos Específicos.....	2
1.3	HIPÓTESIS	3
2	LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS SERVICIOS	4
2.1	LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS.....	4
2.1.1	La Industria	4
2.1.1.1	Clasificación Industrial Internacional Uniforme.....	4
2.1.2	Tendencias de la industria	5
2.2	LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA	7
2.2.1	Cadena de Valor	9
2.2.2	Factores económicos y regulatorios	9
2.2.3	Canales de distribución.....	11
2.2.4	Las 5 fuerzas de Porter.....	11
2.2.4.1	Nuevos participantes (barreras de entrada).....	12
2.2.4.2	Amenaza de los sustitutos (y complementos).....	13
2.2.4.3	Poder de negociación de los compradores	13
2.2.4.4	Poder de negociación de los proveedores	13
2.2.4.5	Intensidad de la rivalidad.....	14
2.3	LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO	15
2.3.1	La idea y el modelo de negocio	15
2.3.1.1	Estructura legal de la empresa.....	15
2.3.2	Misión, Visión y Objetivos	16
2.3.2.1	Misión	16
2.3.2.2	Visión	16
2.3.2.3	Objetivos	17
2.4	EL PRODUCTO Y SERVICIO	17
2.5	ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO	18
2.6	ANÁLISIS FODA	20
3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS	21
3.1	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	21
3.1.1	Planteamiento del problema	21
3.1.1.1	Problema de Investigación.....	21

3.1.1.2	Problema Gerencial.....	21
3.1.1.3	Problema de Investigación de Mercado	21
3.1.1.4	Objetivo de la investigación.....	21
3.1.1.5	Hipótesis de la investigación	21
3.1.1.6	Necesidades de la Información	22
3.1.2	Investigación Descriptiva Cualitativa.....	24
3.1.2.1	Expertos	24
3.1.2.2	Grupo de enfoque	25
3.2	MERCADO RELEVANTE Y CLIENTE POTENCIAL	27
3.2.1	Mercado objetivo.....	27
3.2.2	Segmentación de Mercado	28
3.2.2.1	Segmentación geográfica.....	28
3.2.2.2	Segmentación psicográfica	28
3.3	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA CUANTITATIVA.....	29
3.3.1	Encuestas	29
3.3.2	Población	29
3.3.3	Calculo de la muestra	30
3.3.4	Resultados.....	31
3.4	TAMAÑO DEL MERCADO Y TENDENCIAS	40
3.4.1	Demanda	40
3.5	LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS.....	40
3.5.1	Competencia.....	40
3.6	PARTICIPACIÓN DE MERCADOS Y VENTAS DE LA INDUSTRIA	41
3.7	EVALUACIÓN DEL MERCADO DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN	42
3.8	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	42
4	PLAN DE MARKETING	44
4.1	ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING	44
4.2	POLÍTICA DE PRECIOS	44
4.3	TÁCTICA DE VENTAS.....	45
4.4	POLÍTICA DE SERVICIO AL CLIENTE.....	46
4.5	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	47
4.5.1	Publicidad	47
4.5.2	Promoción de ventas	47
4.6	DISTRIBUCIÓN.....	48
4.7	PROYECCIÓN DE VENTAS	48
5	PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN	50
5.1	ESTRATEGIA DE OPERACIONES.....	50
5.2	CICLO DE OPERACIONES	54
5.3	REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS.....	60
5.4	LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA Y REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO.....	60

5.5	CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE INVENTARIOS	61
5.6	ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES	61
6	EQUIPO GERENCIAL	62
6.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	62
6.1.1	Personal administrativo clave y sus responsabilidades	62
6.1.2	Descripción de funciones	63
6.1.3	Equipo de trabajo	64
6.2	COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES, INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS	65
6.3	POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS	65
6.4	DERECHOS Y RESTRICCIONES DE ACCIONISTAS E INVERSORES	66
6.5	EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS	66
7	CRONOGRAMA GENERAL	68
7.1	DIAGRAMA DE GANTT	70
7.2	RIESGOS E IMPREVISTOS	71
7.2.1	Trámites Legales y Financieros	71
8	RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS	72
8.1	SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS	72
8.2	RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES	73
8.2.1	Disminución o Aumento de la Demanda	73
8.2.2	Incremento de barreras arancelarias	73
9	PLAN FINANCIERO	74
9.1	INVERSIÓN INICIAL	74
9.2	FUENTES DE INGRESOS	74
9.2.1	Costos Fijos y Variables	75
9.2.1.1	Costos variables	75
9.2.1.2	Costos fijos	75
9.2.2	Margen bruto y margen operativo	76
9.2.3	Estado de Resultados actual y proyectado	76
9.2.4	Balance General	76
9.2.5	Estado de Flujo de Caja actual y proyectado	76
9.2.6	Punto de equilibrio	77
9.2.7	Índices Financieros	77
10	PROPUESTA DE NEGOCIO	81
10.1	FINANCIAMIENTO DESEADO	81

10.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA.....	81
10.3 CAPITALIZACIÓN.....	81
10.4 USO DE FONDOS	82
10.5 RETORNO PARA EL INVERSIONISTA.....	82
11 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
11.1 CONCLUSIONES.....	83
11.2 RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS	86
ANEXOS	88

1 CAPITULO I: ASPECTOS GENERALES

1.1 ANTECEDENTES

Las hojas de afeitar, son un insumo básico para la peluquería a nivel nacional, se las utiliza en los cortes de cabello, en todas las áreas de la cabeza, para lograr precisión en el corte y evitar la posibilidad de heridas a los clientes y el peligro que conllevaría una posible infección.

Las hojas de afeitar, se fabrican con filo en sus dos lados, pero en peluquería solo se utiliza un lado, por lo que se requiere partirla en dos. Después de realizar varias investigaciones en el sector de la belleza a nivel nacional se plantea que uno de los problemas graves al partir la hoja, es que se producen con frecuencia cortes en la personas que las manipulan, por lo que se requiere un diseño que permita partirla fácilmente o que desde fábrica venga en dos partes y así evitar accidentes. Por el actual motivo se crea la necesidad de importar un producto de que cumpla con todos los estándares de calidad y tenga una fácil manipulación.

La idea del negocio responde a la demanda que tiene insatisfecha la industria en el Ecuador, que se ve descuidada y desabastecida de hojas de afeitar lo que incide en elevados e injustificados costos, volviéndolos casi inaccesibles; esto se debe a que la importación está concentrada en cuatro marcas representativas con este giro de negocio en el país lo que les permite controlar el mercado y mantenerlo desabastecido para así justificar su alto precio. Por este motivo la distribución de hojas de afeitar con marca propia, las cuales estén elaboradas con la mejor calidad y tengan un precio accesible y competitivo en el mercado.

Existe la oportunidad de entrar en el mercado de hojas de afeitar comprobada, ya que el Ecuador no es productor y la importación de las mismas es deficiente;

y la demanda está en permanente expansión, por lo que este nicho tiene una perspectiva de crecimiento.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar la viabilidad de crear una empresa importadora de hojas de afeitar desechables con el fin de contribuir al abastecimiento del mercado de consumo masivo ecuatoriano iniciando en Quito.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Elaborar una investigación de la industria del comercio al por mayor, su tendencia, factores económicos y demás componentes.
- Realizar una investigación de mercados para conocer el comportamiento, gustos, preferencias y necesidades de los salones de belleza.
- Elaborar un plan de marketing y analizar la estrategia de ingreso al mercado.
- Desarrollar un plan de operaciones y un organigrama que facilite la importación y distribución de hojas de afeitar.
- Planificar un cronograma de actividades acordes con los tiempos y lineamientos requeridos.
- Identificar los riesgos y problemas que pueden influir en la importación y distribución de hojas de afeitar.

- Determinar la factibilidad, viabilidad y rentabilidad por medio de un estudio financiero.
- Definir una propuesta de negocio para determinar la utilidad de la inversión.

1.3 HIPÓTESIS

Es factible y rentable la apertura de una importadora y distribuidora de hojas de afeitar en el Ecuador.

2 CAPITULO II: LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS SERVICIOS

2.1 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Introducción

El capítulo estudia la situación de la industria, las tendencias y los indicadores económicos. Se enfoca las 5 fuerzas de Porter al negocio que se propone. La investigación y el análisis del entorno y la estructura organizacional de la nueva empresa.

2.1.1 La Industria

Se entiende como el conjunto de todas las unidades de producción que se dedican primordialmente a una misma clase o a clases similares de actividades productivas. (INEC, 2013)

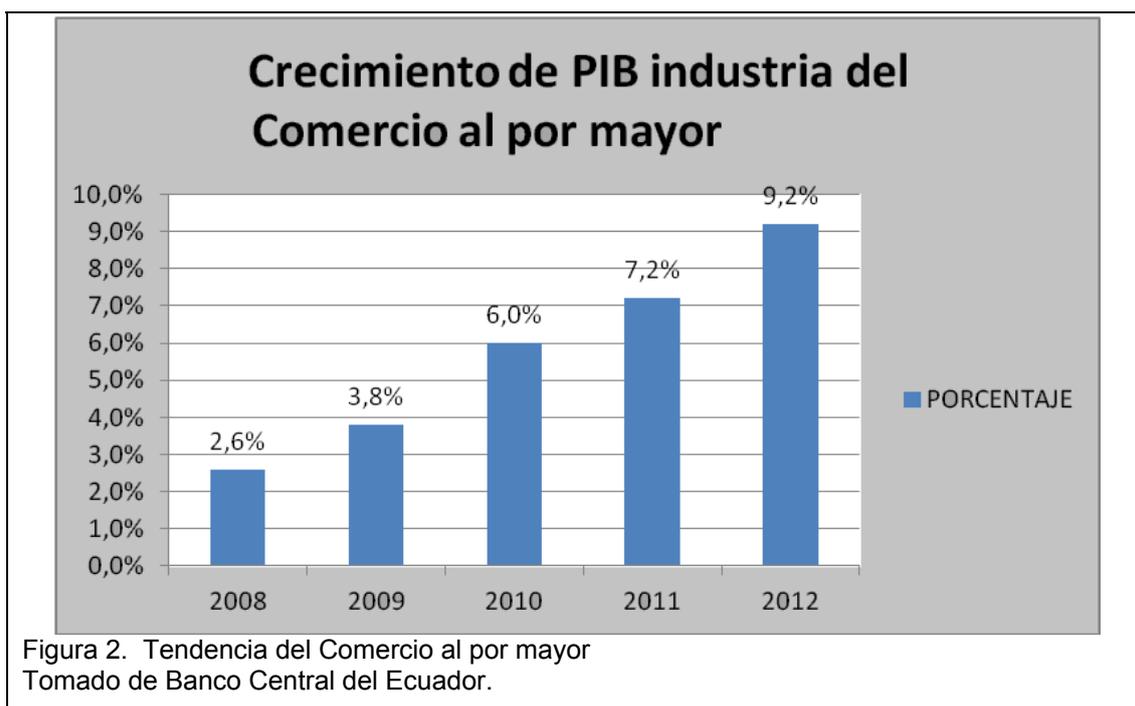
Y el CIIU es un sistema que clasifica a las entidades en función de la actividad económica principal que realizan. Siendo una estructura de clasificación coherente y consistente de actividades económicas.

2.1.1.1 Clasificación Industrial Internacional Uniforme

El Clasificador Internacional Industrial Único, CIIU, indica que el negocio se encuentra comprendido que en el caso del negocio planteado corresponde a la sección G4661 con la descripción “Comercio al por mayor, de metales y minerales metalíferos”, como lo describe jerárquicamente la figura 1 a continuación, hasta llegar al Negocio de Importación y distribución de hojas de afeitar: (INEC, 2013)



2.1.2 Tendencias de la industria



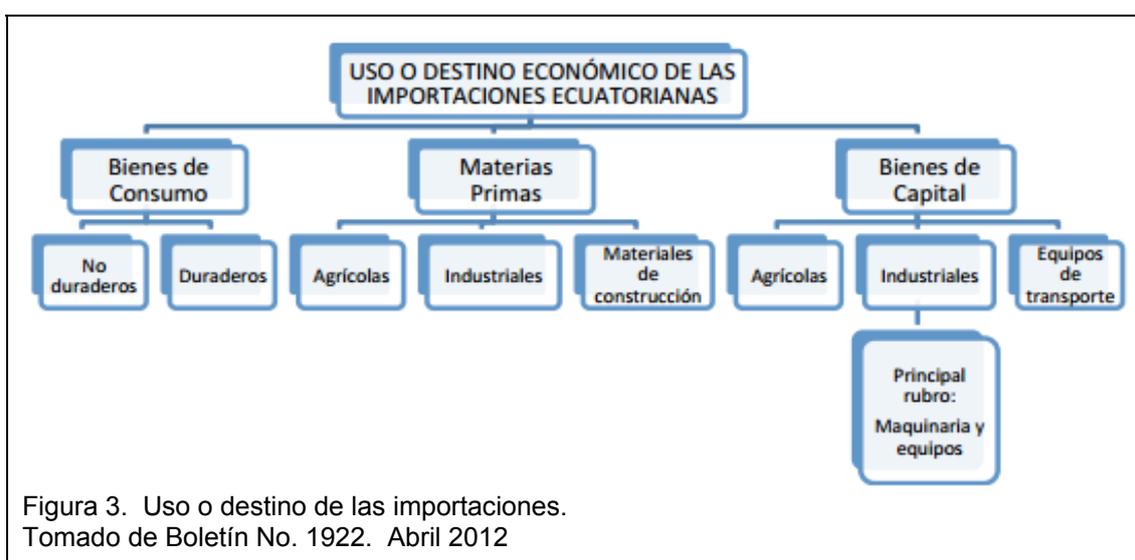
El Producto Interno Bruto (PIB) es uno de los indicadores que nos proporciona información sobre la composición de la riqueza nacional, a través del peso relativo que tiene cada sector en el contexto de la economía del país. En la figura anterior se identifica el crecimiento de la industria al por mayor, que ha incrementado del 2010 de 3.724,601 a 3.960.725 al 2011

El comercio nacional es una de las áreas de mayor incidencia en la economía, después de otras áreas que aportan al país como es el caso del petróleo y las exportaciones de productos como el banano, el café y ahora productos no tradicionales. Por ello observamos que de acuerdo a los indicadores del Banco Central el crecimiento del comercio al por mayor y menor tiene una incidencia del 9,2% sobre el PIB. (BCE, 2012)

Lo que revela un crecimiento sostenido a lo largo de estos últimos años, lo cual genera estabilidad y sobre todo un mayor flujo de ventas a todos quienes componen dicho mercado.

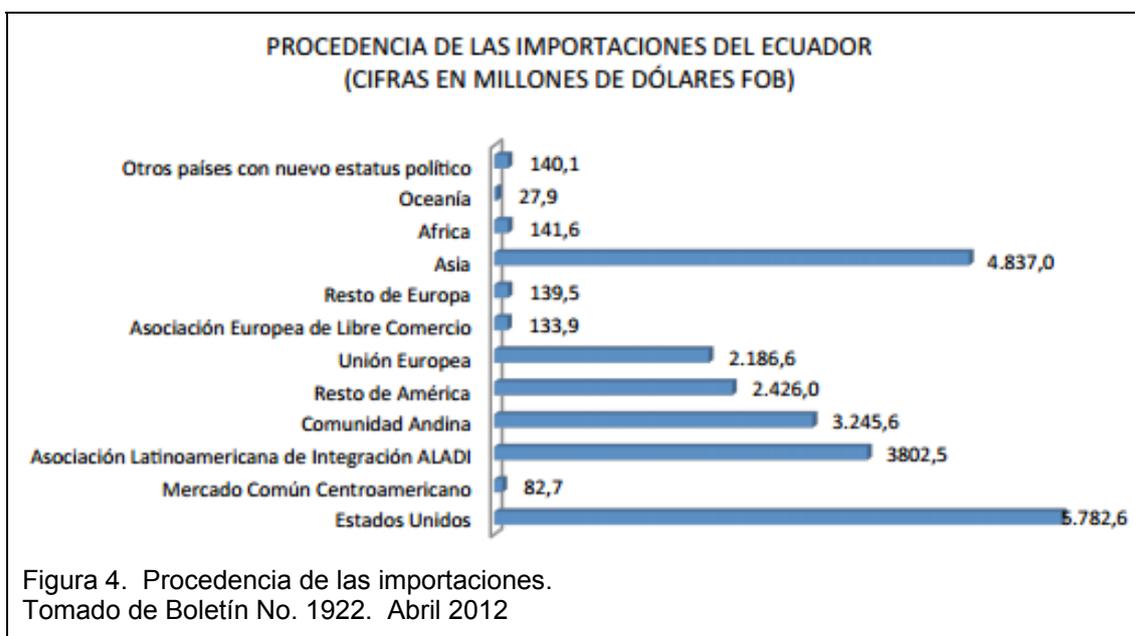
El comercio al por mayor es un destino económico importante en las importaciones que realiza el Ecuador, estos se dividen en duraderos y no duraderos.

El 53,39% de la estructura industrial se concentra en el comercio, existen de esta forma empresas grandes que acaparan gran parte del mercado. (Revista Líderes, 2011)



Dentro de la industria al por mayor de bienes de consumo, existe un incremento acelerado de las importaciones de bienes no duraderos, respecto al

año anterior (2010), pues se trata, en su gran mayoría, de bienes que no crean un efecto multiplicador de la economía, sino que sirven para satisfacer necesidades secundarias de los habitantes, determinando que se realice un gasto innecesario.



La figura muestra que el mayor flujo de importaciones proviene de Estados Unidos. El crecimiento de las importaciones procedentes de Asia es vertiginoso, especialmente de China, país del cual, en el año 2011, se importaron 2'129,8 millones de dólares, que representaron el 44% (casi la mitad) de las importaciones totales del referido continente. Luego se ubican, en su orden, las importaciones procedentes de la ALADI, Comunidad Andina, resto de América y la Unión Europea. Las importaciones de otras procedencias tienen menor volumen.

2.2 LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA

PA-CO COMERCIAL E INDUSTRIAL S.A.

SUPER PACO

www.superpaco.com

Tenemos todo lo que su empresa necesita y lo colocamos en cualquier parte del país, donde usted lo requiera. Somos un proveedor integral para la operación de su empresa.

Av. Colón E4-81 y 9 de Octubre - Norte – Quito

TUPPERWARE DEL ECUADOR TUPPERWARE CIA. LTDA.

TUPPERWARE

www.tupperware.com.ec

Empresa líder en venta directa que proporcione productos innovadores de alta calidad, desarrollo personal y oportunidades de ingreso competitivas en el mercado.

Galo Plaza Lasso N73-64 y Antonio Basantes - Calderón – Quito

HERMINIA SANCHEZ E HIJOS CIA. LTDA.

ALMACENES JIMÉNEZ

Juan Marchena Oe-54 y Ulloa , Edificio Santa Clara - Santa Clara - Quito

PROVEEDORA ECUATORIANA S.A. PROESA

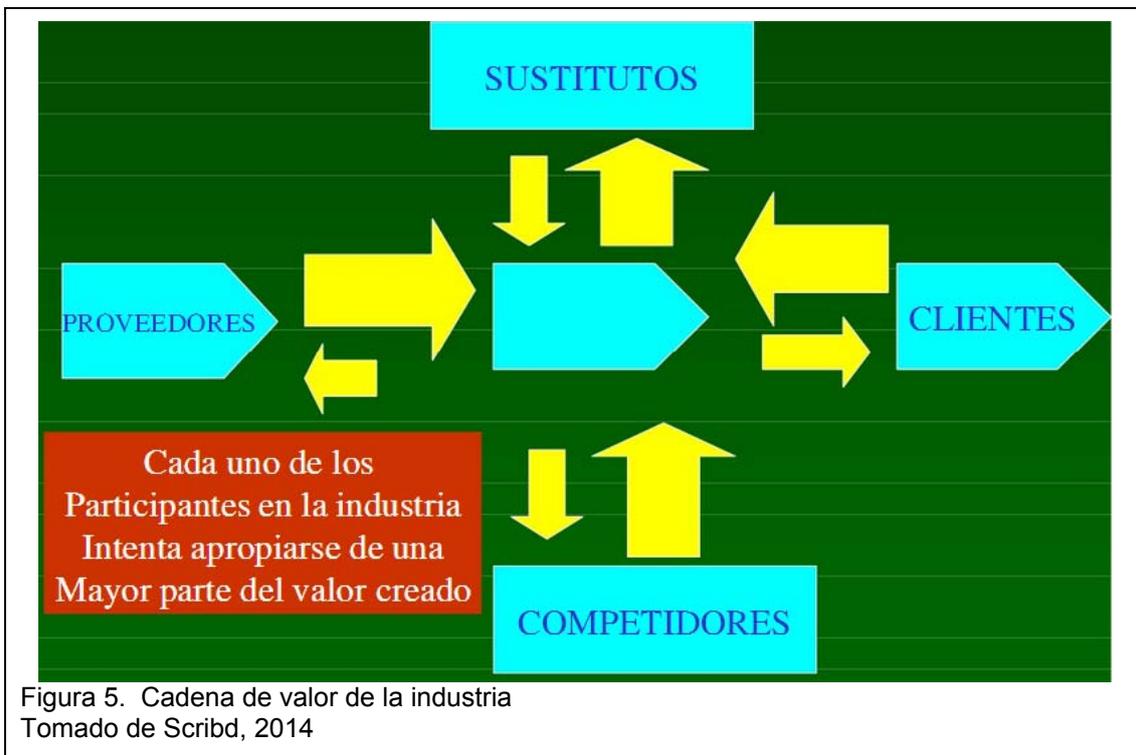
Chimborazo 705 y Pampite , Edificio La Esquina Pb - Cumbaya.

MARCIMEX S.A.

Antonio Borrero 13-45 Entre Vega Muñoz y Pío Bravo - Centro - Cuenca

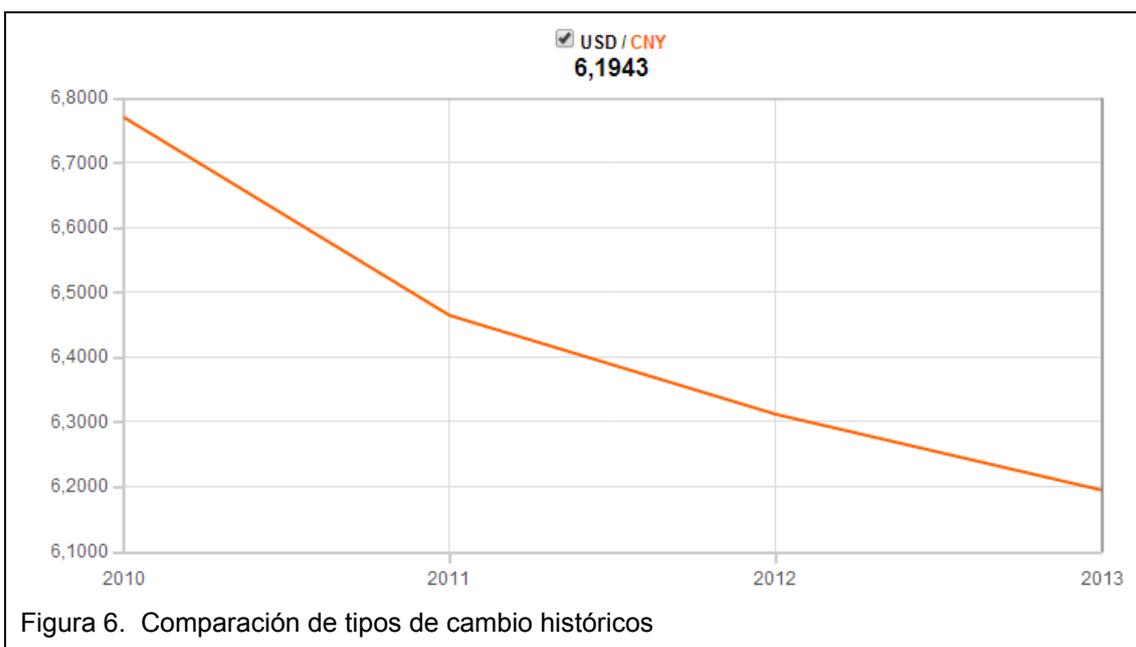
(07) 283-1991

2.2.1 Cadena de Valor



2.2.2 Factores económicos y regulatorios

Tipo de cambio

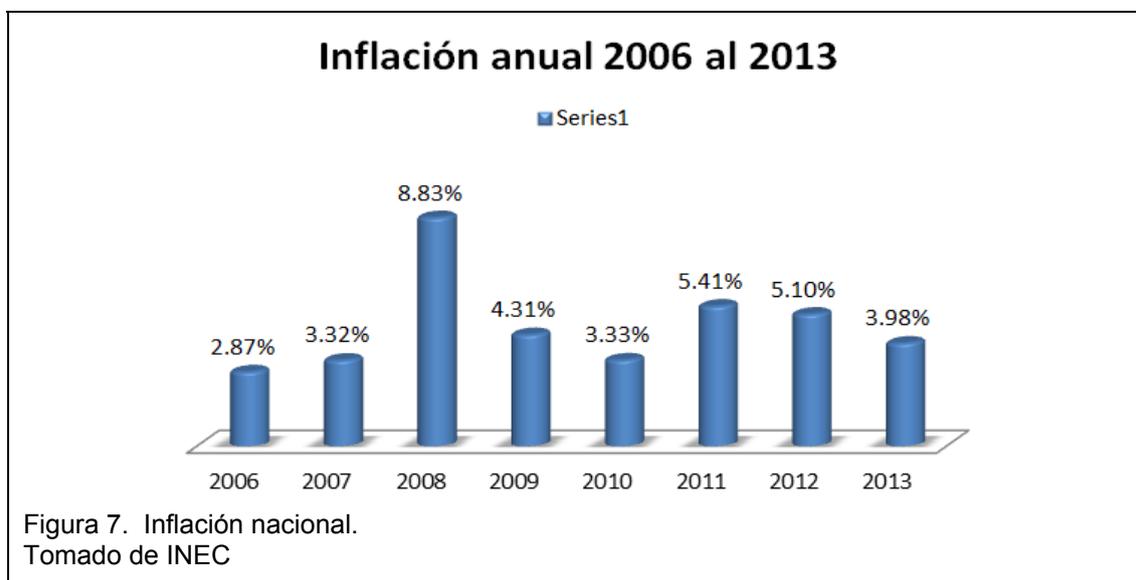


Como se observa en la figura el tipo de cambio a lo largo de los años ha ido descendiendo de 6,78900 Yuanes por Dólar en el 2010 a 6,2000 Yuanes por Dólar en el 2013.

Si bien existe una variación, esta no es representativa lo cual genera estabilidad de ambas monedas.

Inflación

La inflación se define como el aumento del índice general de precios de manera continua y la tasa de inflación es el porcentaje del aumento anual de un nivel general de precios. La tasa de inflación ha registrado niveles controlables y en los últimos años ha sido decreciente, hasta el año 2010 que cerró en 3,33%, pero para el año 2011 creció a 5,41%, mientras que en el 2012 fue de 5,10% al 2013 tiene una variación anual del 3,98%. Esto genera estabilidad en el país ya que los precios no tendrán una variación extrema. (BCE, 2013). Tabla de datos se encuentra en el Anexo 1.

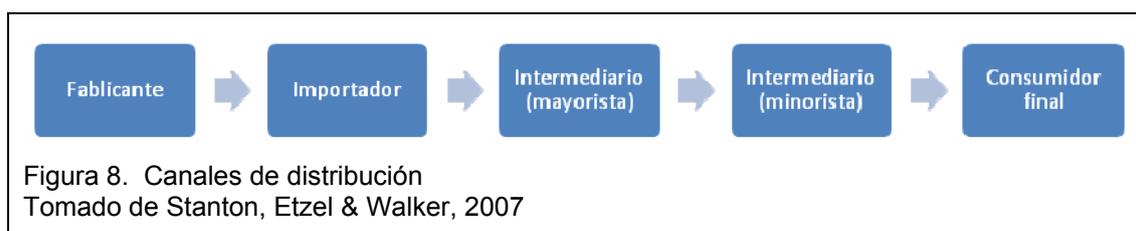


2.2.3 Canales de distribución

Los canales de distribución de acuerdo a Longenerker es el proceso por el que pasan un bien o producto para llegar al consumidor final. (Longenerker, 2012)

En el Ecuador existen una serie de empresas dedicadas a la distribución de productos de consumo masivo, que se encargan de distribuir el producto a consumidores permanentes, que tienen la infraestructura adecuada para poder poner los productos en las cantidades que requiere el consumidor; además, de realizar los cobros de forma eficiente y ordenada. Este es el canal más adecuado para la distribución de las hojas de afeitar, ya que por su volumen y peso, no requieren de mayor espacio, por lo que un distribuidor de varios productos llega con el mismo costo a sus destinatarios. Es por ello, que tanto la experta Gisselle Matiazzi, estilista e importadora de productos de consumo masivo y belleza; como el experto Walter Gonzáles, importador de productos de consumo masivo y cliente de hojas de afeitar, consideran óptima la utilización de distribuidores a nivel nacional.

Resumiendo la información antes mencionada dentro de la industria del comercio al por mayor el canal de distribución comúnmente utilizado es:



2.2.4 Las 5 fuerzas de Porter

La labor fundamental del estratega es comprender y hacer frente a la competencia. (Porter, 2009)

2.2.4.1 Nuevos participantes (barreras de entrada)

En cuanto a las barreras de entrada existentes en la industria, tiene una influencia media puesto que:

- Los proveedores extranjeros, establecen una serie de limitaciones a la información que proporcionan a quienes la requieren, la dosifican de conformidad con el interés y la importancia del posible comprador, más aun esa información es proporcionada en inglés o en la lengua materna lo que dificulta entablar un diálogo informativo para determinar características y condiciones del producto, sus variantes y costos, por lo que contactar a un productor extranjero requiere de un nivel de conocimientos no accesibles en términos generales en el Ecuador.
- Las empresas productoras, establecen diferentes estándares de calidad del producto, por ello es necesario realizar una verificación en sitio de la calidad del producto a importar, a fin de evitar que se cambien los parámetros o que estos no sean los realmente requeridos. Esto obliga a realizar una verificación personalmente o requerir los servicios de una empresa especializada en el lugar de origen para que realice el trabajo; la dificultad es encontrar la verificadora que no esté ligada a la productora, puesto que existe siempre ese riesgo.
- Introducir una nueva marca, enfrenta la dificultad de que los distribuidores tengan una y habría que desplazarla, para ello hay que establecer una política de alianzas e incentivos, que hagan más atractivo el nuevo producto; esto incluye gastos en publicidad, promoción, incentivos a los distribuidores y mejores ventajas para el consumidor, para que se vean tentados a cambiar de marca.
- Generar lealtad con una nueva marca significa asegurar una imagen corporativa y un registro de marca avalado por el (IEPI), y además

garantizar calidad del producto, un amplio stock y redes de distribución, confiables y eficientes.

2.2.4.2 Amenaza de los sustitutos (y complementos)

- El principal producto sustituto que tiene influencia directa sobre las hojas de afeitar son las maquinas de afeitar, estos aparatos eléctricos cumplen una función muy parecida, con la diferencia de que no dejan la barba tan al ras como la hoja de afeitar, pero que además por requerimientos de salud, deberían ser esterilizadas después de cada uso, como lo son las tijeras y las peinillas, sin embargo las hojas de afeitar por su bajo costo son desechables lo cual asegura una mejor higiene.
- Las afeitadoras manuales con mango son un sustituto directo de las hojas de afeitar ya que cumplen la misma función y son desechables, sin embargo debido al tipo de material y a su elaboración, tiene un costo más elevado.
- Después de analizar los posibles sustitutos de las hojas de afeitar, este tiene un impacto medio ya que dichos sustitutos tienen un costo mayor al de las hojas de afeitar.

2.2.4.3 Poder de negociación de los compradores

- Al existir una gran oferta y variedad de hojas de afeitar en el mercado el poder de negociación de los compradores es alto ya que ellos puede elegir de acuerdo a su conveniencia.

2.2.4.4 Poder de negociación de los proveedores

- Al ser un producto importado de Asia existe una amplia variedad de proveedores, lo cual permite tener un alto nivel de negociación, sin

embargo, existen cantidades mínimas de pedidos por lo cual es conveniente adquirir grandes cantidades para obtener un buen precio.

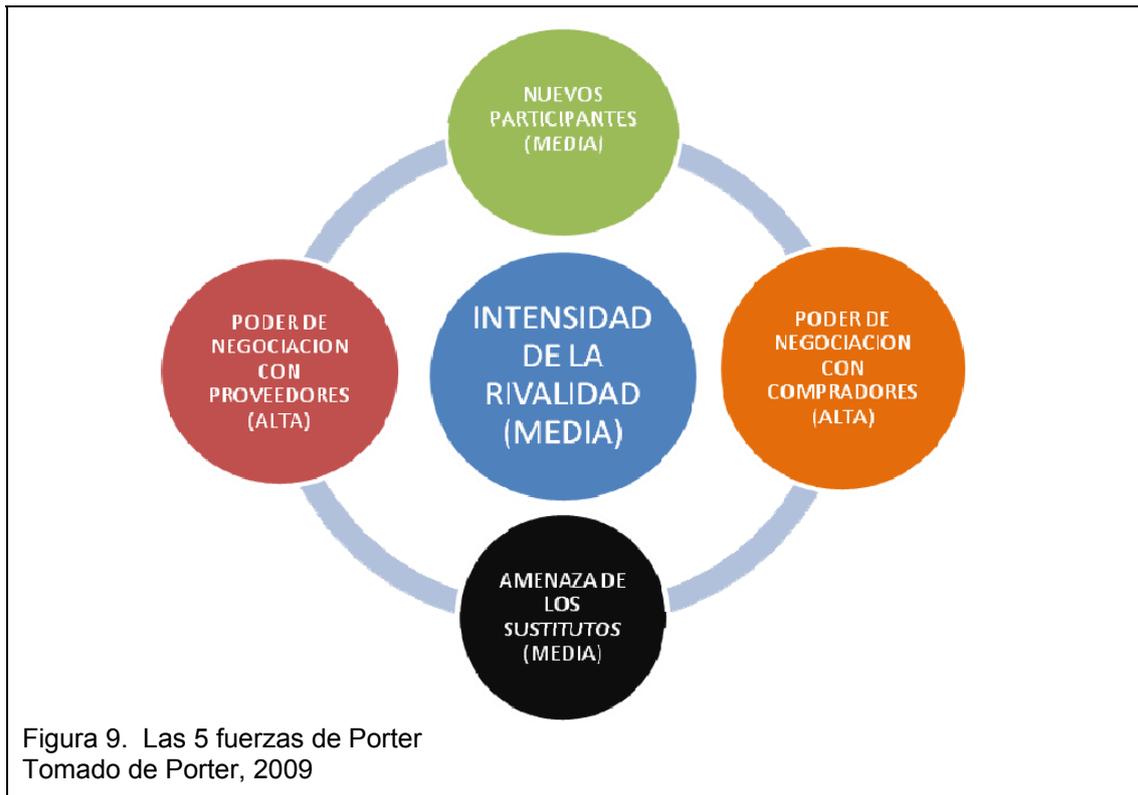
- El principal proveedor es una empresa Asiática dedicada a la fabricación de hojas de afeitar, motivo por el cual se negocia un precio fijo y una cantidad mínima.
- En caso de superar la cantidad mínima de pedido, es posible negociar un nuevo precio, lo cual nos va a generar un mayor porcentaje de utilidad.

2.2.4.5 Intensidad de la rivalidad

- Hoy en día en la industria del comercio al por mayor de hojas de afeitar existen 2 competidores principales, Gillette y Astra, los cuales captan un alto porcentaje del mercado ecuatoriano. Existe un porcentaje de la sociedad ecuatoriana que se encuentra desabastecida de este producto de consumo masivo, motivo por el cual se ve una alta oportunidad de crecimiento dentro de esta industria, lo cual tiene una influencia media.

Ponderación final

- De acuerdo al análisis del entorno de Porter, se tiene como resultado un atractivo medio dentro de la industria con un valor de 3,17. (Ver Anexo 2 y figura 9)



2.3 LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO

2.3.1 La idea y el modelo de negocio

La idea del negocio responde a la demanda que tiene la industria del comercio al por mayor de hojas de afeitar en Ecuador, ya que existe un monopolio debido a que son 3 marcas las que dominan el mercado lo que incide en elevados e injustificados costos volviéndolos casi inaccesibles, motivo por el cual se justifica la distribución de hojas de afeitar con marca propia, las cuales estén elaboradas con la mejor calidad y tengan un precio accesible y competitivo en el mercado.

2.3.1.1 Estructura legal de la empresa

El Nombre de la empresa será Importadora Maldonado, se importa hojas de afeitar bajo la marca de SUPER SHARP, que es una marca propia de la compañía.

Se trabajará bajo la modalidad de compañía limitada la cual es una sociedad mercantil que tiene como misión la realización de uno o más actos de comercio, y que se encuentra compuesta por un número limitado de socios, cuyo capital se encuentra repartido en acciones de igual valor. (Superintendencia de compañías, 2012) (Ver Anexo 3)

2.3.2 Misión, Visión y Objetivos

La misión según David, en una empresa es la declaración de su propósito, en función de la cual debe dirigir la gerencia su planificación. (David, 2010, p. 45)

2.3.2.1 Misión

Ofrecer un producto que cumpla con todos los estándares de calidad a un precio accesible, satisfaciendo la necesidad de abastecimiento de hojas de afeitar desechables en Ecuador.

2.3.2.2 Visión

Para el año 2019 ser una empresa importadora líder, estar posicionada en el mercado ofreciendo productos de alta calidad a bajo costo, generando fuentes de trabajo y siendo responsables con la comunidad.

2.3.2.3 Objetivos

Tabla 1. Objetivos

	Corto	Mediano	Largo
Económicos	Llegar a un punto de equilibrio de 88.459,36	Obtener tasa interna de retorno del 30% al final de los 5 años.	Vender un mínimo de 20% de la mercadería al contado.
	Generar un nivel de ventas del 65% de la mercadería	Generar un crecimiento de ventas anuales del 10%	Generar ventas anuales de \$24.086,38
	Generar ganancias de \$24.958,84 a los inversionistas.	Mantener o aumentar las ganancias de los inversionistas.	Generar ganancias de \$49.275,72 a los inversionistas.
Estratégicos	Posicionar la marca en el mercado Ecuatoriano en los primeros 2 años	Generar lealtad de marca del mercado Ecuatoriano hasta el cuarto año	Para el quinto año generar fidelidad ante la marca y asumir un liderazgo en el mercado
	Capacitar al personal 6 veces al año	Mantener un nivel de rotación de personal de un máximo del 10%	Mantener un nivel de rotación de personal de un máximo del 5%
	Realizar un manual en un máximo de 6 meses de control de cumplimiento de tareas	Implementar el manual de control de cumplimiento de tareas en un máximo de un año	Lograr eficiencia en la aplicación del manual de control de cumplimiento de tareas

2.4 EL PRODUCTO Y SERVICIO

Las hojas de afeitar son un producto único en el mercado ya que vienen divididas en la mitad, lo cual genera un valor agregado para los peluqueros que las usan, ya que es una hoja de afeitar desechable; es importante que el filo de la hoja dure el tiempo suficiente para realizar una afeitada completa de tal forma que las hojas de afeitar Super Sharp serán sometidas a rigurosos controles de calidad, para de esta forma asegurar que todo funcione de forma precisa.

2.5 ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO

De acuerdo a la matriz EFI y EFE del libro de administración estratégica de Fred David (2008) obtuvo que la estrategia de penetración de ingreso al mercado de encuentra en el quinto cuadrante, lo cual indica que la empresa necesita estrategias intensivas, las cuales son:

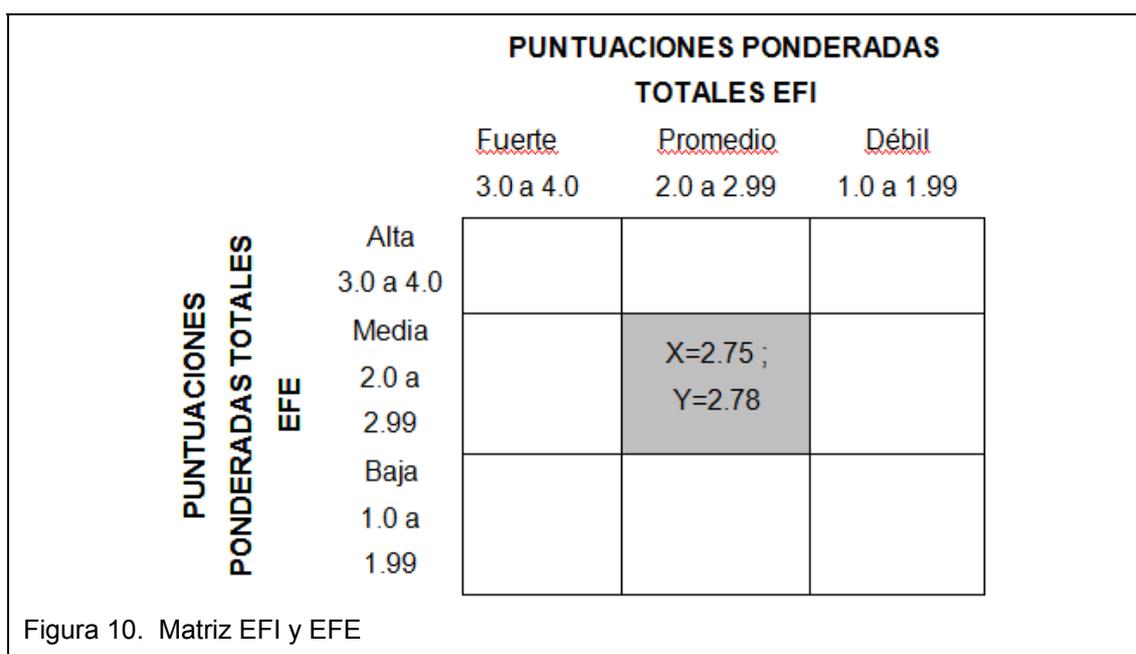
- Penetración de mercado
- Desarrollo de mercado
- Desarrollo de producto. (David, 2008, p. 122)

Tabla 2. Matriz EFI

	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES PONDERADAS
FORTALEZAS			
Funcionarios con estudios en negocios internacionales.	0,08	3	0,24
Alta calidad	0,05	3	0,15
Información privilegiada de proveedores Chinos.	0,14	4	0,56
Negocio familiar, Ahorro de costos.	0,07	2	0,14
Recursos para realizar la importación.	0,22	4	0,88
Buen precio de compra.	0,08	3	0,24
DEBILIDADES			
Falta de experiencia en el sector laboral.	0,18	1	0,18
Es una marca nueva en el país.	0,12	2	0,24
Falta de Infraestructura.	0,06	2	0,12
TOTALES	1		2,75

Tabla 3. Matriz EFE

	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	PUNTUACIONES PONDERADAS
OPORTUNIDADES			
Gran cantidad de tiendas a nivel nacional.	0,12	2	0,24
Gran cantidad de peluquerías a nivel nacional.	0,11	3	0,33
Solo 2 competidores conocidos.	0,08	1	0,08
Mercado versátil.	0,09	3	0,27
No se requiere de un alto poder adquisitivo.	0,16	4	0,64
AMENAZAS			
Fuertes impuestos a las importaciones	0,15	4	0,6
5% de impuesto a la salida de divisas	0,09	2	0,18
Gillette y Astra son nuestros principales competidores.	0,08	1	0,08
Los costos del producto no son tan elevados como para modificar la balanza de pagos.	0,12	3	0,36
TOTALES	1		2,78



2.6 ANÁLISIS FODA

Tabla 4. FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funcionarios con estudios en negocios internacionales. • Información privilegiada de proveedores Chinos. • Recursos para realizar la importación. • Buen precio de compra. • Negocio familiar, Ahorro de costos. • Controles de calidad en origen y destino. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gran cantidad de tiendas a nivel nacional. • Gran cantidad de peluquerías a nivel nacional. • Solo 2 competidores conocidos. • Mercado versátil. • No se requiere de un alto poder adquisitivo. • Producto masivo.
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el sector laboral. • Es una marca nueva en el país. • Falta de Infraestructura. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fuertes impuestos a las importaciones • 5% de impuesto a la salida de divisas • Gillette y Astra son nuestros principales competidores. • Los costos del producto no son tan elevados como para modificar la balanza de pagos.

3 CAPITULO III: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS

3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El capítulo contiene la investigación del consumidor y del mercado, características y tendencias del mismo.

3.1.1 Planteamiento del problema

3.1.1.1 Problema de Investigación

Analizar la aceptación de los salones de belleza sobre la introducción de una nueva marca de hojas de afeitar al Ecuador.

3.1.1.2 Problema Gerencial

¿Existe la posibilidad de ingresar una nueva marca de hojas de afeitar al Ecuador?

3.1.1.3 Problema de Investigación de Mercado

No existe información del consumidor: perfil, hábitos de compra, papeles de compra y del mercado: precio publicidad, competencia, proveedores.

3.1.1.4 Objetivo de la investigación

Evaluar las preferencias de los salones de belleza al utilizar hojas de afeitar.

3.1.1.5 Hipótesis de la investigación

Es posible comercializar una nueva marca de hojas de afeitar en el mercado de comercio al por mayor.

3.1.1.6 Necesidades de la Información

Tabla 5. Tabla de preguntas, hipótesis y objetivo de la investigación de mercados

PREGUNTAS	HIPÓTESIS	OBJETIVOS
¿La demanda de hojas de afeitar está satisfecha en la ciudad de Quito?	La demanda de hojas de afeitar no está satisfecha.	Determinar la posibilidad de captar parte del mercado de hojas de afeitar en la ciudad de Quito.
¿Cuáles son los motivos de compra de los consumidores?	Los clientes buscan calidad y precio.	Determinar los motivos de compra de los consumidores.
¿Qué tan factible es introducir una nueva marca de hojas de afeitar en el mercado?	Es factible introducir una nueva marca de hojas de afeitar en el mercado.	Crear una empresa que introduzca una nueva marca de hojas de afeitar en el mercado.
¿Qué tan factible es utilizar las cadenas de distribución ya existentes, para distribuir una nueva marca de hojas de afeitar en el Ecuador?	Es factible utilizar las cadenas de distribución ya existentes para distribuir una nueva marca de hojas de afeitar en el Ecuador.	Determinar la factibilidad de la utilización de las cadenas de distribución desplazando los acuerdos existentes con las marcas actuales.
¿Qué tan importante es la imagen del empaque de un producto nuevo?	La imagen es importante sobre todo en productos de belleza	Diseñar un empaque que genere seguridad y confianza.
¿Los precios de las hojas de afeitar en el mercado Quiteño son razonables?	Los precios de las hojas de afeitar no son razonables en el mercado Quiteño.	Crear una estrategia de precios que facilite la introducción del producto en el mercado y genere una competitividad positiva.
¿Cuál es la demanda utilizada del mercado en productos de consumo masivo?	Hay espacios para que nuevas marcas ingresen al mercado de consumo masivo Ecuatoriano	Determinar la demanda de productos de producto masivo

Por medio de fuentes primarias y secundarias se realizará una investigación al detalle del comportamiento de los salones de belleza.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes primarias:

Las fuentes primarias de información son aquellas que nos proporcionan datos de forma directa de primera mano y son:

- Expertos en salas de belleza, peluquería y cosmetología.
- Focus Groups con clientes, estilistas, asesores de imagen, distribuidores de productos de consumo masivo.
- Encuestas a personal de diferentes niveles en peluquerías, salas de belleza y de cosmetología.

Fuentes secundarias:

Son aquellas fuentes que han pasado un proceso previo de recopilación y análisis. Esta investigación se apoyó en la consecución de la información del Banco Central del Ecuador, INEC, Superintendencia de Compañías, etc.

Diseño de la Investigación de Mercados

La investigación de mercados se hará con investigación descriptiva cualitativa (grupo de enfoque y entrevista con expertos). Y la investigación descriptiva cuantitativa a través de encuestas. (Malhotra, 2008, pp. 40-41)

3.1.2 Investigación Descriptiva Cualitativa

3.1.2.1 Expertos

Definición:

Personas que se han especializado en un área del conocimiento. Para el plan de negocios aplican profesionales en belleza y peluquería, con conocimiento y prestigio

Metodología:

Se realiza una entrevista a la experta Giselle Matiazzi y al señor Walter González con una duración de 20 minutos y 17 minutos respectivamente. El cuestionario y la entrevista en detalle se pueden ver en el Anexo 4

Resultados:

- El producto hojas de afeitar debe venir partida a fin de que facilite la utilización.
- Se abarata costos al utilizar las 2 hojas de afeitar sin riesgo de cortes al maniobrar.
- La imagen del logo y marca debe ser llamativa y atractiva en la presentación de empaque envoltura y producto que genere tranquilidad y confianza.
- El producto hojas de afeitar debe llevar ventaja comparativa de calidad precio.
- El producto justifica una inversión en marketing para introducirlo al mercado con mayores ganancias para el distribuidor.

- Si cumple con los estándares de calidad requeridos en Ecuador, lo cual facilitará su importación.

Conclusiones:

- Se debe realizar un plan de marketing.
- Hay oportunidad de negocio debido a que hay calidad y precio.
- La presentación de producto es agradable y genera confianza.
- El precio debe ser bajo ya que los salones de belleza son muy sensibles.
- Las hojas de afeitar deben venir partidas a la mitad, debido a que se facilita el trabajo y minimizan el riesgo de un corte.
- Debe emprender el negocio una empresa importadora constituida, a fin de garantizar que la procedencia tenga todos los parámetros legales y de calidad requeridos.

3.1.2.2 Grupo de enfoque

Definición:

Tipo de técnica de estudio empleada en las ciencias sociales y en trabajos comerciales, que permite conocer, estudiar las opiniones y actitudes de un público determinado. (Malhotra, 2008, p. 145)

Con la finalidad de obtener resultados certeros se realizará dos grupos de enfoque los cuales se detallan en el Anexo 5.

Metodología:

Se llevarán a cabo 2 grupos de enfoque, se realizará una investigación cualitativa con el siguiente grupo heterogéneo.

Grupo 1

Lenin Miranda:	Cliente de peluquería
Andres Velasco:	Cliente de peluquería
Flor María:	Estilista profesional
Karla Moscoso:	Asistente de estilista profesional
Carlos Rios:	Importador de productos de consumo masivo y de belleza
Iván Maldonado:	Distribuidor y comisionista de productos de consumo masivo.
Rodrigo Maldonado:	Moderador
Leandro Maldonado:	Camarógrafo
Eliana Da Silva:	Asistente

Con estos grupos se abordará la valoración de una nueva hoja de afeitar, para lo cual se desarrollará un panel en el cual les será presentada la hoja de afeitar, y se realizará una prueba demostrativa para evaluar los gustos, preferencias, demanda, alternativas y factibilidad del uso de una nueva hojas de afeitar en la ciudad de Quito con una duración de 30 minutos.

Resultados

- El grupo focal tiene una sensibilidad al precio en las hojas de afeitar.
- La calidad del producto es algo esencial para todos los participantes del grupo focal ya que al ser un producto utilizado en la piel se corre riesgos de cortes e infecciones.

- Es fundamental tener un logo en el empaque del producto para que los clientes lo puedan reconocer y recomprar,
- Es importante que el empaque del producto sea lo suficientemente atractivo para las estilistas y así generar mayor confianza al usuario.
- Se busca llegar con buenos canales de distribución para que no exista escases del producto.
- Se debe traer partidas a la mitad las hojas de afeitar para minimizar el riesgo de un corte.

3.2 MERCADO RELEVANTE Y CLIENTE POTENCIAL

3.2.1 Mercado objetivo

De acuerdo a las encuestas realizadas en la investigación de mercados, el mercado objetivo al cual está enfocado el plan de negocios es a peluquerías ubicadas en la ciudad de Quito, puesto que si bien en cierto que el canal de distribución estará enfocado en entregar el producto a los mayoristas, serán las peluquerías quienes finalmente compren el producto, motivo por el cual serán los consumidores finales.

Las peluquerías y estéticas consumen en promedio 200 hojas de afeitar mensuales cada una, esto se debe a que utilizan media hoja de afeitar con cada cliente. Normalmente los estilistas o peluqueros adquieren sus hojas de afeitar en tiendas, minoristas y mayoristas, por el cual es importante llegar a los mayoristas para que de esta forma el producto sea conocido de mejor forma y se venda de forma eficiente.

Existen academias de belleza que ofertan estudios desde cursos intensivos de 6 meses, 1 año, año y medio hasta 3 años que es el grado de técnico en cosmetología, asesoría de imagen, etc. También la capacitación del Municipio

de Quito, Consejo Provincial de Pichincha, Centros de Salud, etc., propenden a dar capacitaciones de corta duración a fin de lograr emprendimientos.

3.2.2 Segmentación de Mercado

El mercado objetivo al que nos dirigimos, se ha realizado el cálculo de la encuesta efectuada, a lo que obtenemos:

Tabla 6. Tamaño del mercado.

Perfil del consumidor	Peluquerías ciudad de Quito
El 76% tienen un nivel básico,	1940
El 58% trabaja más de 3 años en el ramo,	1482
El 82% son mujeres	2096
Cuyo 32% oscila entre los 32 y 40 años	818

El mercado al que va dirigido es a salas de belleza y peluquerías de estrato medio y medio bajo. Puesto que este es un producto de consumo masivo, la segmentación de mercado va dirigida a las peluquerías de clase baja, media y alta que ejerzan su profesión en la ciudad de Quito y que tengan una cantidad mayor a 100 clientes mensuales.

3.2.2.1 Segmentación geográfica

La segmentación geográfica es en la ciudad de Quito puesto que es la capital de Ecuador y uno de los principales centros económicos del país, además de ser la segunda ciudad con mayor cantidad de habitantes, lo cual es importante para el negocio ya que debido a que se trabaja con un producto de consumo masivo es necesario apuntar a grandes cantidades de personas. (Kotler, 2008)

3.2.2.2 Segmentación psicográfica

Siendo Quito una ciudad muy tradicional, las peluquerías y estéticas siguen utilizando los medios tradicionales para realizar un corte de cabello, por este

motivo la necesidad de adquirir hojas de afeitar para la utilización de cada corte.

3.3 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA CUANTITATIVA

3.3.1 Encuestas

Definición:

La encuesta es parte de la investigación de mercados donde permita obtener datos de información de un mercado determinado, por medio de preguntas abiertas y cerradas, permite al investigador tener resultados concluyentes. (Malhotra, 2008, p. 183).

Metodología

Encuestas personales a peluquerías y lugares de estilismo de la ciudad de Quito. Contiene 90 respuestas.

3.3.2 Población

La población determinada son los salones de belleza, las peluquerías y cosmetologías de la ciudad de Quito.

Tabla 7. Peluquerías y Salones de Belleza.

Ciudad	Rama	Cantidad
QUITO	BELLEZA	2283
QUITO	BELLEZA Y COSMETOLOGÍA	1
QUITO	COSMETOLOGÍA	62
QUITO	PELUQUERÍA	206
Es un total de 2552		

Adaptado de Junta de la Defensa del Artesano

3.3.3 Cálculo de la muestra

Para el cálculo del número de personas que conforman la muestra representativa se puede utilizar la siguiente fórmula (Galindo, 2008):

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 * p(1-p)}{E^2}$$

Ecuación 1

Donde:

n = tamaño de la muestra

Z $\alpha/2$ = valor para el nivel de confianza

p = parte conocida

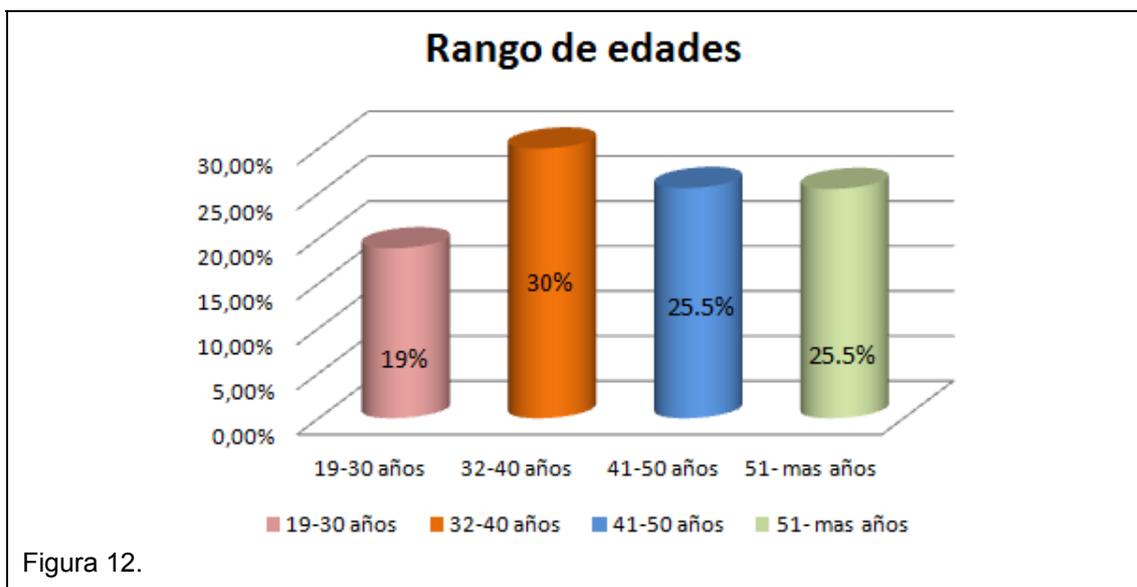
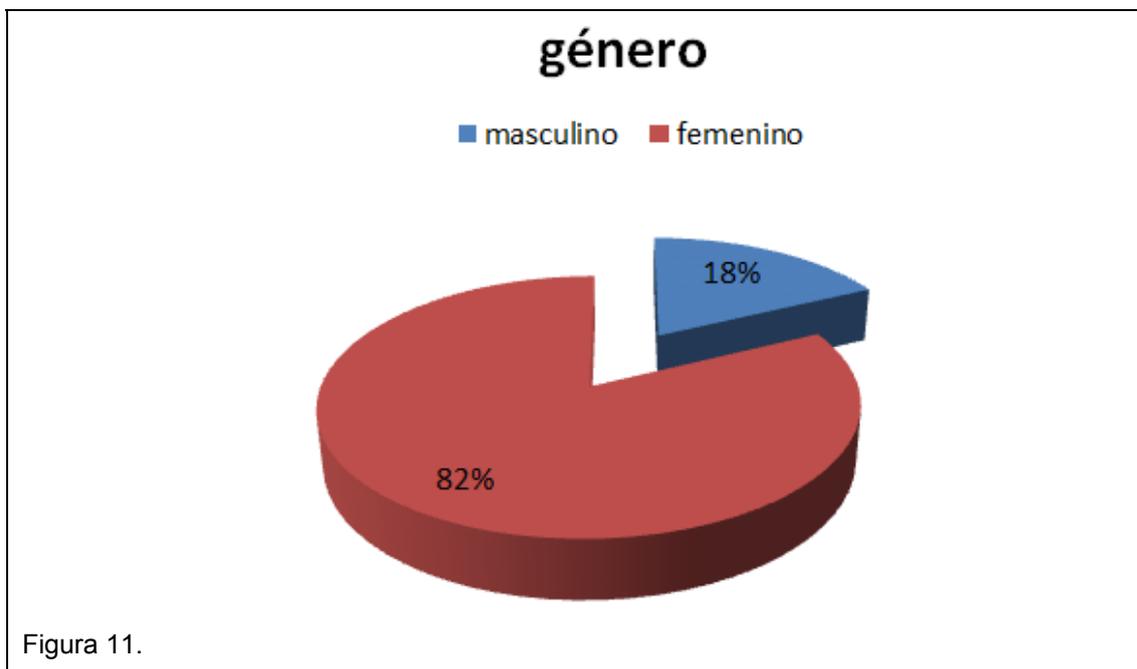
E = error

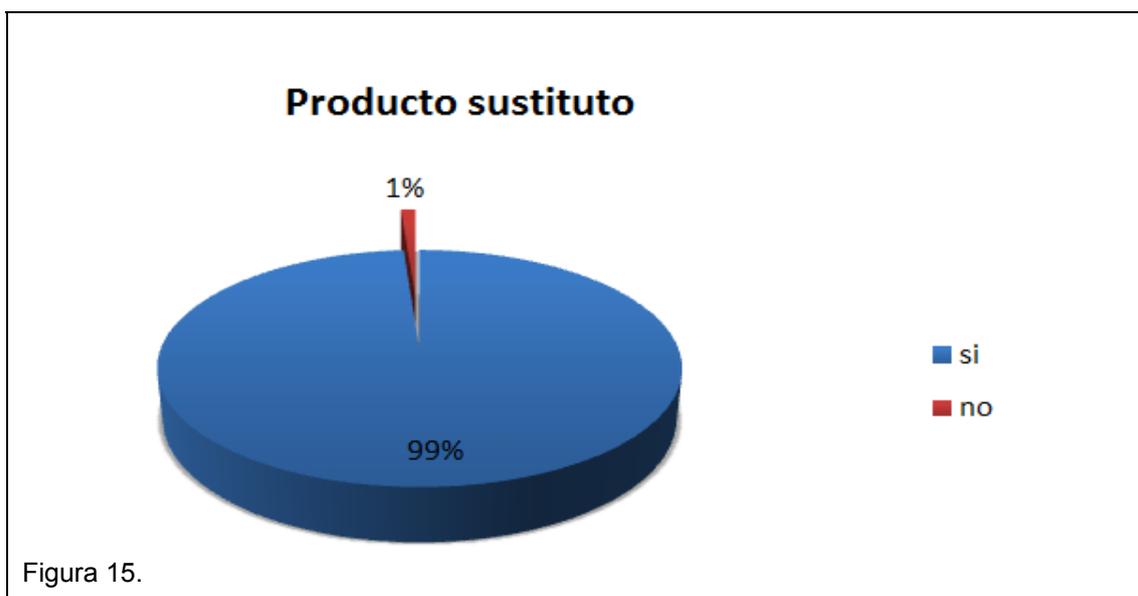
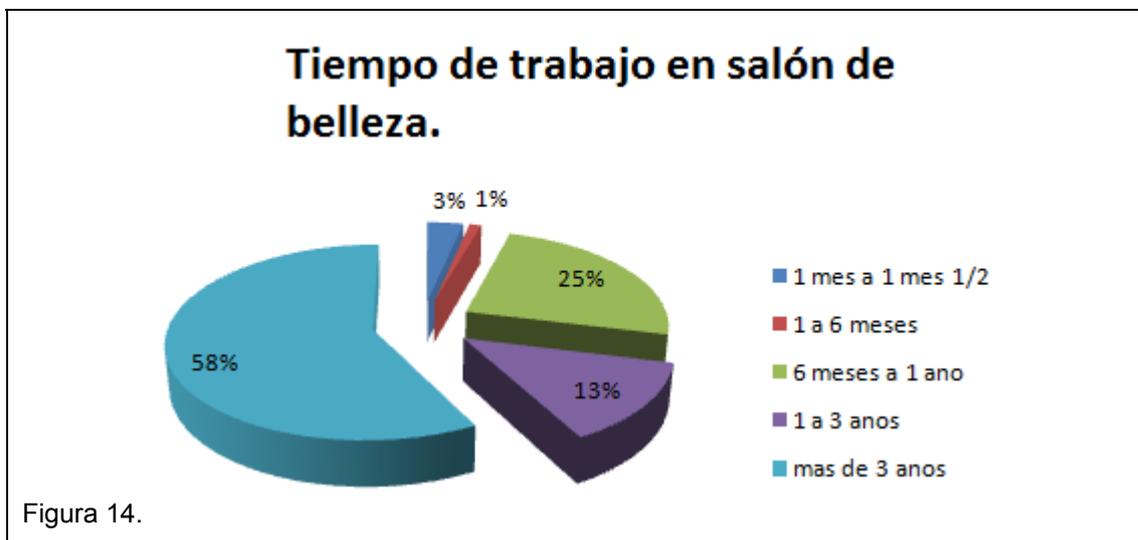
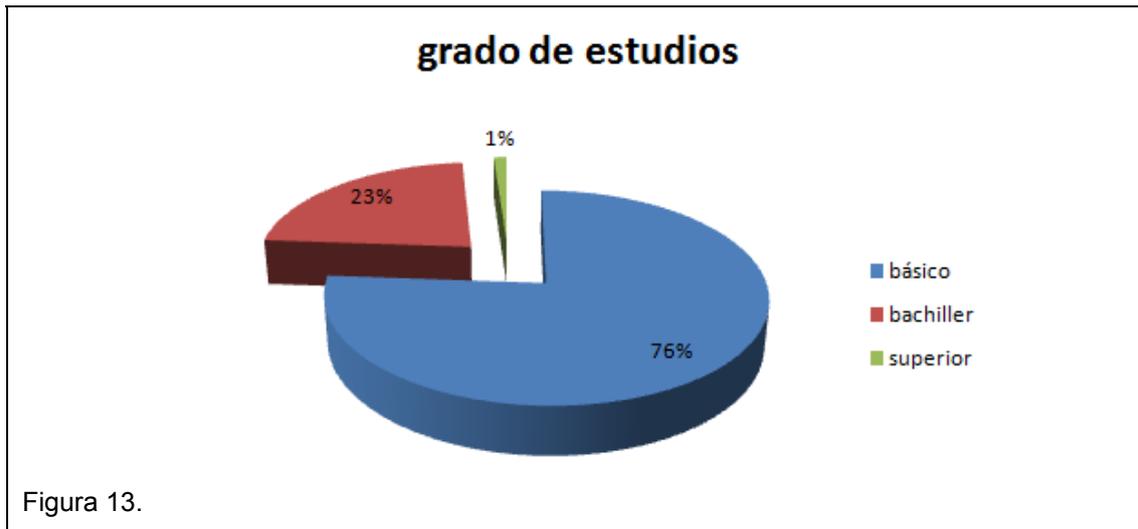
Población es N=	2552
Probabilidad de éxito:	0.50
Probabilidad de fracaso:	0.50
Coefficiente de confianza=	95%
Constante:	1.96
Margen de error:	5%

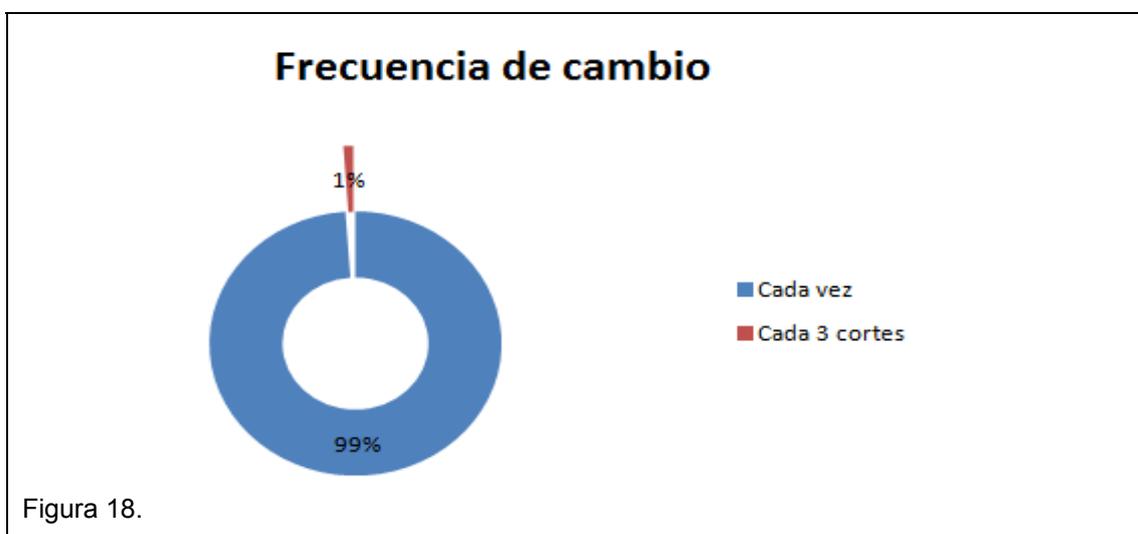
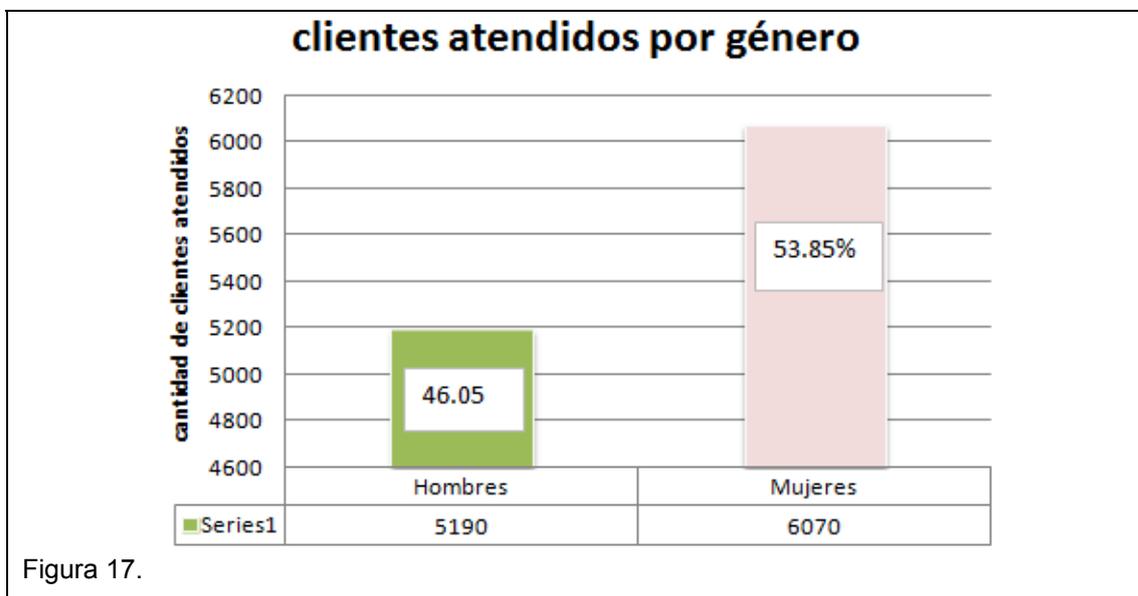
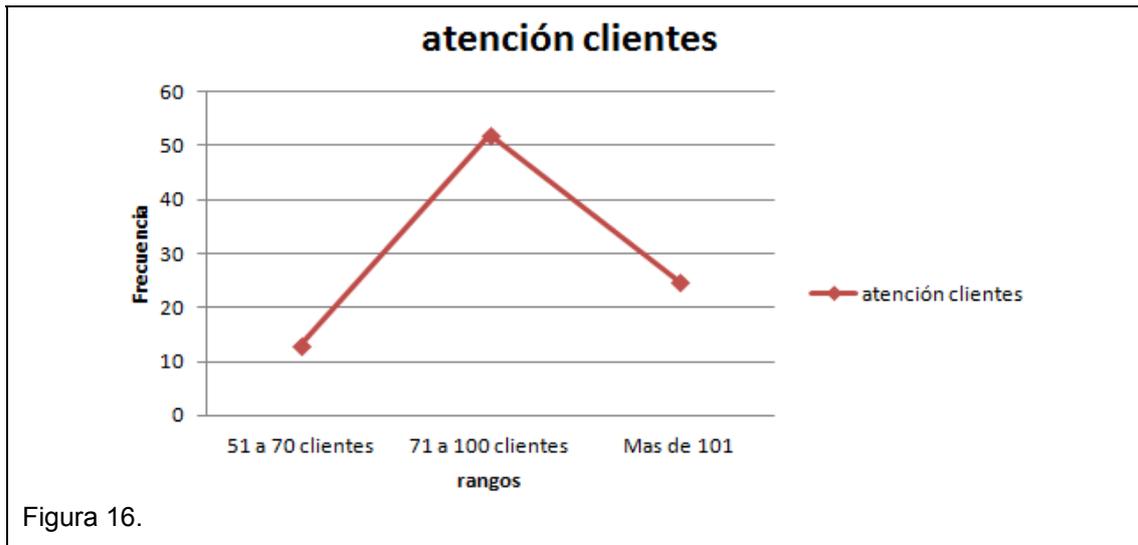
Muestra= 90 peluquerías

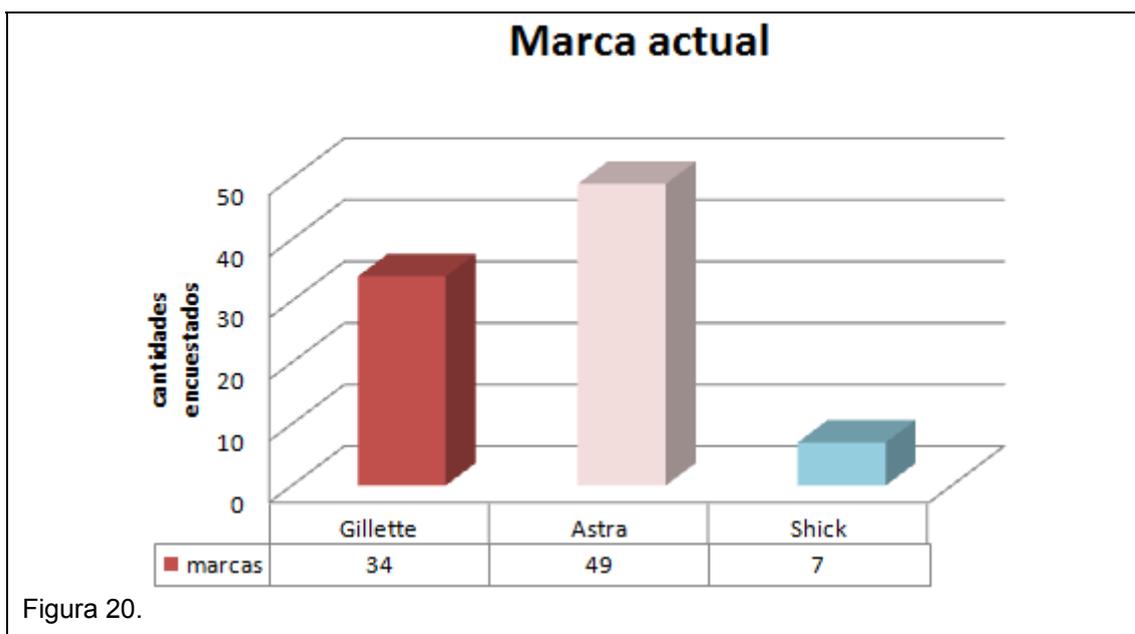
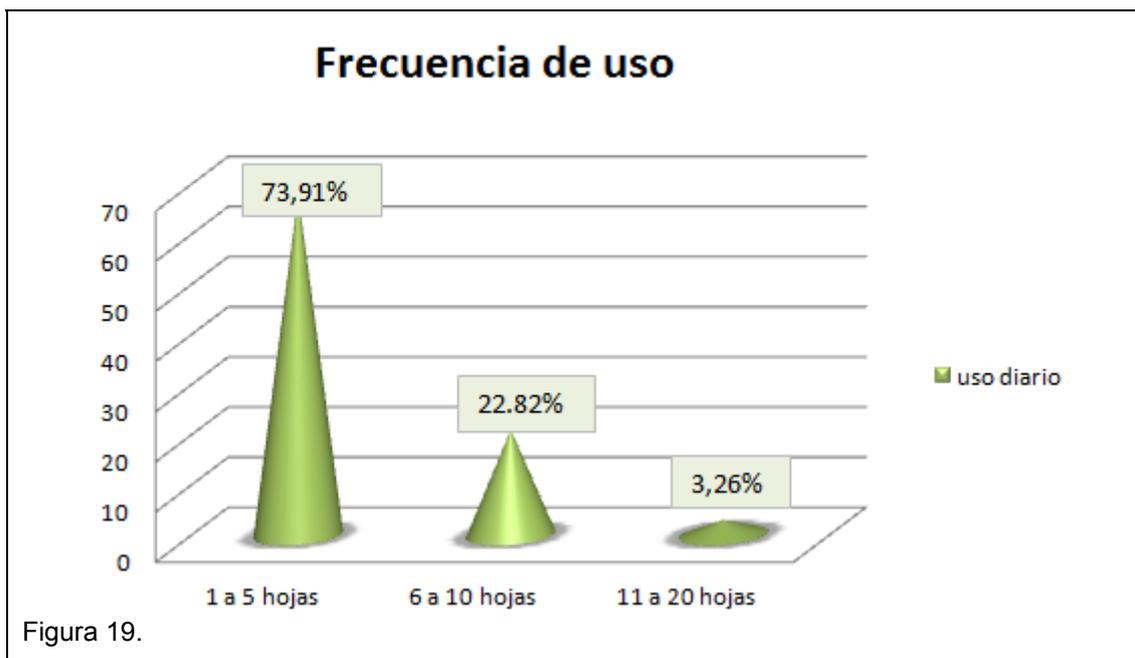
Las encuestas serán realizadas a 90 peluquerías por medio de un cuestionario detalladas en el Anexo 6.

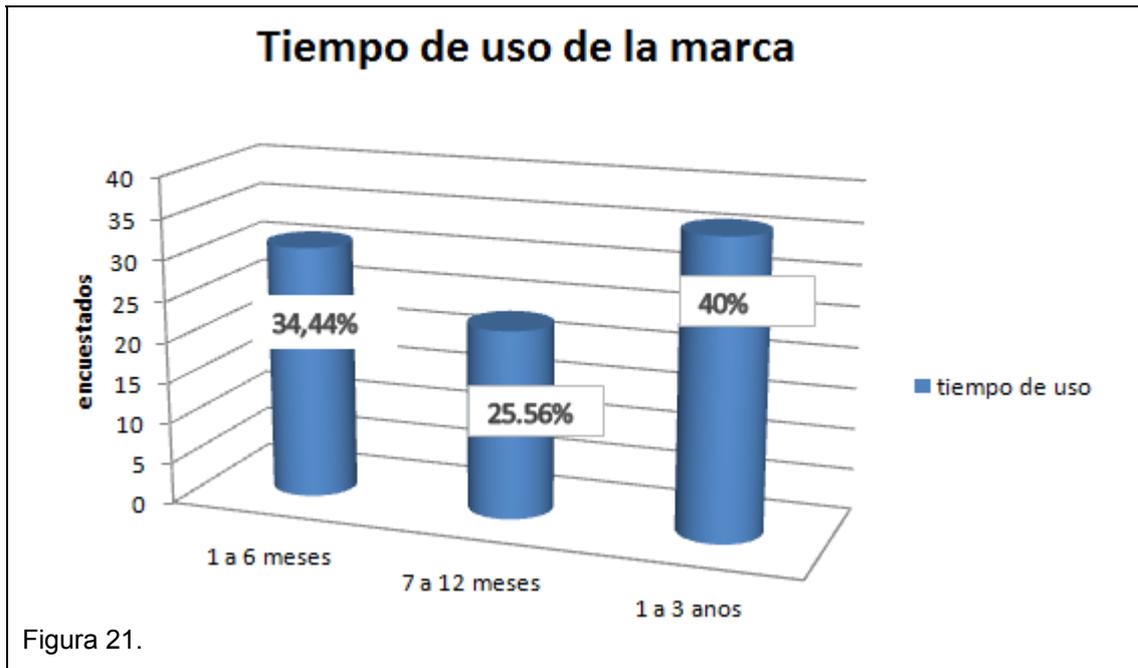
3.3.4 Resultados

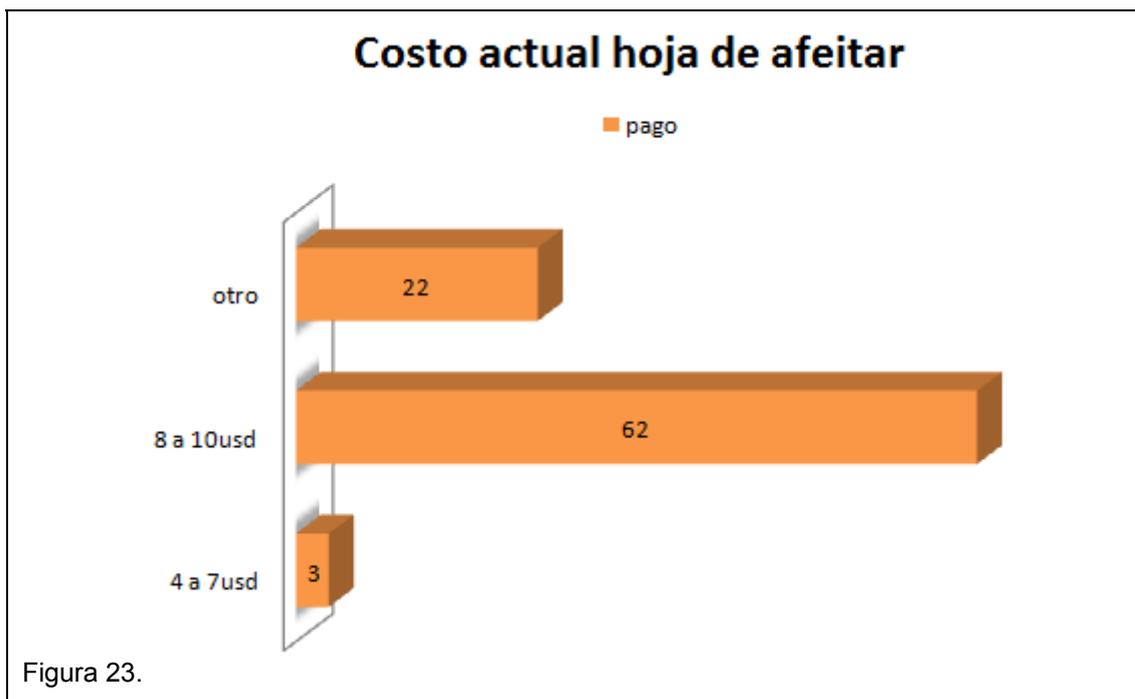


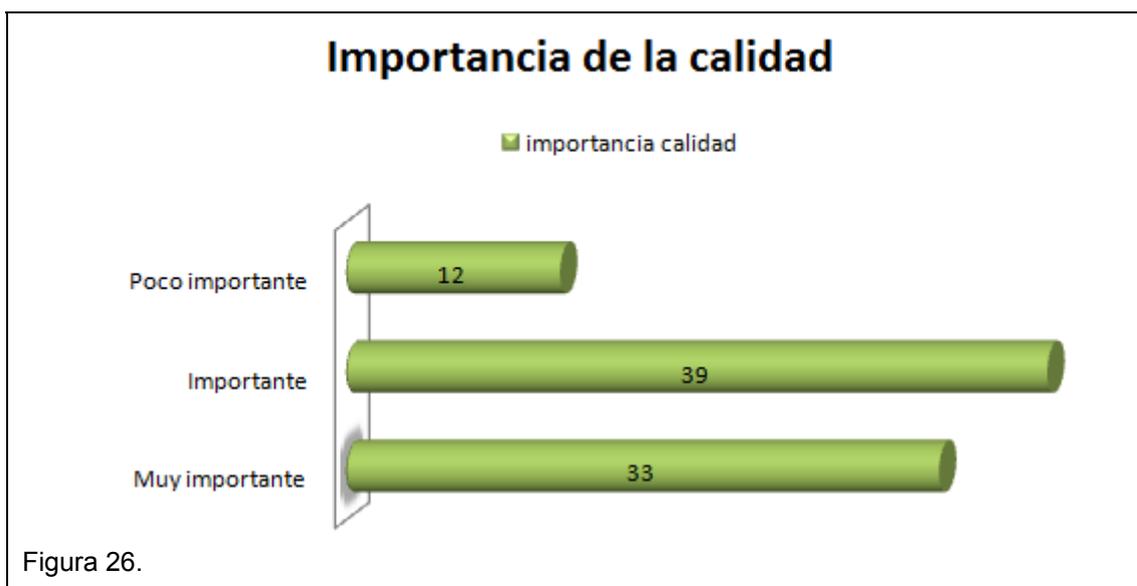
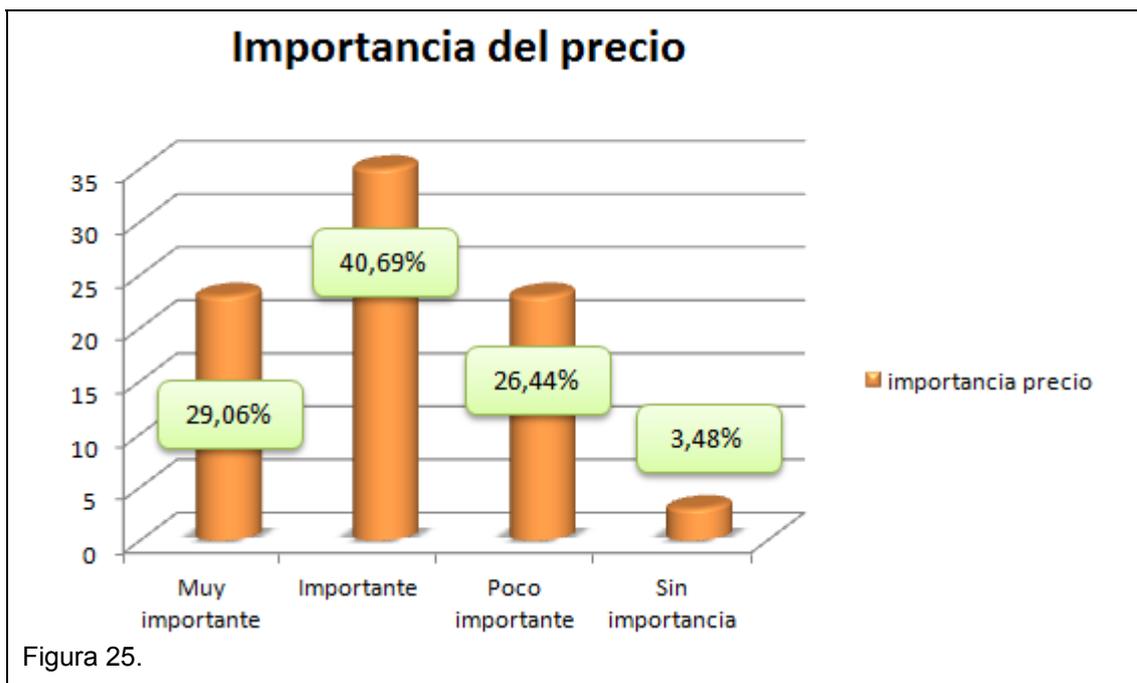












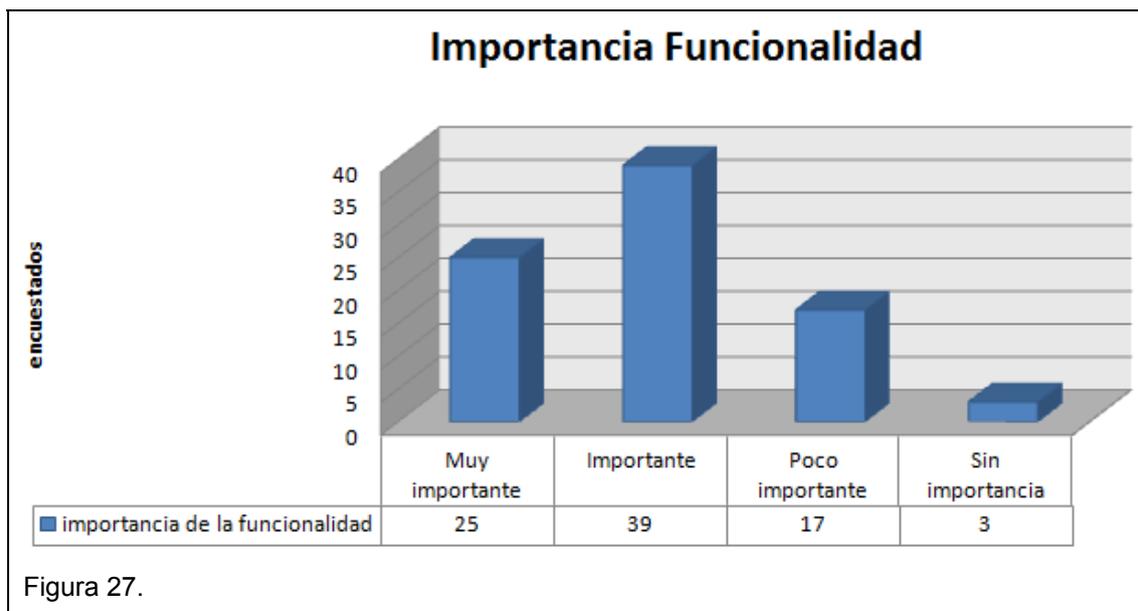


Figura 27.

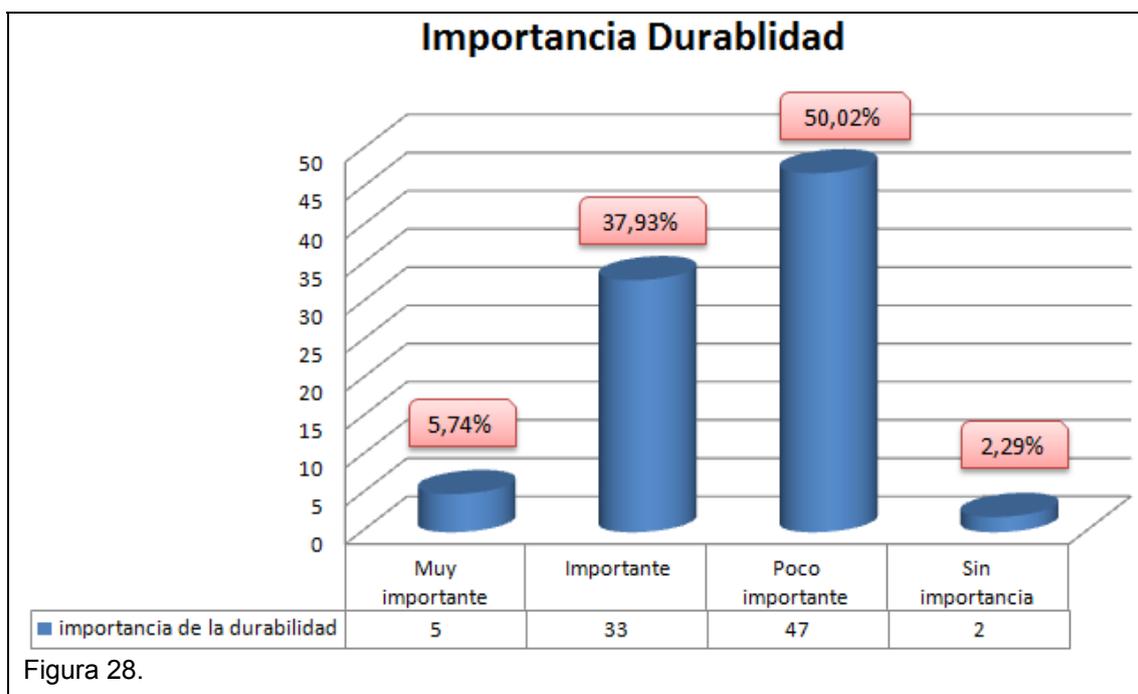
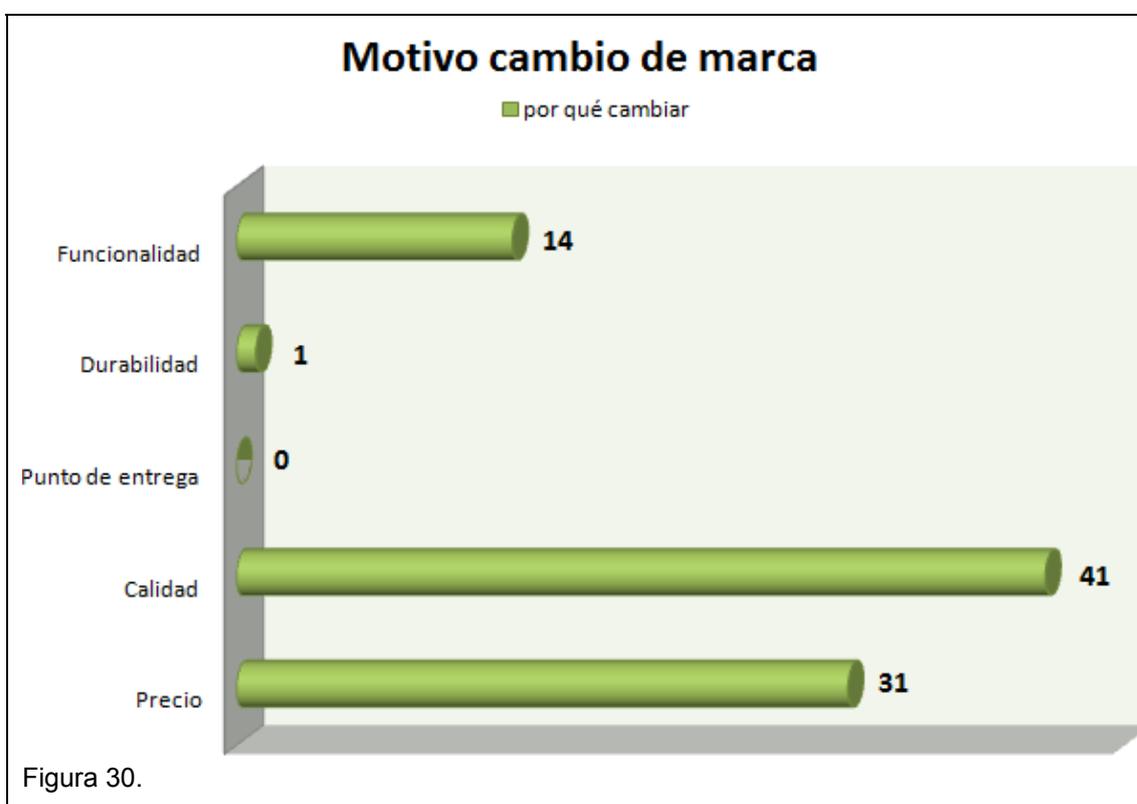


Figura 28.





3.4 TAMAÑO DEL MERCADO Y TENDENCIAS

3.4.1 Demanda

Una vez identificada la segmentación del mercado, se debe calcular la demanda potencial. Esto es el número de personas que potencialmente estarían dispuestos a adquirir el nuevo producto. Adicionalmente se debe calcular el potencial de ventas tanto en unidades como en dólares correspondiente al mercado objetivo identificado.

Esta identificación del mercado objetivo es importante para realizar posteriormente el pronóstico de ventas, el cálculo de producción y costeo.

3.5 LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS

3.5.1 Competencia

1. **Gillette.-** Es una empresa que tiene una alta participación en el mercado, maneja una estrategia de diferenciación y no se preocupa por la competencia, ya que prioriza la calidad de sus productos y los vende a un precio mayor; esta empresa es líder en muchos productos a nivel nacional,

pero su fuerte son las rasuradoras con mango, las cuales tienen un precio mucho mayor y son utilizadas por las personas en general, mientras que las hojas de afeitar son utilizadas únicamente por peluqueros y estilistas.

2. **Astra.**- Es el líder en el mercado, no solo en la ciudad de Quito sino también a nivel nacional, su estrategia es llegar a los mayoristas con un precio un tanto más bajo que Gillette, pero con mucha menos calidad, asegurándose de esta forma un mercado medio- medio el cual prioriza precio antes que calidad.
3. **Shick.**- Es una de las marcas que menos porcentaje de ventas tiene en lo que se refiere a hojas de afeitar, ya que su calidad es bastante mala y su precio es similar a la competencia. Su estrategia se basa en mantener precios bajos y llegar a segmentos bajos de la población.

Como productos sustitutos tenemos las rasuradoras automáticas, estas han ganado terreno en los últimos años, pero ya que Quito es un mercado bastante tradicionalista, no ha logrado ingresar de la mejor forma a dicho mercado.

3.6 PARTICIPACIÓN DE MERCADOS Y VENTAS DE LA INDUSTRIA

La Industria de comercio al por mayor y menor se ve privilegiada con un alza constante, que en el 2012 llegó a un 9.6%, lo cual genera entusiasmo a la hora de traer este tipo de productos.

Hay varias razones por la cual este producto tendrá una buena aceptación, entre ellos se detalla los más importantes:

La competencia se centra en 3 principales actores, los cuales se han acostumbrado a mantener un monopolio del mercado elevando sus precios de forma desproporcional y obligando a los consumidores a sacrificarse para poder adquirirlo debido a la importancia que tienen para su trabajo diario.

Debido a que es un producto que tiene un costo unitario muy bajo y su éxito depende de su cantidad de venta y rotación, las empresas que actualmente importan este producto prefieren dedicarse a otros productos dejando por momentos desabastecido a ciertos sectores, lo cual genera una importante oportunidad para abastecerlas de forma eficiente y eficaz.

El valor agregado que presenta la hoja de afeitar SUPER SHARP es nuevo en el mercado, motivo por el cual será pionero generando fidelidad y aceptación en poco tiempo.

Se pretende lograr un nivel de ventas de 26 cajas mensuales lo que equivale a un total de \$24.086,38 dólares mensuales.

3.7 EVALUACIÓN DEL MERCADO DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

Es necesario recordar que el estudio de mercados no es solamente un proceso previo al lanzamiento de nuevos productos, sino también sirve para recolectar información durante la implementación y posteriores etapas del ciclo de vida del producto con el fin de utilizar esta información para la toma de decisiones con respecto al producto, la marca y la empresa.

3.8 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

La investigación de mercados y de la industria, se puede determinar que existe una demanda desatendida en la industria del comercio al por mayor al referirnos a hojas de afeitar en los salones de belleza, lo cual genera una oportunidad de negocio para ingresar al mercado de productos de consumo masivo, con hojas de afeitar de buena calidad a un precio competitivo.

Se percibe que con un crecimiento sostenido de la industria, llegando en el 2012 al 9,2% se cuenta con la tranquilidad de ingresar en esta industria.

Se analiza también que el 89% de los entrevistados estarían gustosos de probar una nueva marca de hojas de afeitar puesto que la calidad y el precio son sus mayores preocupaciones, esta nueva empresa podría ingresar al mercado de forma exitosa.

Después de realizar las encuestas, entrevistas y a los grupos focales con expertos, se logra apreciar una aceptación hacia las hojas de afeitar SUPER SHARP, donde la relación calidad - precio resulta atractiva para los consumidores.

Los salones de belleza en Quito priorizan el precio frente a la calidad o la durabilidad, motivo por el cual es importante realizar un buen análisis para que la marca sea competitiva en el mercado.

Los canales de distribución por el que pasa el producto es ventajoso ya que existe una logística ya armada en el país que se dedica a la distribución de productos de consumo masivo.

Las hojas de afeitar Super Sharp son únicas en el mercado ya que vienen partidas en la mitad, esto genera seguridad en el corte y minimiza la posibilidad de accidentes con la cuchilla.

De acuerdo a la matriz EFI y EFE indica que existe la posibilidad de entrar al mercado de productos de consumo masivo utilizando técnicas de penetración de mercado, desarrollo de mercado y desarrollo de producto.

4 CAPÍTULO IV: PLAN DE MARKETING

Introducción

En este capítulo se elaborará un plan para posesionar las hojas de afeitar en el mercado Ecuatoriano iniciando en la ciudad de Quito.

4.1 ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING

Con base a la segmentación de mercados se busca definir estrategias para el negocio de importación y distribución de hojas de afeitar, a través de un plan de marketing iniciando en la ciudad de Quito.

De acuerdo a Kotler la estrategia de introducción al mercado de hojas de afeitar será una estrategia de precios ya que en un análisis previo se determina la sensibilidad de los usuarios al precio. (Kotler, 2008)

El objetivo principal de la creación del plan de marketing es generar una relación afectiva a largo plazo entre la empresa y los mayoristas, para entregar un buen producto a los salones de belleza, generando así un sentimiento que motive a los mayoristas a adquirir constantemente las hojas de afeitar. (Kotler, 2008)

Para crear la estrategia de mercadeo a continuación se detallan las actividades a seguir, para obtener un posicionamiento importante en la mente de los clientes y ser competitivo en el mercado.

4.2 POLÍTICA DE PRECIOS

Se estima alcanzar metas promedio de 26 cartones mensuales, el costo de cada cartón es de \$224 dólares FOB, ver proforma en Anexo 7.

Se busca un margen de utilidad de un 20% al 30%, por lo cual se calcula un precio de venta de \$926,00 dólares por cartón.

Tabla 8. Precios de venta acordes con el análisis financiero

CARTÓN HOJAS DE AFEITAR	COSTO	PRECIOS DE VENTA
CARTÓN		
100 cajas de 100 unidades por cartón.	\$ 456,08	\$ 926,00

Se utilizará una estrategia de penetración en la cual se atraerá a los clientes de la competencia entregándoles un buen producto a un menor precio. (Eumed.net).

En la investigación cuantitativa se obtuvo que las principales características al tomar la decisión de compra de una hoja de afeitar es la calidad, facilidades de uso y el precio del producto.

El precio también considerará los gastos de lanzamiento del producto y la publicidad que se utilizará para posicionar la marca en el mercado cuyo presupuesto se elaborará en el plan financiero cap 9.

4.3 TÁCTICA DE VENTAS

La fuerza de ventas será a través de 1 vendedor y un promotor, los cuales saldrán a visitar a los diferentes distribuidores ofreciendo el producto y entregándoles una asesoramiento efectivo. (Matiazzi, 2013)

El vendedor debe conocer sobre motivos de compra y tácticas de venta para de forma efectiva cerrar las ventas con los distribuidores, mientras que el promotor se encargará de la promoción del producto, ayudando a mejorar las ventas.

Tabla 9. Perfil de personal de ventas

VENTAS	
<p>Función:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efectivizar la venta de cajas de hojas de afeitar entre los distribuidores al por mayor. <p>Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 5 años en empresas de consumo masivo, de distribución o similares • Bachiller y/o Instrucción superior en el área comercial, marketing o similares. • Requiere de capacidad para trabajar en equipo y a presión. • Poder cubrir plazos y cuotas fijas de venta. 	<p>Función:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de productos en bodega • Ordenamiento de los productos en perchas, • Apertura de kardex y mantenimiento del mismo. • Entrega de productos a clientes. • Liquidaciones parciales y totales para reposición. • Pedidos oportunos para reposición de activos. <p>Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: 2 años en cargos similares • Formación Secundaria en contabilidad y manejo de cardes.

4.4 POLÍTICA DE SERVICIO AL CLIENTE

El personal recibirá capacitación de ventas por parte de la administración. Adicionalmente la promotora instruirá a las vendedoras sobre los comportamientos generales de atención al cliente. El servicio post venta estará a cargo del vendedor.

Para generar una mejora continua en el servicio al cliente y con la finalidad de dar garantía al producto, se realizará un proceso que permita a los salones de belleza dar una retroalimentación del producto.

4.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

4.5.1 Publicidad

SUPER SHARP manejará un plan anual de publicidad que será elaborado para alcanzar un objetivo específico de mercadeo. En el primer año, período de apertura, se buscará posicionar la marca enfatizando los factores diferenciadores que la hoja de afeitar ofrece, para así fidelizar a los clientes buscando la recompra y recomendación del producto.

Los medio utilizados para la comunicación serán:

- Medios Masivos

Promotores que ofrezcan el producto y lo hagan conocido explicaciones técnicas por parte de los vendedores y promotores entrega de panfletos y visitas a salones de belleza para motivar la compra.

El presupuesto de medios masivos se detallará en el capítulo financiero. Las cotizaciones se pueden observar en el anexo 7.

4.5.2 Promoción de ventas

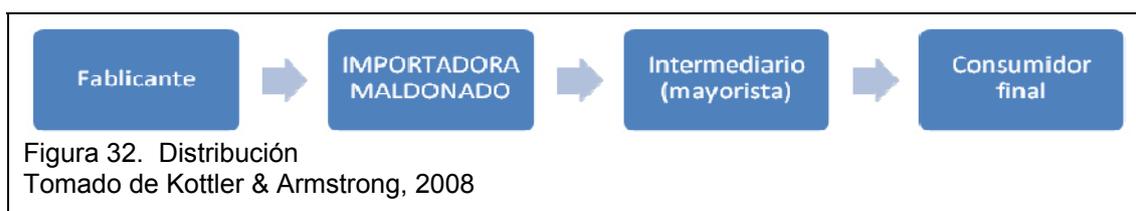
Con la finalidad de incrementar las ventas SUPER SHARP realizará promociones, por medio de actividades como:

- 10% de descuento en pagos al contado.
- Crédito de hasta 30 días.
- Visitas de promotores para motivar las ventas tanto en los puntos de distribución como en los salones de belleza.

Se contratará un sistema operativo llamado Highrise para dar un mejor servicio a los clientes.

4.6 DISTRIBUCIÓN

La empresa SUPER SHARP manejará el canal de distribución a través de intermediarios, es decir, se trabajará mediante mayoristas y minoristas para llegar al consumidor final. La cadena de distribución inicia con el fabricante del producto el mismo que se encuentra en el continente asiático, Importadora Maldonado estará encargada del proceso de importación para después vender el productos a los mayoristas, quienes atenderán al cliente y usuario de las hojas de afeitar, los cuales realizarán visitas en los puntos de venta. (Kottler & Armstrong, 2008, p. 302)



4.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

Para la proyección de las ventas tanto en unidades como en valores se han tomado en cuenta los siguientes supuestos:

- 1) La proyección de ventas se realizará: a 5 años, a precios constantes, en 3 escenarios, (optimista, normal y pesimista) y en dólares americanos
- 2) El escenario normal.- se realizará con un descuento del 7,8%, que es el promedio ponderado por regresión lineal del PIB de la industria.
- 3) Escenario optimista.- se realizará con un 9,2% que es uno de los picos más altos del PIB de la industria.

- 4) Escenario pesimista.- se realizará con un 3,8% que es uno de los picos más bajos del PIB de la industria.

Tabla 10. Escenarios

PROYECCIÓN DE VENTAS NÚMERO DE CAJAS						
BASE	2014	2015	2016	2017	2018	
OPTIMISTA	175	188	203	219	236	254
NORMAL	152	164	177	190	205	221
PESIMISTA	129	139	150	162	174	188

PROYECCIÓN DE VENTAS VALOR						
BASE	2014	2015	2016	2017	2018	
OPTIMISTA	157781,3	172297,2	188148,6	205458,2	224360,4	245001,5
NORMAL	137201,2	148808,2	166529,4	186361,3	208552,3	233390,5
PESIMISTA	116621,0	121052,6	125652,6	130427,4	135383,6	140528,2

Tabla 11. Tasa de crecimiento anual

SUPER SHARP
PRESUPUESTO DE VENTAS
AÑOS 2014 - 2018
VALORADO EN USD \$

VENTAS AL CONTADO					
	2014	2015	2016	2017	2018
PRECIO	833,40	865,49	898,81	933,41	969,35
CANTIDAD	33	36	38	41	44
TOTAL VENTAS	27.502,20	30.777,37	34.442,57	38.544,26	43.134,40
	22.001,76				
	33.002,64				
VENTAS A CRÉDITO					
	2014	2015	2016	2017	2018
PRECIO	926,00	961,65	998,67	1.037,12	1.077,05
CANTIDAD	131	141	152	164	177
TOTAL VENTAS	121.306,00	135.752,04	151.918,43	170.010,03	190.256,11
TOTAL CANTIDAD	164	177	190	205	221
TOTAL VENTAS	148.808,20	166.529,41	186.361,00	208.554,28	233.390,51

5 CAPÍTULO V: PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

5.1 ESTRATEGIA DE OPERACIONES

Importadora Maldonado con la finalidad de mantener un manejo eficiente y eficaz de sus importaciones y ventas al por mayor realizará una estrategia de operaciones detalladas a continuación:

Características técnicas y funcionales.

Esta hoja de afeitar se compone de acero quirúrgico y acero al carbono, su mezcla genera una hoja de afeitar desechable óptima para cortar el cabello sin causar irritación ni dolor, generando así una sensación agradable a la hora al realizar el corte.

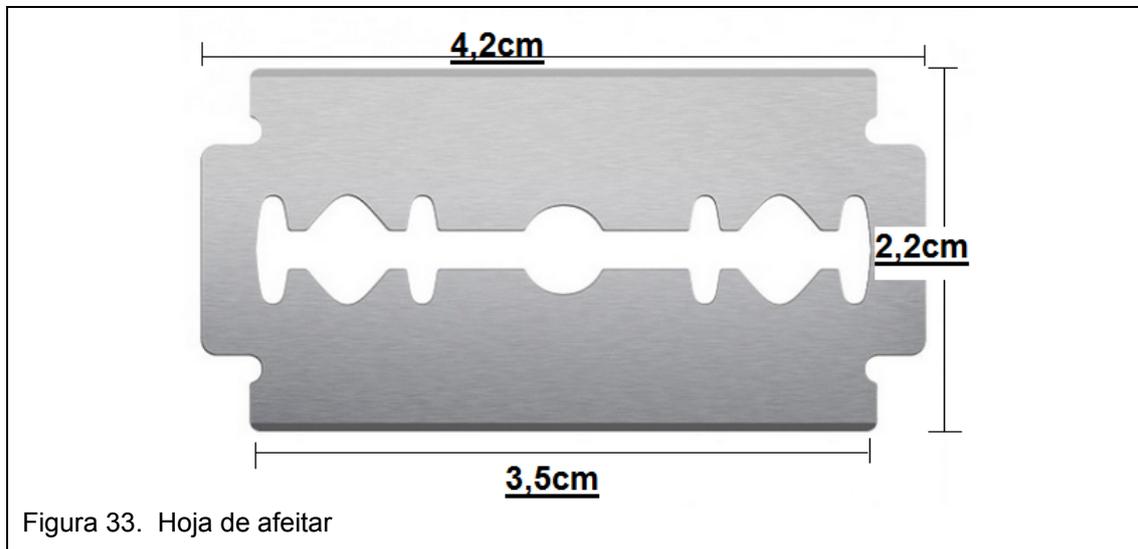
Para la elaboración de una hoja de afeitar se utilizan 2 componentes, el acero al carbono y el acero inoxidable:

Acero al carbono: es el tipo de acero más común por su eficacia para el afeitado. Desarrolla un filo efectivo y agudo. Su única desventaja es su vulnerabilidad a la oxidación, motivo por el cual se mezcla con el Acero inoxidable: Estas conservan su filo por más tiempo, además de que no desarrollan óxido muy fácilmente.

La unión de estos 2 materiales crea una hoja de afeitar resistente a la oxidación y además genera un filo más efectivo y agudo.

El procedimiento para la elaboración de una hoja de afeitar empieza prensando el acero en un molde para obtener la preforma de la pieza, se calienta a 100 grados o más después de prensar el material, se realiza el filo y se consigue un acabado mecanizado al final. (Centro de Artigos, s/f)

La hoja de afeitar debe llevar un tamaño estándar puesto que ingresa dentro de un mango al momento de realizar el afilado, sus medidas son:



Abastecimiento y Reposición de inventarios

Para el abastecimiento inicial se realizará con una compra en base a la proyección de ventas detallada en el plan de marketing Pag 46, el mismo que será de 100 cajas, después de esto se realizará una nueva importación.

Para manejar la reposición de inventario de una manera eficiente se realizará el siguiente plan de operaciones.

Fase de Producción

Se realiza una negociación con el proveedor en China, en la cual se fijan los acuerdos en cuanto a precio, cantidad, empaque, términos de pago, tiempo de producción y de transito, incoterm a ser utilizado, responsabilidades de transporte y seguro.

Precio y cantidad

Se realiza una negociación en la cual después de llegar a un acuerdo el proveedor envía una proforma. Ver anexo 8.

Términos de pago y tiempos de producción

Los términos de pago se pactan de la siguiente forma:

Tabla 12. Término de Negociación

30%	Puesta la orden de producción
70%	Finalizada la producción

Incoterms

Se negocia el Incoterm FOB el cual nos indica que el vendedor es el encargado de realizar el trámite para la exportación de la mercadería y asumir de igual forma los costos de la misma. (Comercio y Aduanas, 2012)

Transporte y Seguro

Siendo esta una negociación en términos FOB es responsabilidad de la IMPORTADORA MALDONADO realizar todos los trámites para la importación de las hojas de afeitar SUPER SHARP.

Tabla 13. Trámites para la importación

SEGURO	FLETE	VALOR ASEGURADO
\$ 22.440,00	\$ 1,10	\$ 24.684,00
	\$ 0,00	
PRIMA	\$ 37,03	
VERIFICACIÓN	DESADUANIZACIÓN	FLETE GUY-UIO
\$ 800,00	\$ 250,00	\$ 174,24

Aranceles a importaciones de metales comunes

Ingrese un criterio de Búsqueda para la Consulta

Partida : y/o Descripción :

Sección XV :	METALES COMUNES Y MANUFACTURAS DE ESTOS METALES
Capítulo 82 :	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería y cubiertos de mesa, de metal común; partes de estos artículos, de metal común
Partida Sist. Armonizado 8212 :	Navajas y máquinas de afeitar y sus hojas (incluidos los esbozos en fleje)
SubPartida Sist. Armoniz. 821210 :	- Navajas y máquinas de afeitar:
SubPartida Regional 82121020 :	- - Máquinas de afeitar
Código Producto Comunitario (ARIAN) 8212102000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 8212102000-0000-0000 :	

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	30 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Unidades (UN)
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

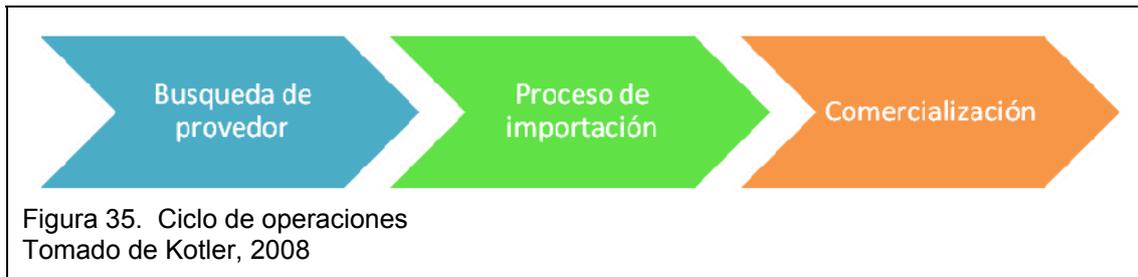
Figura 34. Arancel Nacional Integrado de Maquinas de Afeitar.
Tomado de Aduana del Ecuador (2014).

Proceso de verificación de calidad

Se realizará una inspección de calidad en la fábrica en China, para esto se contratará una empresa verificadora de calidad, la cual una vez inspeccionada la mercadería emitirá un informe explicando a detalle en que condición se encuentra la mercadería. Ver anexo 9.

5.2 CICLO DE OPERACIONES

De acuerdo al giro del negocio, las operaciones hacen énfasis a la importación y comercialización de hojas de afeitar, el primer paso a seguir dentro del ciclo de operaciones es el de:



Búsqueda de Proveedor.

- Preparar información de búsqueda: Se realiza una investigación de los posibles productos a importar.
Tiempo: 2 días.
- Definir condiciones deseadas: Se analiza las cualidades técnicas y se busca un perfil del producto.
Tiempo: 1 día.
- Búsqueda en internet y base de datos: En este paso se busca información en el internet, en la embajada China y en la aduana del Ecuador, para obtener información de posibles proveedores del producto, se envían correos esperando cotizaciones y mínimos de compra.
Tiempo: 2 semanas.
- Comparar ofertas: Se realiza un análisis de las diferentes ofertas y se toma en cuenta el tiempo de entrega, el precio, el tipo de negociación y los mínimos de compra.
Tiempo: 3 días.

- Proveedor cumple las condiciones: En caso que el proveedor cumpla las condiciones deseadas por la empresa, se empieza con la negociación en cuento al precio y a la calidad del producto.
Tiempo: 1 semana.
- Pedir información precios y muestras: Se realiza una nueva comparación de precios y se analiza con el sistema financiero.
Tiempo: 3 días.
- Los precios se ajustan a las condiciones buscadas: Si los precios se ajustan, procedemos a validar la producción del producto para la importación.
Tiempo: 2 días.
- Pedir información al proveedor: Se pide la información técnica para cumplir los requerimientos legales de importación en el Ecuador.
Tiempo 2 días.
- Auditoría de fábrica: Se realiza una auditoría en destino para asegurar que el producto esté en buenas condiciones.
Tiempo 3 días.
- Pasa la auditoría: En caso de pasar la auditoría se acepta la el envío de la carga.
Tiempo 1 día
- Buscar agente de carga: Se busca diferentes opciones de agentes.
Tiempo: 2 días.
- Evaluar opciones: Se analizan las opciones y se selecciona un agente.
Tiempo: 1 día.

- Definir agente de carga: Se contrata un agente de carga quien se encarga de la desaduanización del producto y el posterior envío.
Tiempo 3 días.

Proceso de Importación, reposición de inventario.

- Requerimiento de importación: Se revisan los inventarios del producto y se procede a notificar al jefe de importación la necesidad de una nueva importación.
Encargado: Jefe de ventas.
Tiempo: 2 días.
- Requerimiento de proveedores: se envían correos a los diferentes proveedores previamente analizados y aceptados por la empresa.
Encargado: Jefe de Importaciones
Tiempo: 2 días
- Solicitar proforma: Se solicitan las proformas via mail
Encargado: Jefe Importaciones.
Tiempo: 1 día
- Proforma aprobada: Se aprueba la proforma y se pone la orden de compra.
Encargado: Jefe de Importación
Tiempo 2 días.
- Coordinar Inspección: Se contrata una empresa para realizar la inspección de calidad del producto
Encargado: Jefe de Importaciones
Tiempo: 3 días.

- Inspección aprobada: En caso de ser aprobada la inspección se notifica al Asistente operativo
Tiempo: 2 días.
- Coordinar agente de carga: Se localiza al agente de carga y se entrega información necesaria para desaduanización y transporte a destino.
Encargado: Asistente Operativo
Tiempo: 2 días.
- Dar seguimiento al embarque: Se realiza comunicaciones constantes con el agente de carga para coordinar los tiempos de arribo del embarque.
Encargado: Asistente Operativo
Tiempo 5 días.
- Pago de impuestos: se realiza el pago de los impuestos en Aduana.
Encargado: Asistente Operativo
Tiempo: 2 días
- Coordinar recepción en bodega: Se contrata a 2 estibadores para que ayuden con la descarga de la mercadería en la bodega.
Encargado: Asistente Operativo
Tiempo: 1 día

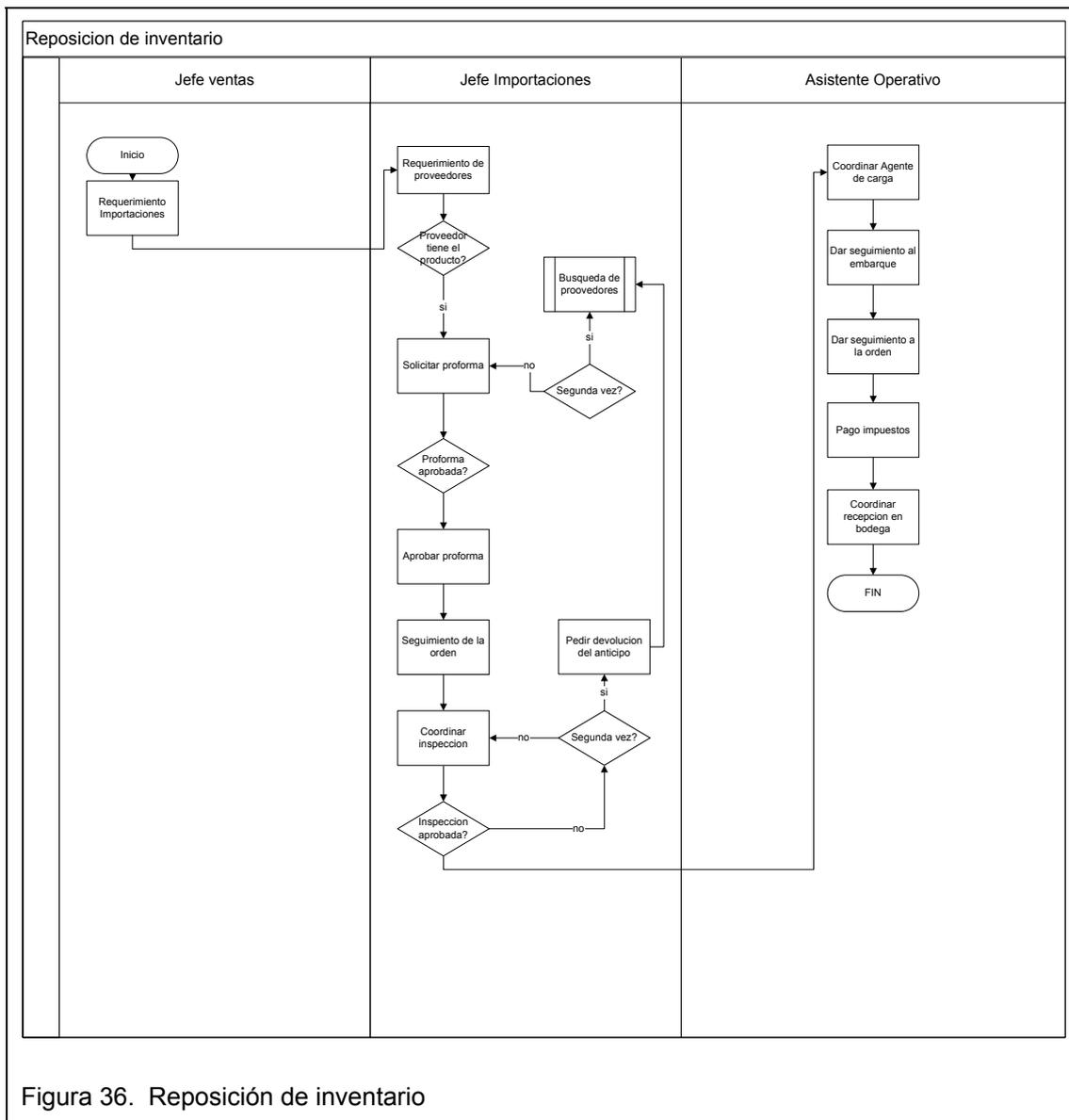


Figura 36. Reposición de inventario

Búsqueda de Proveedores

Con la finalidad de minimizar el tiempo de trabajo y conseguir los mejores proveedores se ha desarrollado el siguiente plan de proveedores a seguir:

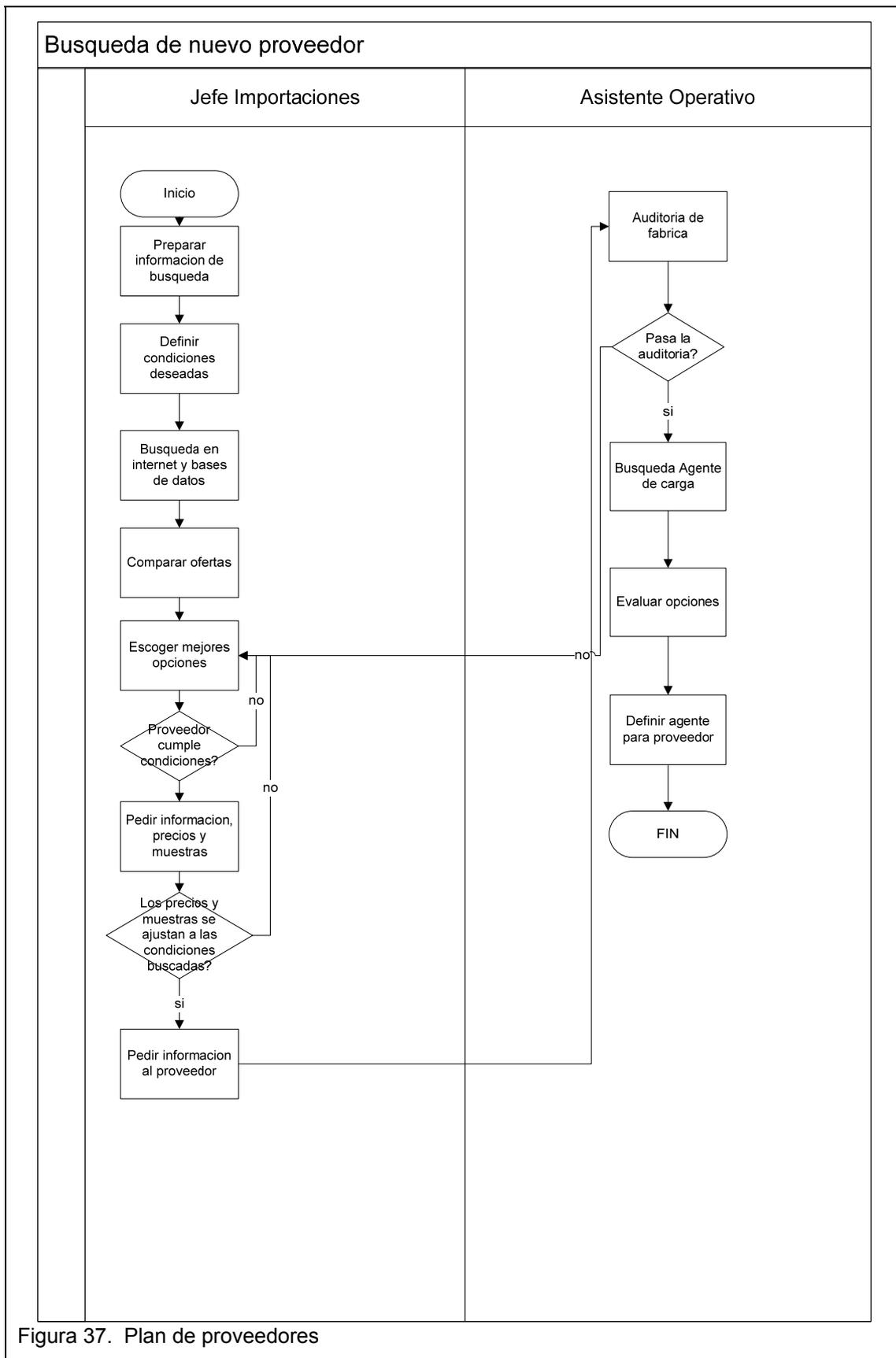


Figura 37. Plan de proveedores

5.3 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

La empresa Importadora Maldonado al ser una empresa comercializadora no requiere de maquinaria, sin embargo se utilizará:

Tabla 14. Equipos y Herramientas

1	Suministros de oficina	150,00
6	Estanterías	600,00
1	Teléfono	34,99
2	Sillas	126,00
2	Archivadores	168,00
2	Modulares de Oficina	900,00
1	Sillón	350,00

5.4 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA Y REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO

Para determinar la localización, se utilizará el método cuantitativo por puntos de Sapag que consiste en determinar los principales factores críticos que influyen en la determinación de una localización y que a su vez se le asigna un valor ponderado de peso relativo según la importancia. (Sapag, 2008, p. 209)

Tabla 15. Método Cuantitativo por puntos

Factor	Peso	Los valles		Norte		Sur	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Servicios básicos	0,10	5	0,5	7	0,7	7	0,7
Costo de arriendo	0,30	5	1,5	10	3	10	3
Costo de transporte	0,10	8	0,8	5	0,5	4	0,4
Cercanía con Mayoristas	0,25	9	2,25	7	1,75	8	2
Disponibilidad de parqueadero	0,20	6	1,2	9	1,8	5	1
Accesibilidad	0,10	8	0,8	8	0,8	5	0,5
Total	1		7,05		8,6		7,6

El análisis demuestra que la zona norte es la más indicada para localizar la empresa puesto que tiene acceso a las principales avenidas de la ciudad, el

costo del arriendo es moderado. Los costos de transporte y de servicios básicos son menores a los de otras zonas.

5.5 CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE INVENTARIOS

Puesto que la mercadería llega una vez al año y las cantidades no son elevadas, se opta por almacenar en una bodega de 40 m² en la zona norte de la ciudad, facilitando el acceso del transporte y la salida del mismo.

El manejo de inventarios lo realizará el gerente financiero.

5.6 ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES

Bajo la última regulación de importación:

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010.

Reglamento al título de la facilitación aduanera para el comercio, del Libro V del COPCI R.O. 452 del 19 de mayo de 2011 resoluciones del Comité de Comercio Exterior. (Aduanas del Ecuador, 2011)

Los detalles de los aspectos legales para la importación se encuentran detallados en la aduana. (Aduanas del Ecuador, 2011)

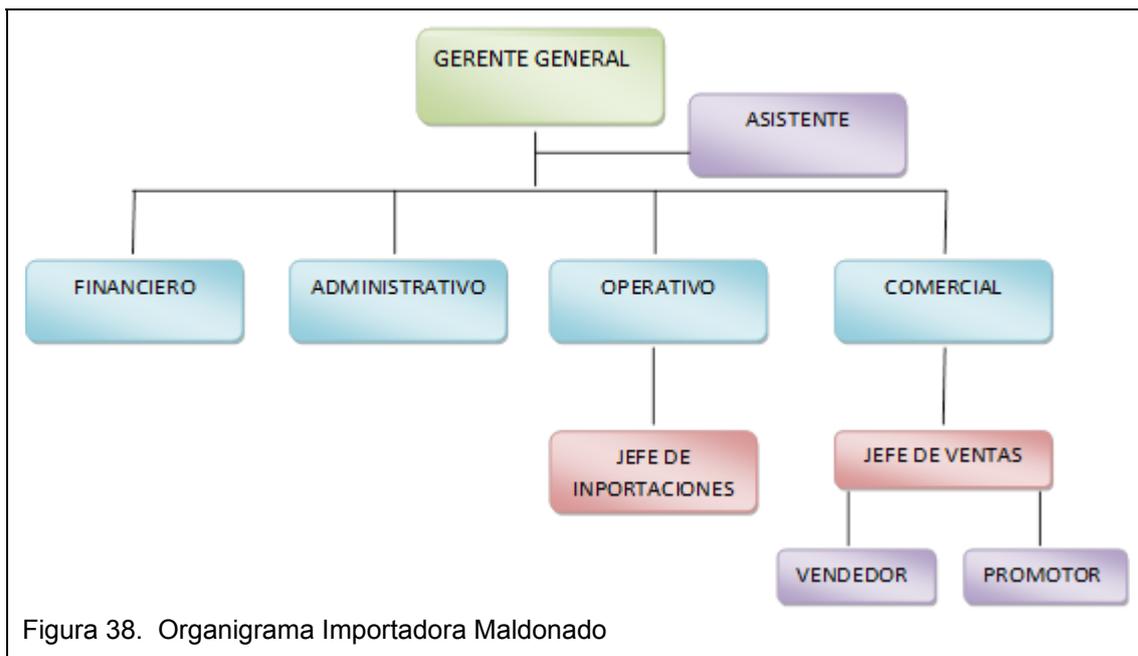
6 CAPITULO VI: EQUIPO GERENCIAL

6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional según Robbins, define el modo en el cual se dividen los trabajos de las actividades, delimitando responsabilidades, cadena de mando y formalizando a la organización. (Robbins, 2009, p. 519)

Es escoge una estructura simple la cual abarque el menor número de niveles jerárquicos.

Organigrama



6.1.1 Personal administrativo clave y sus responsabilidades

- **Junta General de Accionistas:** Está conformado por los dos accionistas de la empresa. Analizarán los puntos estratégicos como por ejemplo el nombramiento en la empresa, expansión y demás funciones obligadas por la Ley de Compañías.

- **Departamento Comercial y Administrativo:** Se diseñarán los planes de marketing y ventas, además se encargarán de la implementación y cumplimiento de dichos planes. Entre sus funciones está el diseño de la marca, manejo de la mezcla de marketing.
- **Departamento de Financiero y Operativo:** Será el área encargada de la operatividad de la compañía. Desde la planificación de compras de insumos, hasta el análisis financiero. Además tendrán a su cargo la planificación y optimización de las importaciones de acuerdo a la demanda del mercado en cada momento.

6.1.2 Descripción de funciones

Tabla 16. Descripción de funciones

CARGO	DESCRIPCIÓN
<p>JEFE DE IMPORTACIONES Función: Administración y control de la empresa. Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: 5 años en cargos similares • Formación universitaria de grado superior en Ingeniería en Administración, en Negocios Internacionales o carreras afines. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precisa de habilidad para el manejo de talento humano • Manejo de tecnologías aplicadas al trabajo. • Requiere de capacidad para trabajar en equipo y a presión. • Capacidad para analizar y diagnosticar las situaciones complejas. • Capacidad de toma de decisiones.
<p>JEFE COMERCIAL Función: Posicionar la empresa y el producto en el Mercado. Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero en Marketing, en negocios internacionales, o similares • 5 años de experiencia en puestos similares 	<ul style="list-style-type: none"> • Precisa de habilidad para el manejo de talento humano • Manejo de tecnologías aplicadas al trabajo. • Requiere de capacidad para trabajar en equipo y a presión. • Capacidad para analizar y diagnosticar las situaciones complejas. • Capacidad de toma de decisiones.

6.1.3 Equipo de trabajo

Tabla 17. Equipo de trabajo

<p>PROMOTOR</p> <p>Función: Difusión del producto que la empresa provee y los que incorporé a futuro.</p> <p>Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiante o Profesional en el área de marketing, de negocios internacionales y/o otros que tenga relación directa • 1 años de experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Proactivo con eminente acción creativa • Requiere de capacidad para trabajar en equipo y a presión. • Excelente manejo de palabra
<p>VENTAS</p> <p>Función: Efectivizar la venta de cajas de hojas de afeitar entre los distribuidores al por mayor.</p> <p>Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de 5 años en empresas de consumo masivo, de distribución o similares • Bachiller y/o Instrucción superior en el área comercial, marketing o similares. • Requiere de capacidad para trabajar en equipo y a presión. • Poder cubrir plazos y cuotas fijas de venta. 	<p>Función:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recepción de productos en bodega • Ordenamiento de los productos en perchas, • Apertura de kardex y mantenimiento del mismo. • Entrega de productos a clientes. • Liquidaciones parciales y totales para reposición. • Pedidos oportunos para reposición de activos. • Perfil: Experiencia: 2 años en cargos similares • Formación Secundaria en contabilidad y manejo de cardes.
<p>Asistente</p> <p>Función: Recepción en oficina apoyo a las áreas de Importación y finanzas</p> <p>Perfil:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bachiller • Manejo de reportes. • Manejo de Word, Excel 	<ul style="list-style-type: none"> • Reportar la condición de las importaciones. • Entregar reportes al área financiera. • Entregar datos necesarios al contador.

Tomado de Universidad Nacional de Colombia, 2014

6.2 COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES, INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS

Los Gerentes recibirán un sueldo mensual de \$900 dólares más todos los beneficios de ley como décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, fondos de reserva, a más de percibir el 15% de las utilidades repartidas por cargas familiares de acuerdo a lo establecido en la Ley, recibirán también beneficios tales como bonos económicos por cumplimiento de tareas, capacitación extra, un día libre adicional al mes.

Los vendedores recibirán un sueldo de \$350 dólares, recibirán una comisión del 5% sobre la venta, más todos los beneficios de ley como décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, fondos de reserva, a más de percibir el 15% de las utilidades repartidas por cargas familiares de acuerdo a lo establecido en la Ley.

Tabla 18. Simulación

SIMULACIÓN			
Inflación Anual	3,85%	Publicidad Anual (Porcentaje de las ventas)	1,00%
Aumento anual de Sueldos y Salarios	9,78%	Limpieza de oficina	100,00
Servicios Básicos Anuales	1.800,00		
Comisión por ventas	5,00%		
Arriendo 2013	600,00	Mantenimiento Instalaciones	
Incremento Arriendo	3,85%	Movilización Anual	600,00
Útiles de Oficina 2013	150,00		

6.3 POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS

Los contratos laborales se regirán de acuerdo al cumplimiento del Código del Trabajo y a las disposiciones del Ministerio de Relaciones Laborales, cumpliendo de esta forma las obligaciones estipuladas en el artículo 42 del Código de Trabajo. Ver anexo 10.

6.4 DERECHOS Y RESTRICCIONES DE ACCIONISTAS E INVERSORES

Estos procedimientos se darán en el caso de que las necesidades de aumento de capital requieran de la participación de inversionistas. (Superintendencia de Compañías, 1999)

Para determinar los derechos y restricciones de los socios, la empresa Super Sharp seguirá los lineamientos establecidos en la Codificación de la Ley de Compañías basados en los aspectos que se determinan para una compañía limitada. La sección 5, cuarto numeral, artículos 114 y 115, detalla los derechos, responsabilidades y obligaciones de los socios en una Compañía Limitada, detallados en el anexo 11. (Superintendencia de Compañías, 1999)

6.5 EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS

La empresa contará con la asesoría externa legal y contable.

A continuación se detalla el perfil requerido para la asesoría contable.

Cargo: Contador

Cargo a quién reporta: Gerente Financiero

Pago:

Cargo:	Gerente Financiero	
# de personas en el cargo:	1,00	
SBU	350,00	
Sueldo Base	900,00	
DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	900,00	10.800,00
DÉCIMO TERCERO	75,00	900,00
DÉCIMO CUARTO	29,17	350,00
FONDOS DE RESERVA	-	-
VACACIONES	37,50	450,00
GASTO APOORTE PATRONAL	109,35	1.312,20
TOTAL COSTO REAL	1.151,02	13.812,20

Formación necesaria:

- Estudios de tercer nivel en contabilidad
- Conocimiento de informática
- Conocimiento de sistemas contable

Experiencia

Mínimo 2 años de trabajo en cargos contables

Responsabilidades y Funciones

- Horario de trabajo de 8y30am a 5y30pm
- Elaborar estados financieros de la empresa
- Auditar el sistema de facturación
- Realizar retenciones y planillas del IESS.
- Manejo de cuentas contables
- Administrar caja chica y provisiones
- Preparar los roles de pago
- Hacer declaraciones tributarias al SRI

Habilidades

- Comunicación
- Comportamiento ético
- Organización y orden
- Calidad de trabajo

7 CAPITULO VII: CRONOGRAMA GENERAL

Antes de realizar un plan de negocios se requiere de actividades previas para poner en marcha el mismo, las cuales son:

- Elaboración de un plan de negocios: Con el fin de conocer si el negocio será rentable o no, se elaborará un plan de negocios.
Tiempo: 8 semanas
- Creación de la Importadora Maldonado: se creará la marca y se la registrará en el Instituto de Propiedad Intelectual (IEPI)
Tiempo: 10 semanas
- Constitución de la compañía: Bajo todos los parámetros de ley, se realizará la constitución de la empresa.
Tiempo: 2 semanas
- Localización de local al norte de la ciudad: Se cotizará y adquirirá un local en el norte de la ciudad.
Tiempo: 2 semanas
- Obtención de permisos requeridos para la apertura de una oficina: En el Ministerio de Quito se inscribirán todos los documentos necesarios para la apertura del local.
Tiempo: 2 semanas
- Importación del producto: Bajo parámetros estrictos de calidad se realizará la importación del producto.
Tiempo: 7 semanas

- Adecuación de inventarios en bodega: Se adquirirán perchas y otros insumos para adecuar la bodega.
Tiempo: 2 semanas
- Permisos de importación y desaduanización: Se pedirá al proveedor los documentos necesarios para la desaduanización del producto.
Tiempo: 3 semanas
- Selección de personal: se realizará una selección del personal
Tiempo: 2 semanas
- Compra de insumos iniciales: Adquirir insumos para empezar con el negocio
Tiempo: 1 semana
- Gestión de recolección de clientes: Se busca crear una base de datos de clientes potenciales para invitarlos a la apertura del local
Tiempo: 10 semanas
- Apertura:
Tiempo: 1 semana.

7.1 DIAGRAMA DE GANTT

Tabla 18. Diagrama de Gantt

Actividades	Oct-13	Nov-13	Dic-13	Enero	Febrero	Marzo	Mayo
	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana	Semana
Elaboración de un plan de negocios	■	■	■				
Creación de la Importadora Maldonado			■	■	■		
Constitución de la empresa.			■				
Localización del local al norte de la ciudad			■				
Obtención de permisos requeridos para la apertura una oficina			■				
Importación del producto		■	■	■			
Adecuación de inventarios en bodega				■			
Permisos de importación y desaduanización			■	■			
Seleccionar personal (un vendedor, un promotor).				■			
Compra de insumos iniciales.				■			
Gestión de recolección de clientes			■	■	■		
Apertura.					■		

7.2 RIESGOS E IMPREVISTOS

7.2.1 Trámites Legales y Financieros

Tanto la constitución de la Compañía Importadora Maldonado en la Superintendencia de Bancos, como la solicitud del crédito bancario presuponen una serie de requisitos que requieren tener las garantías correspondientes. La variación de requisitos y documentos que se solicitan pueden tomar un mayor tiempo del esperado.

Puesto que se trabaja con un productor chino, sería mucho riesgo que no se cumpla con los plazos de entrega del producto, ocasionando así retrasos en toda la planificación; para evitar que esto sucediera es fundamental realizar una buena selección de proveedores y estar pendiente de que el flujograma de operaciones se respete y se cumpla.

8 CAPITULO VIII: RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

Importadora Maldonado iniciará sus operaciones teniendo como proveedor de hojas de afeitar a China y establece de forma inicial a la ciudad de Quito, como centro de operaciones de distribución.

El segmento de mercado al cual se dirigirá Importadora Maldonado son las salas de belleza, los spas, peluquerías y en general negocios que utilicen hojas de afeitar.

Conforme la investigación realizada, el nivel de utilización de hojas de afeitar es del 100% en el segmento analizado, de los cuales desean probar un producto nuevo en el 89%, lo que da un amplio margen de mercado.

En este capítulo se determina los supuestos y criterios empleados en la formulación del plan de negocio para la importación de hojas de afeitar desde China en lo referente a los principales riesgos y problemas que se prevé puede presentar el negocio propuesto a ser tomados en cuentas con sus posibles planes de contingencia.

8.1 SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS

El cálculo de la depreciación de vehículo, muebles, enseres y equipos de computación se puede ver en el anexo 12.

El cálculo del costo de oportunidad se puede ver en el anexo 13.

El cálculo de la Amortización de obligaciones bancarias se puede ver en el anexo 14.

8.2 RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES

8.2.1 Disminución o Aumento de la Demanda

Se analizará de forma periódica la fluctuación de la demanda, cuya base son los pedidos realizados por los clientes en contraposición por las ventas realmente efectuadas. Se puede zonificar a fin de analizar que áreas son las que están cumpliendo con nuestra presunción de compra.

Se debe pensar en abrir nuevas zonas a fin de cubrir el monto mínimo de la venta planificada y seguir en aumento paulatino.

8.2.2 Incremento de barreras arancelarias

El 9 de diciembre del 2013 se publica en diario El Telégrafo “Certificado preocupa a importadores”. En lo referente a que toda mercadería deberá ingresar al país con certificado de conformidad del INEN. Para lo que mencionó Parra, entendemos que la resolución del COMEX tiene como objetivo lograr un equilibrio en la balanza comercial, “pero creo que no es la manera” ya que por una certificación de compañías verificadoras extranjeras, hechas por lote y por ítem de importación, se paga alrededor de \$ 4.500. Y a eso se suman los costos arancelarios. Lo que cualquier incremento afectaría de forma directa a los costos de venta del producto que se trasladarían al consumidor final.

9 CAPITULO IX: PLAN FINANCIERO

Introducción

Para Ferrell, (2010) las finanzas son el estudio del dinero, cómo se gana, cómo se pierde y cómo se administra. Por lo tanto el plan financiero es una planificación para determinar con que inversiones cuenta el proyecto a emprender y de que manera se propone financiar el mismo.

9.1 INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial de SUPER SHARP es de USD\$ 81.679,00. El capital de trabajo necesario es de USD\$ 65.230,03. Muebles y enseres tienen un total de USD\$ 2.144. En mercadería se invertirá un total de USD\$ 46.319,93. En equipos de computación se invertirá USD\$ 1.804,97. El detalle se encuentra en el Anexo 15.

9.2 FUENTES DE INGRESOS

Los ingresos de la empresa son de USD\$ 148.808,20 el primer año, en el quinto año llegamos a un total de ingresos igual a USD\$ 233.390,51. Ver en plan de marketing capitulo 4 tabla proyección de ventas.

Tabla 19. Ingresos de la empresa

VENTAS AL CONTADO					
	2014	2015	2016	2017	2018
PRECIO	833,40	865,49	898,81	933,41	969,35
x CANTIDAD	33	36	38	41	44
= TOTAL VENTAS	27.502,20	30.777,37	34.442,57	38.544,26	43.134,40
	22.001,76				
	33.002,64				
VENTAS A CREDITO					
	2014	2015	2016	2017	2018
PRECIO	926,00	961,65	998,67	1.037,12	1.077,05
CANTIDAD	131	141	152	164	177
= TOTAL VENTAS	121.306,00	135.752,04	151.918,43	170.010,03	190.256,11
TOTAL CANTIDAD	164	177	190	205	221
TOTAL VENTAS	148.808,20	166.529,41	186.361,00	208.554,28	233.390,51

9.2.1 Costos Fijos y Variables

9.2.1.1 Costos variables

Los costos variables mensuales para el escenario normal son:

Constitución de la compañía USD\$ 1.400,00. El diseño de artes es de USD\$ 250,00. El registro de marca es de USD\$ 500,00. Comisiones por ventas USD\$ 5.952,33. Puesto que son directamente proporcionales a las ventas. Estos costos se encuentran desglosados en el anexo 16.

9.2.1.2 Costos fijos

Para el primer año estos gastos suman un total de USD 66.692,08 mensuales. Como costos fijos, el presupuesto cuenta con: sueldos, servicios básicos, servicio de depreciación, arriendo, limpieza de instalaciones, útiles de oficina y movilización. Estos se pueden distinguir en el siguiente anexo 16 de Gastos operacionales.

9.2.2 Margen bruto y margen operativo

El margen bruto en el año 2014 sería de USD 112.968,20 después de restarle los costos de venta a los ingresos. Posteriormente si se deducen los gastos administrativos se tiene un margen operativo de USD 46.394,28. Los valores por margen bruto y margen operativo se pueden apreciar de mejor manera en el estado de pérdidas y ganancias proyectado para el escenario esperado. (Anexo 17: Estado de pérdidas y Ganancias)

9.2.3 Estado de Resultados actual y proyectado

Las proyecciones de ventas calculadas en base al estudio de mercados realizado, al segmento escogido, a la estrategia delineada en el plan de marketing y al ciclo de vida del producto. Una vez proyectadas las ventas, podemos proyectar los costos de ventas, los sueldos y salarios mensuales, los gastos de publicidad, los gastos por pago de intereses de préstamos y otros gastos identificados. Adicionalmente, contabilizamos el impuesto a la renta y el pago por participación a trabajadores. (Anexo 17: Estado de Pérdidas y Ganancias)

9.2.4 Balance General

Tabla 20. Balance General

Normal Apalancado	Optimista apalancado	Pesimista apalancado
34,16%	58,36%	29,18%
Normal desapalancado	Optimista desapalancado	Pesimista desapalancado
49,47%	65,98%	12,45%

9.2.5 Estado de Flujo de Caja actual y proyectado

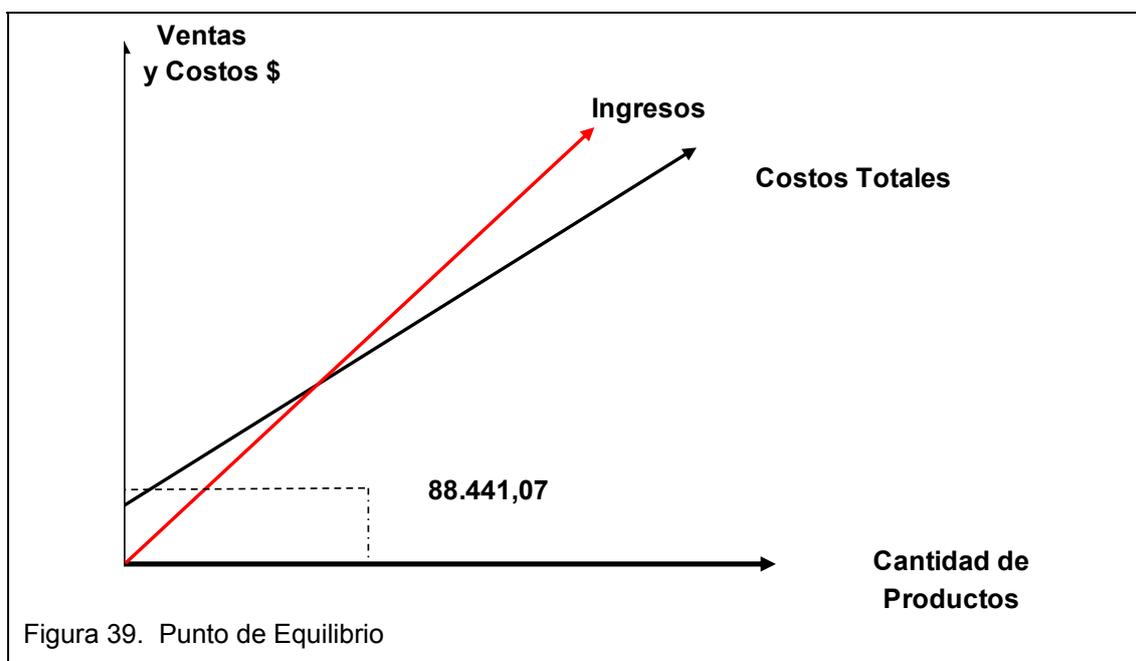
Flujos de Caja muestra los ingresos y salidas de efectivo precisas de cada periodo, en los cuales se excluyen a los gastos por depreciación y se posterga

el pago de utilidades a los trabajadores al siguiente periodo fiscal. Ver Anexo 18.

9.2.6 Punto de equilibrio

Una vez identificados los costos fijos y variables del presente Plan de Negocios, se ha determinado el punto de equilibrio para el 2014 en USD 88.459,36 lo que representa un total de 106 Cartones de hojas de afeitar.

Cumpliendo por lo menos con el nivel de ventas mostrado en el Punto de Equilibrio la empresa estaría en capacidad de cubrir sus costos. Ver anexo 19



9.2.7 Índices Financieros

Los siguientes indicadores describen el desempeño esperado de la empresa expresado de diversas maneras y calculados en base a los datos proyectados del quinto año de operación:

Liquidez:

Los índices de liquidez miden la capacidad de la compañía para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. Los índices más utilizados son la razón corriente y la prueba ácida. (Anexo 20: Índices Financieros)

Razón Corriente = 1,13 USD

Con esta información se puede interpretar que por cada dólar que la Empresa debe, tiene 1,13 USD para cubrir esta deuda a corto plazo. Esto se da básicamente por la retención de utilidades.

Prueba Ácida = 0,93 USD

Este indicador indica que por cada dólar invertido en caso de tener problemas con la mercadería en el primer año y que no se logren vender, solo se contará con 0,93 USD para solventar las deudas.

Rentabilidad:

Para poder medir la efectividad del negocio en relación con sus ventas y con sus activos se ha calculado los siguientes indicadores:

Margen de Rentabilidad = 16,64%

Este dato muestra que una vez deducidos intereses e impuestos se tiene tal rentabilidad frente a las ventas totales.

Rentabilidad sobre activos = 23,73%

Este indicador muestra lo rentable que es la empresa considerando el valor total de sus activos. Es este caso vale la pena destacar que los activos incluyen al dinero en bancos retenido por utilidades de los periodos anteriores.

Desempeño:**Rotación del activo total = 1,27**

El resultado de este indicador muestra la razón de rentabilidad de la gestión de la empresa, es decir las ventas sobre los activos totales invertidos. En el caso de Super Sharp un valor positivo muestra que con el nivel de ventas proyectado se mantendrá un desempeño adecuado.

Endeudamiento:**Razón de Deuda Total = 42,04%**

El Plan de Negocios culmina su primer año con una razón de deuda de 42,04%, sin embargo al proyectar una evolución en los 5 primeros años sin recurrir a nuevas inversiones o préstamos lo que reduce sustancialmente este indicador a 9,51%

Razón de Apalancamiento = 32,39%

De igual forma se interpreta que para el primer año de operaciones de ventas tendrá el 32,39% concentrado en su patrimonio, lo que se resume en la pertenencia de sus accionistas.

Valuación

Tasa de descuento: Para valorar adecuadamente el Plan de Negocios es necesario tomar en cuenta el costo de oportunidad y el costo del capital acompañado con el costo de la deuda. Este cálculo da un total de 15,14%, se muestra en la siguiente tabla y con mayor detalle en el Anexo 21 (Costo del Capital)

Tabla 21. Costo Promedio Ponderado del Capital (CPPC)

CPPC				
Fuente	%	Monto	Costo	CPC**
Deuda	51%	41.679,00	10,06%	5,13%
Recursos Propios	49%	40.000,00	20%	9,88%
Total	100%	81.679,00		15,02%

Valor Presente Neto: Considerando este costo de capital, se pudo valorar a las proyecciones de Flujo de Caja en este momento y su inversión. De esta forma se observa en la siguiente tabla que el valor actual del Plan de Negocios en estas condiciones es de 44.798,62 USD.

Tabla 22. Valor Actual Neto (VAN)

Escenario	TIR	VAN
Normal apalancado	34,16%	\$ 44.553,21
Normal desapalancado	49,47%	\$ 74.370,97
Optimista apalancado	58,36%	\$ 106.134,41
Optimista desapalancado	65,98%	\$ 134.404,46
Pesimista apalancado	29,18%	\$ 40.497,11
Pesimista desapalancado	12,45%	\$ 14.306,14

Este valor planteado por este Plan de Negocios es positivo por lo que se considera atractivo en este escenario.

Tasa interna de retorno: La tasa interna de retorno es de 34,26% lo cual indica es superior al costo de oportunidad y por ende es atractivo para inversión.

10 CAPÍTULO X: PROPUESTA DE NEGOCIO

10.1 FINANCIAMIENTO DESEADO

Tabla 23. Financiamiento

PATRIMONIO Y PASIVO		
Patrimonio		
Capital	40.000,00	
Total Patrimonio		40.000,00
Pasivo		
Obligaciones Bancarias	41.500,00	
Total Pasivo		41.500,00
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO		81.500,00

10.2 ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA

Tabla 24. Estructura de capital

CPPC				
Fuente	%	Monto	Costo	CPC**
Deuda	51%	41.679,00	10,06%	5,13%
Recursos Propios	49%	40.000,00	20%	9,88%
Total	100%	81.679,00		15,02%

10.3 CAPITALIZACIÓN

La empresa consta de 2 accionistas, los cuales tendrán derecho al 50% de las acciones, sus obligaciones serán aportar con el 50% de los recursos propios, es decir USD 20.000 cada uno y sus responsabilidades serán:

Socio 1: Jefe del departamento financiero y del departamento operativo.

Socio 2: Jefe del departamento comercial y del departamento administrativo.

10.4 USO DE FONDOS

Tabla 25. Uso de fondos

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
	Vehiculos		12.500,00
1	Carro	12.500,00	12.500,00
	Muebles y Enseres		2.328,99
1	Suministros de oficina	150,00	150,00
6	Estanterías	100,00	600,00
1	Telefono	34,99	34,99
2	Sillas	63,00	126,00
2	Archivadores	84,00	168,00
2	Modulares de Oficina	450,00	900,00
1	Sillon	350,00	350,00
	Mercaderia		46.319,93
1	Importacion	46.319,93	46.319,93
	Equipo de Computación		1.769,98
2	Computadores	509,99	1.019,98
1	Programa informatico	400,00	400,00
1	Copiadora/Impresora	350,00	350,00
	Capital de trabajo		18.581,10
1	capital de trabajo		18.581,10
TOTAL			81.500,00

10.5 RETORNO PARA EL INVERSIONISTA

El retorno para los inversionistas es de \$24.958,84 dólares el primer año en el escenario normal apalancado, en el quinto año llega a \$49.275,72 dólares.

Tabla 26. TIR

	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	148.808,20	166.529,41	186.361,00	208.554,28	233.390,51
- Costo de Ventas	35.840,00	37.219,84	37.219,84	37.219,84	61.412,74
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	112.968,20	129.309,57	149.141,16	171.334,44	171.977,78
- Gastos Operacionales	66.573,92	69.648,48	75.402,67	81.740,54	88.721,64
= UTILIDAD OPERACIONAL	46.394,28	59.661,10	73.738,49	89.593,91	83.256,13
- Gastos Financieros	4.566,16	3.758,01	2.848,89	1.826,20	675,75
+ Otros Ingresos					
- Otros Egresos					
= UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	41.828,13	55.903,09	70.889,59	87.767,70	82.580,38
- 15% Participación Trabajadores	6.274,22	8.385,46	10.633,44	13.165,16	12.387,06
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	35.553,91	47.517,63	60.256,15	74.602,55	70.193,33
- 22% Impuesto a la Renta	7.821,86	10.453,88	13.256,35	16.412,56	15.442,53
= UTILIDAD NETA	27.732,05	37.063,75	46.999,80	58.189,99	54.750,79
- 10% Reserva Legal	2.773,20	3.706,37	4.699,98	5.819,00	5.475,08
= UTILIDAD A DISPOSICIÓN DE ACC.	24.958,84	33.357,37	42.299,82	52.370,99	49.275,72

11 CAPÍTULO XI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1 CONCLUSIONES

- El comercio al por mayor y menor ocupa el 9,2% del PIB, lo que indica que tiene gran incidencia en la economía nacional. Además de tener ya establecida una relación comercial fructífera con China, lo que es propicio para mantener la estabilidad de un negocio a largo plazo.
- El crecimiento del PIB respecto a la industria del comercio al por mayor para el 2011 ha tenido un crecimiento del 9,2%.
- El nombre de la empresa será Super Sharp, este nombre ha sido ingresado al IEPI lo que genera la seguridad de que no podrá ser usado por otra persona o empresa.
- Después de un análisis de la industria del comercio al por mayor se determina que existe una oportunidad de ingresar ya que está creciendo de forma sostenida en el tiempo.
- Una vez realizado el análisis de las 5 fuerzas de Porter, se indica que el mercado tiene una dificultad MEDIA-ALTA, lo cual si bien genera competencia y rivalidad, gracias a las oportunidades que hay en esta industria es posible ingresar al mercado.
- Los salones de belleza en Quito priorizan el precio frente a la calidad o la durabilidad, motivo por el cual es importante realizar un buen análisis para que la marca sea competitiva en el mercado.
- Los canales de distribución por el que pasa el producto es ventajoso ya que existe una logística ya armada en el país que se dedica a la distribución de productos de consumo masivo.

- Las hojas de afeitar Super Sharp son únicas en el mercado ya que vienen partidas en la mitad, esto genera seguridad en el corte y minimiza la posibilidad de accidentes con la cuchilla.
- De acuerdo a la matriz EFI y EFE indica que existe la posibilidad de entrar al mercado de productos de consumo masivo utilizando técnicas de penetración de mercado, desarrollo de mercado y desarrollo de producto.
- La República del Ecuador, genera confianza ya que existe estabilidad.
- Las buenas relaciones comerciales Ecuador-China, permiten desarrollar nuevas ideas de importación.
- Constituir la empresa y conseguir todos los permisos legales.
- El producto que se va a ofrecer tendrá un precio bajo y partido en la mitad.
- Las condiciones socio económicas del país son aptas para emprender un plan de negocios de importaciones, de un producto que no es producido a nivel nacional.
- Existe una disminución del desempleo, lo cual mejora la posibilidad adquisitiva, junto con una inflación relativamente estable.
- La investigación de mercados en todos sus aspectos es positiva ya que indica que el negocio es viable.
- La inversión inicial es de 81.500,00 USD, El capital propio será de 40.000,00 USD y se realizará un préstamo de 41.500,00 USD, el total de ventas el primer año llegará a los 148.808,20 USD en el primer año con un total de 146 cartones vendidos de hojas de afeitar, la utilidad bruta

será de 112.968,20 USD, la utilidad operacional será de 46.394,28 USD la utilidad neta será de 27.732,05 USD y la utilidad a disposición de los accionistas será de 24.958,84 USD.

- El total de activos y pasivos el primer año llega a los 116.859,28 USD, con 88.270,72 USD llegamos al punto de equilibrio el primer año.
- El VAN es de \$44.778,62 dólares y el TIR es del 34,26% en el escenario normal apalancado lo que demuestra que el plan de negocios es rentable viable y atractivo.

11.2 RECOMENDACIONES

- Realizar la puesta en marcha la idea de negocio.
- Que la empresa cumpla con todos los requisitos de ley para evitar inconvenientes fiscales.
- Ingresar al mercado entregando el producto a los mayoristas.
- Usar una estrategia de precios bajos para ingresar al mercado.
- Usar una estrategia de penetración intensiva.
- Usar como canal de distribución a los mayoristas.
- Promover el producto con publicidad y ferias.
- Mantenerse al corriente de los nuevos lineamientos gubernamentales, puesto que se están poniendo varias barreras arancelarias y para arancelarias en el Ecuador.

REFERENCIAS

- Aduana del Ecuador. (2012). Recuperado de <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Estadísticas Macroeconómicas*. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Estadísticas Macroeconómicas Enero 2013*. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec>
- Cámara de Comercio de Quito. (2012). *Análisis de los principales sectores de la economía ecuatoriana*. Quito: Centro de Estudios y Análisis.
- Centro de Artigos. Recuperado de http://centrodeartigos.com/articulos-para-saber-mas/article_41755.html
- Comercio y Aduanas. (2012). *Incoterm fob*. Recuperado de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/110-que-es-incoterm-fob>
- Corte Nacional Justicia. (2011). *Codificación del Código del trabajo*. Recuperado el 4 de febrero de 2013 de <http://www.cortenacional.gob.ec>
- David, F. (2008). *Conceptos de Administración Estratégica*. México DF, México: Pearson Educación.
- Ferrell, O. (2009). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. (7ma. Ed.). México DF, México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Galindo, E. (2008). *Estadística, "Método y aplicaciones"*. (2da. Ed.). Quito, Ecuador: Prociencia Editores.
- INEC. (2011). *Estadísticas*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&&TB_iframe=true&height=533&width=1164
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Indíces de Remuneración*. Recuperado de <http://www.inec.gob.ec>.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (s.f.). Recuperado de <http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&idiom=1>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.

- Longenecker, J. (2007). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. México DF, México: Editorial Thomson.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. (5ta. Ed.). Mexico DF, Mexico: Pearson. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&&TB_iframe=true&height=533&width=1164
- Massonnier, V. (2008). *Tendencias del Mercado*. Buenos Aires: Ediciones Granicas SA.
- Noticias 365. (2011). *Ecuador espera inflación inferior a 4% hasta 2014*. Recuperado de <http://www.noticias365.com.ve/temas/al-dia/ecuador-espera-inflacion-inferior-a-4-hasta-2014/>
- Oanda. (2014). Recuperado de <http://www.oanda.com/lang/es/currency/historical-rates>
- Paz, H. (2000). *Canales de distribución: estrategia y logística comercial*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Ugerman.
- Pontón, P. (2012). *Visa al Desarrollo*. Recuperado el 20 de Julio de 2012, de http://visaaldesarrollo.blogspot.com/2012/01/balance-de-los-5-anos-gobierno-de_15.html
- Porter, M. (2009). *Estrategia Competitiva*. México DF, México: Ediciones Pirámide del Grupo Maya.
- Revista Líderes. (2011). Recuperado de http://ecuador.ahk.de/fileadmin/ahk_ecuador/news_bilder/Clipping/2011/Agosto_2011/8-11_Agosto/El_Ecuador_esta_repleto_de_tiendas.pdf
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión*. (2da. Ed.). Santiago de Chile, Chile: Pearson Education.
- Scribd. (2014). *Cadena de valor*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/33291176/Cadena-de-Valor-de-La-Industria>
- Stanton, W., Etsel, M. & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. (14ta. Ed.). México DF, México: McGraw-Hill.
- Superintendencias de Compañías. (2012). *Ley de Compañías*. Recuperado de www.superdecompanias.gob.ec

ANEXOS

ANEXO 1

Año	Inflación (%)
2006	2,87%
2007	3,32%
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	5,10%
2013	3,98%

ANEXO 2

Fuerzas	Poder de La fuerza	Atractivo para la Industria	Ponderación	
			Coef	Fuerza
Nuevos participantes (barreras de entrada):	Medio 2.2	Bajo	10%	0,22
Amenaza de los sustitutos (y complementos):	Medio 2.4	Medio	15%	0,36
Poder de negociación de los compradores:	Alto 3.5	Medio	20%	0,7
Poder de negociación de los proveedores:	Alto 4.1	Alto	25%	1,025
Intensidad de la rivalidad	Medio 2.9	Alto	30%	0,87
TOTAL			100%	3,175

ANEXO 3

Con respecto a los factores regulatorios, las hojas de afeitar no están registradas bajo una tarifa arancelaria específica por lo que se asocia máquinas de afeitar y navajas con el 30% como tasa ADVALOREM, 0,5% por impuesto FDI, y 12% IVA, esto se aplica al valor FOB de la importación.

Procedimiento para la creación de una empresa LTDA.

1. Reservar un nombre en la superintendencia de compañías, el cual tiene validez de 30 días prorrogables.
2. Con autorización de la superintendencia de compañías se abre una cuenta bancaria denominada constitución de la compañía, con el nombre de la empresa, con el capital social que se establece para constituir la empresa, cuyo valor mínimo es de \$400.
3. Un abogado redacta la minuta del contrato de constitución de la compañía en el que se incluye el estatuto, este contrato se lo firma en una notaría.
4. Se procede a la revisión y aprobación por parte de la superintendencia de compañías.
5. Se publica en la prensa un extracto de la constitución de la compañía.
6. La superintendencia de compañías procede a ordenar que se inscriba en el registro mercantil.
7. Simultáneamente se inscriben los nombramientos de los directivos y representantes legales.

8. Con la documentación antes descrita se procede a sacar el RUC, la patente y autorizaciones municipales.

Aspectos de procedimiento legal de una compañía limitada

Mínimo de socios a constituirse 2, se aceptaran un máximo de 15 socios.

Responsabilidad: Estas responderán por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

Términos: Esta es una empresa comercial.

Del Capital: Está formado por las aportaciones de los socios, las mismas que pueden en numerario o en especie.

De la Administración: El órgano regulador será la Junta General.

Votación: De acuerdo al monto de las acciones de cada socio.

Duración: Se determinará en la escritura de constitución.

ANEXO 4

Metodología

Se realiza una entrevista a los expertos Ing. Walter Gonzales y Ing. Giselle Matiazzi estas preguntas están formuladas para generar un dialogo fluido que permita el desarrollo de la entrevista, sin tener que formular preguntas con respuestas cortantes que impidan que el entrevistado emita realmente su criterio.

Tiempo que dura

La entrevista con la Ing. Giselle Matiazzi tiene una duración de 12 minutos y 39 segundos, y la entrevista con el Ing. Walter Gonzales tiene una duración de 5 minutos con 53 segundos.

Resultados:

- La presentación de producto es importante especialmente para las mujeres.
- Para generar credibilidad es importante generar una mara propia.
- Los clientes en el Ecuador empiezan a ser más críticos al momento de adquirir productos o servicios.
- Debido al peligro de manosear las hojas de afeitar, es conveniente que venga partida a la mitad.
- Si tiene calidad la apariencia es lo principal.
- Existe exageración y abuso en el precio. (generar estrategias de precio)

- Si se desea vender a los clientes finales, es necesario una fuerza de ventas muy fuerte, motivo por el cual se recomienda usar mayoristas con experiencia en el mercado.
- Hay mayoristas de tamaño intermedio, los cuales son perfectos ya que tienen sus propios vendedores y se encargan de vender y de cobrar.
- Es necesario hacer pruebas prácticas y demostrativas para convencer a los distribuidores.
- Es importante tener todos los documentos en regla para la importación, caso contrario las multas pueden llegar a quebrar a la compañía.
- Es importante tener todos los documentos y no saltarse pasos, trabajar de forma honesta y correcta es la mejor vía para obtener grandes resultados en el futuro.
- Importante destacar que se trabaja en base de una importadora, puesto que la gente tiene miedo de comprar productos que no estén en regla.

ANEXO 5

Grupo 2

Sergio Salazar: Cliente de peluquería

Andrés Pullas: Cliente de peluquería

Estilista profesional

Asistente de estilista profesional

Gabriela Sandoval: Importadora

Javier Núñez: Distribuidor de productos en general

Rodrigo Maldonado: Moderador

Leandro Maldonado: Camarógrafo

Eliana Da Silva: Asistente

Con estos grupos se abordará la valoración de una nueva hoja de afeitar, para lo cual se desarrollara un panel en el cual les será presentada la hoja de afeitar, y se realizará una prueba demostrativa para evaluar los gustos, preferencias, demanda, alternativas y factibilidad del uso de una nueva hojas de afeitar en la ciudad de Quito.

El focus group será desarrollado en los siguientes pasos:

Paso 1: Introducción del tema y socialización de los panelistas.

Paso 2: Pregunta introductoria

Paso 3: Demostración práctica del uso de la hoja de afeitar

Paso 4: Preguntas valorativas a los integrantes

Paso 5: preguntas exploratorias y conclusiones.

Resultados:

- El producto hojas de afeitar debe venir partida a fin de que facilite la utilización.
- Se abarata costos al utilizar las 2 hojas de afeitar sin riesgo de cortes al maniobrar.
- La imagen del logo y marca debe ser llamativa y atractiva en la presentación de empaque envoltura y producto que genere tranquilidad y confianza.
- El producto hojas de afeitar debe llevar ventaja comparativa de calidad precio.
- El producto justifica el riesgo de una inversión en marketing para introducirlo al mercado con mayores ganancias para el distribuidor.
- Si cumple con los estándares de calidad requeridos en el Ecuador, lo cual facilita su importación.

Conclusiones:

- Se debe realizar un plan de marketing.
- Hay oportunidad de negocio debido a que hay calidad y precio.
- La presentación de producto es agradable y genera confianza.

ANEXO 6

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Género

De las 90 encuestas aplicadas el 18% han sido de género masculino y el 82% de género femenino. Que en cualquiera de los casos para la investigación no ha incidido en los resultados esperados, es un dato general.

Rango de Edad

La edad promedio de las encuestadas es de 32 a 40 años de edad equivale al 30% de la población que es dueña de negocios de estilismo y peluquería. Seguida por el 25.5% de las encuestadas en un rango de 41 al 50 años de edad al igual que las estilistas mayores de 51 años de edad. Existe también un 19% de las personas en el rango de 19 a 30 años de edad.

Grado de Estudios:

De lo que se aprecia en la figura, el 76% de las encuestadas tiene nivel básico. Por lo que sus estudios en peluquería o estilismo deben regirse a la capacitación de institutos que receptaban personas con primaria, lo que hoy en día ya no ha sido prohibido por Ley. Existe un buen grupo de personas que tienen bachillerato y llegan al 23% de la muestra y solo, solo el 1% de las encuestadas manifiestan tener estudios superiores. Los cuales no se ha determinado si son iniciales o con título profesional en otra rama.

Por ello se puede confirmar que es un ejercicio de la defensa del artesano, en que han sido capacitadas para poder tener competencias específicas en el área de peluquería y que además poseen sus propios negocios.

Conclusión:

Son personas que pueden receptar con mayor facilidad un nuevo producto porque es la práctica de su profesión la que les da su propia economía.

PREGUNTA 1.

La mayor parte de encuestadas ha indicado en un 58% que trabaja más de 3 años en el negocio de salones de belleza; seguido por las personas que tienen de 6 meses a 1 año en un 25%. Mientras que el 13% esta laborando de 1 a 3 años en sus negocios.

El restante de la muestra nos da porcentajes inferiores de 3 al 1%.

Conclusión:

Se puede expresar que existe estabilidad en la mayoría de los negocios.

PREGUNTA 2.

Las encuestadas no trabajan un producto sustituto casi en su globalidad, pues corresponde al 99%, esta respuesta. No se requirió investigar porque razón no se utiliza productos sustitutos que existen en el mercado.

Conclusión:

Las encuestadas tienen muestras de ser personas tradicionales y de tratar de tal manera a sus clientes, pues no han buscado productos sustitutos a las hojas de afeitar y en general a la barbera. Como podrían ser gel depiladores u otros.

PREGUNTA 3. Ningún encuestado contesto la pregunta abierta.

PREGUNTA 4

Las encuestadas indican que tienen un promedio de clientes de 71 a 100 personas que equivale al 57%, seguido por 16 establecimientos que aseguran que tienen un promedio mayor a 101 clientes en un 28%. Existiendo un restante que indican que su promedio está entre 51 a 70 clientes que implica el 14% de la muestra obtenida.

Conclusiones:

Existe un buen promedio de clientes que mantienen los locales de belleza en la ciudad de Quito.

PREGUNTA 5.

Un total de 11.270 clientes atendidos por los establecimientos en donde se aplico las encuestas indican que tienen 6.070 atenciones de clientas de género femenino equivalente al 53.85% y 5.190 de género masculino equivalente al 46.05%.

Conclusión:

Las mujeres son las que más acuden a las salas de belleza.

PREGUNTA 6.

El 99% de las encuestadas indican que cambian de hoja de afeitar cada vez que requieren o por cliente y solo el 1% indica que cambia cada 3 cortes.

Conclusión:

La mayoría está cumpliendo la ley de salud publica y su reglamento respecto a la utilización de utensilios corto punzantes y su cambio por cliente por motivos de evitar contagio de enfermedades.

PREGUNTA 7.

El 73.91% de las encuestadas manifiestan que usan de 1 a 5 hojas de afeitar a diario, mientras que el 22.82% manifiesta que usan de 6 a 10 hojas de afeitar diarias. Siendo un mínimo porcentaje del 3.26% las que indican que usan de 11 a 20 hojas de afeitar a diario.

Conclusión:

La cantidad de hojas de afeitar no coinciden con la cantidad de clientes que manifiestan que atienden en promedio. Lo que se puede indicar que las clientas pueden usar otro de sus servicios que no requieran la utilización de la rasuradora.

PREGUNTA 8.

La marca preferida de las hojas de afeitar en las salas de belleza es ASTRA que equivale al 56%, seguida por GILLETTE que tiene un porcentaje del 36% y SHICK en un 7%. La marca BIG no es utilizada en estas salas de belleza de la muestra aleatoria.

Conclusión:

ASTRA ha provisto la mayoría de hojas de afeitar en el mercado

PREGUNTA 9.

Las encuestadas indican que utilizan por mas de 1 a 3 años la marca anteriormente seleccionada. El 34% dice que utiliza recientemente de 1 a 6 meses. Y es el 25.56% que usa de 7 a 12 meses.

Conclusión:

Tienen estabilidad en la utilización de las marcas de su preferencia.

PREGUNTA 10.

En general están contentas con la utilización de su hoja de afeitar 45 de las encuestadas, descontentas 34.

Conclusión:

Puede existir posibilidad de cambio de hoja de afeitar pues no están muy contentas.

PREGUNTA 11.

Tienen un monto promedio de pago de 8 a 10 usd, 62 de las encuestadas. Más de 10 usd indican 22 de las encuestadas y cantidades inferiores solo 3 personas.

Conclusión:

Las salas de belleza invierten de forma diaria en la adquisición de hojas de afeitar.

PREGUNTA 12.

Están satisfechas y poco satisfechas con la utilización de las hojas de afeitar que usan actualmente en un 44.04% y el restante de encuestadas están en los extremos de satisfacción en un 5.92% equivalentemente.

Conclusión:

Existe casi equitativamente la posibilidad de cambiar de hoja de afeitar por satisfacción e insatisfacción de la hoja que actualmente utilizan.

PREGUNTA 13.

Es importantísimo el precio a la hora de comprar la hoja de afeitar, indican las encuestadas en un 29.06% e importante en un 40.69% que es la mayoría; seguidas por las que no le dan importancia al precio en un 26.44% y un pequeño margen del 3.48% que no le importa el precio.

Conclusiones:

Es importante el precio para las encuestadas al momento de comprar sus hojas de afeitar.

PREGUNTA 14.

Es importantísimo la calidad a la hora de comprar la hoja de afeitar, indican las encuestadas en un 33.06% e importante en un 39% que es la mayoría; seguidas por las que no le dan importancia al precio en 12%.

Conclusiones:

Es importante la calidad para las encuestadas al momento de comprar sus hojas de afeitar.

PREGUNTA 15.

Es importantísimo la funcionalidad a la hora de comprar la hoja de afeitar, indican las encuestadas en un 25% e importante en un 39% que es la mayoría; seguidas por las que no le dan importancia a la funcionalidad en el 17%.

Conclusiones:

Es importante la funcionalidad para las encuestadas al momento de comprar sus hojas de afeitar.

PREGUNTA 16. Ningún encuestado contesto la pregunta abierta.

PREGUNTA 17.

No tienen mayor interés las encuestadas en el 69% en recibir el producto en sus establecimientos y es el 31% el que manifiesta que si le es importante el servicio a domicilio.

Conclusión:

Para ese segmento del 31% se le puede ofrecer ese servicio, pero si le encarece puede mejor entregar a distribuidoras.

PREGUNTA 18.

Por calidad el 41% de las encuestadas cambiarían sus hojas de afeitar; seguidas por el precio el 31% y la funcionalidad indican el 14%. Las siguientes son mínimas la cantidad.

Conclusiones el producto importado debe ser reemplazado para lograr que las clientes lo escojan por la calidad, precio y funcionalidad.

PREGUNTA 19.

Si les gustaría probar una nueva hoja de afeitar el 89% y es el 11% el que no tiene interés de cambiar la hoja de afeitar actual.

Conclusión:

En los dos casos es positivo pues existe deseo de cambio en la mayoría de encuestadas y el restante demuestra solidez a la marca que ya escoge.

ANEXO 7



PROFORMA

Fecha	18/08/2013
Cliente	Rodrigo Maldonado

Código	Detalle	Valor
2382	Vanejo de marca y publicidad mensual	\$ 104,17

Subtotal	\$ 104,17
Iva	\$ 12,50
TOTAL	\$ 116,67

Tel: 0086-137 3575 2273 No: JL20120702005

Email: johnnyteng8312@gmail.com Date: July.2, 2012

Place: Lanxi city, China

Item No./ Name Descriptions of goods Quantity

Unit Price

(FOB Ningbo price)

Amount

DOUBLE EDGE

RAZOR BLADE

HIGH QUALITY STAINLESS STEEL DOUBLE

EDGE RAZOR BLADES

PACKAGING:

5 PCS/TUCK,

20 TUCKS/HANGING CARD,

100 CARDS/CTN,

10,000 PCS/CTN

1,000,000 PCS

(100 CTNS)

US \$220/CTN US\$22,000.00

PAYMENT:30% deposit by TT, balance TT before shipment after inspecting

US\$22,000.00

Proforma Invoice

Zhejiang Ji Li Hardware Co.,Ltd.

Add: Jiangnan High-tech Industrial Park Lanxi City Zhejiang Province China

TOTAL: SAY US DOLLARS TWENTY TWO THOUSAND NO CENTS ONLY.

UnRegistered

Estimado Rodrigo detallo brevemente los costos por teléfono.

1. Mesa stands plástica con impresión full color 1440 dpi + laminado mate
Precio \$195 USD.
Más info: <http://blueink.ec/es/productos/mesas-stand-promocionales/mesa-stand-degustadora>
2. Roll up en lona \$ 49,50 USD.
Roll up en baner \$ 59,50 USD.
Baner es material plástico más elegante que la lona
Tamaño 80 x 200 cm
Más info <http://blueink.ec/es/productos/roll-ups/roll-up-80-x-200-cm>

Entrega a domicilio gratis previo pago del 100%

24 horas tiempo de producción.

Gracias.

ANEXO 8

PROFORMA DE PROVEEDOR

Proforma Invoice				
Zhejiang Ji Li Hardware Co.,Ltd.				
Add: Jiangnan High-tech Industrial Park Lanxi City Zhejiang Province China				
Tel:	0086-137 3575 2273	No:	JL20120702005	
Email:	johnnyteng8312@gmail.com	Date:	July.2, 2012	
		Place:	Lanxi city, China	
Item No./ Name	Descriptions of goods	Quantity	Unit Price <u>FOB Ningbo price</u>	Amount
DOUBLE EDGE RAZOR BLADE	HIGH QUALITY STAINLESS STEEL DOUBLE EDGE RAZOR BLADES PACKAGING: 5 PCS/TUCK, 20 TUCKS/HANGING CARD, 100 CARDS/CTN, 10,000 PCS/CTN	1,020,000 PCS (102 CTNS)	US \$220/CTN	US\$22,440.00
PAYMENT: 30% deposit by TT, balance TT before shipment after be inspected Deposit : \$6600 Balance : \$15840				
TOTAL: SAY US DOLLARS TWENTY TWO THOUSAND FOUR HUNDRED AND FORTY ONLY.				US\$22,440.00

ANEXO 9

INSPECCIÓN DE CALIDAD

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 1 of 16

I. GENERAL INFORMATION	
Service Performed:	Pre-shipment Inspection
Client:	ROMOIDEAS
Supplier:	ZheJiang Jili Hardware Co., Ltd
Factory:	ZheJiang Jili Hardware Co., Ltd
Product Name:	Stainless steel double edge razor blade
P.O. No.:	JL20120702005
Item No.:	Super Edge
Destination Country:	Ecuador
Inspection Date:	16 August 2012
Inspection Location:	Lanxi City, Zhejiang Province, China
Reference Sample:	None



II. INSPECTION SUMMARY				
	Passed	Failed	Pending	N/A
A. Quantity	✓			
B. Workmanship		✓		
C. On-Site Tests			✓	
D. Product Specification				✓
E. Packing	✓			
F. Marking & Labeling	✓			
G. Client Special Requirement				✓

AQL Details					
			Critical	Major	Minor
Inspection Standard:	-				
Sampling Plan:	-	AQL:	Not Allowed	-	-
Inspection Level:	Fixed Sample Size	Accepted:	0	-	-
Order Quantity:	1000000 pcs / 200000 Tucks	Found:	0	1	1
Available Quantity:	1000000 pcs / 200000 Tucks (100%)	Result:	Within AQL		
Sample Size:	200 Tucks				

III. REMARKS	
Problem Remarks:	
1.	This inspection was failed due to poor printing for the marking on product was found in 30% inspected samples; please refer to below photos for reference.
2.	Wax mark was found on 1 side of each razor blade in 100% inspected samples; please refer to below photos for reference.
3.	Factory did not agree inspector to conduct carton drop test.
4.	Factory could not provide available equipment to do the material hardness check and assembly check.
5.	Actual color of hanging card was lighter & darker than client's spec: 2747C & 639C , but close to 286C & 641C , please refer to below photos for reference.
General Remarks:	
6.	No approved samples were provided during this inspection.
7.	No carton number was shown on master carton.
8.	The factory was requested to repair the defective products our inspector found during the inspection.

Address: 1410-1411 West Tower, Poly World Trade Centre, 1000 Xingang Road E., Guangzhou, China
Tel: +86-20-89089938 Fax: +86-20-89089025 E-mail: cs@v-trust.com Website: www.v-trust.com

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 2 of 16

Factory Information:	
9.	Factory cooperation: <input checked="" type="checkbox"/> GOOD - Enough manpower to assist, and good cooperation. <input type="checkbox"/> Average - Enough manpower to assist. <input type="checkbox"/> Poor - Manpower, equipment or document not provided timely.
10.	Number of workers in factory: <input type="checkbox"/> Less than 50 people, <input type="checkbox"/> 50-100 people, <input checked="" type="checkbox"/> 100-500 people , <input type="checkbox"/> 500-1000 people, <input type="checkbox"/> More than 1000 people.
11.	Inspector's opinion on the factory: <input type="checkbox"/> Good - The factory was neat and tidy. The testing equipment was well maintained and calibrated. <input checked="" type="checkbox"/> AVERAGE - The factory was tidy, and the testing equipment ran normally. <input type="checkbox"/> Poor - The factory was messed, the basic testing equipment was not available / not workable.
Sample Collection Record:	
12.	No sample was collected on site.

Photos:	
	
Remark 1: poor printing for the marking on product	Remark 1: poor printing for the marking on product
	
Remark 1: poor printing for the marking on product	Remark 1: poor printing for the marking on product

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 3 of 16



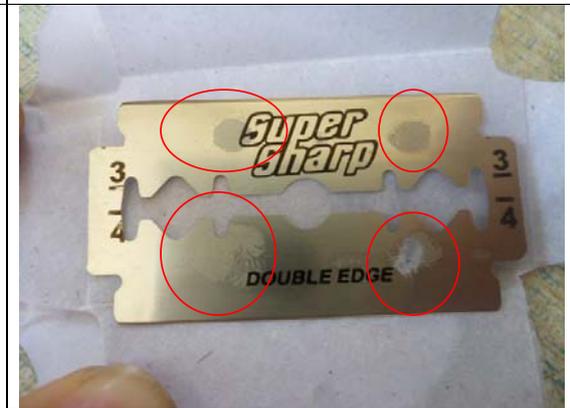
Remark 1: poor printing for the marking on product



Remark 1: poor printing for the marking on product



Remark 2: Wax mark was found on 1 side of each razor blade



Remark 2: Wax mark was found on 1 side of each razor blade



Remark 5: Actual color of hanging card was lighter than client's spec: **2747C**



Remark 5: Actual color of hanging card was close to 286C

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 4 of 16



Remark 5: Actual color of hanging card was darker than client's spec: **639C**



Remark 5: Actual color of hanging card was close to 641C

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 5 of 16

IV. CONCLUSION

FAILED




Approved by: Andrew Chiang, Operation Manager

Inspector & Report Reviewer:



Inspector(s): Zero Wu



Report Reviewer: Andrew Jiang

Note: 1. This report reflects our findings at the time and the place of inspection based on random samples selected. 2. This inspection was carried out to the best of our knowledge and abilities, and our responsibility is limited to the exercise of reasonable one. 3. This report does not relieve the sellers from their contractual obligations nor does it prejudice buyer's right for compensation for any apparent and/or hidden defects not detected during our inspection or occurring thereafter. 4. This report does not evidence shipment. 5. Our services are subject to the General Conditions of Service of V-Trust, which is shown at our website and can be sent to you upon written request.

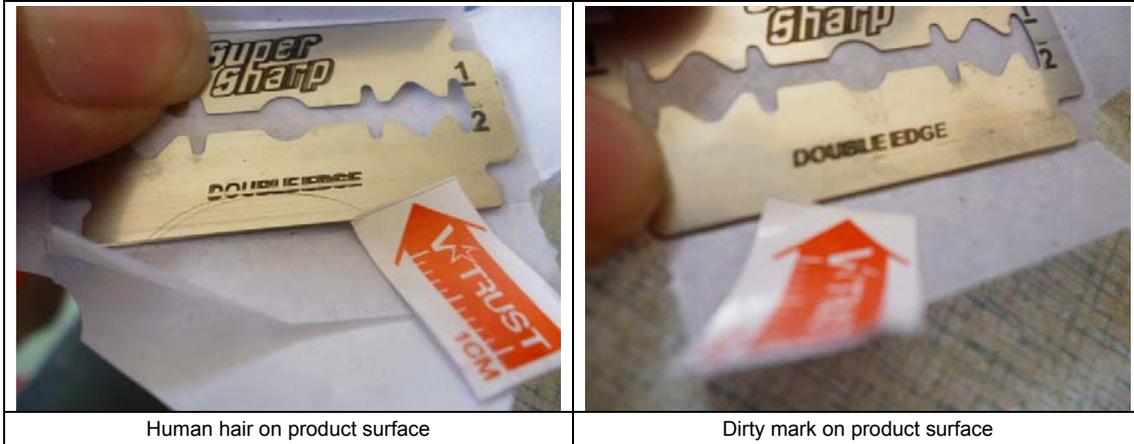
Please find our inspection details from next page (Section A – F).

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 6 of 16

A. QUANTITY										
Quantity					Unit: Tucks					
P.O.	Item	Order Qty	Qty / Carton	Cartons	Quantity Breakdown			Sample Size		
					Packed	Unpacked	Unfinished	Packed	Unpacked	
JL20120702005	Super Edge	1000000 pcs / 200000 Tucks	10000 pcs / 2000 Tucks	100	1000000 pcs / 200000 Tucks	0	0	0	200 Tucks	0
Total:		1000000 pcs / 200000 Tucks	-	100	1000000 pcs / 200000 Tucks	0	0	0	200	0
Selected Cartons :										
10 Cartons were selected randomly on site.										
Carton No.:		/	/	/	/	/	/	/	/	/
Result:	Passed									
Remark:										

B. WORKMANSHIP						
Inspection Standard:	-	AQL	Accepted	Total Found	Result	
Sampling Plan:	-	Critical: Not Allowed	0	0	Passed	
Inspection Level:	Fixed Sample Size	Major: 2.5	10	1	Passed	
Sample Size:	200 Tucks /1000 PCS	Minor: 4.0	14	1	Passed	
Workmanship Defectives / Function Inspection Findings						
Description				Critical	Major	Minor
For Item Super Edge Sample size: 200 Tucks / 1000 PCS						
1.	Human hair on product surface				1	
2.	Dirty mark on product surface					1
Total found:				0	1	1
Accepted:				0	10	14
Sample size:				200	200	200
Result:	Failed Refer to Remark 1 and 2					
Remark:						
Note: A <u>Defective</u> is defined as a unit of product that contains one or more defects. A <u>Defect</u> is defined as any non-conformance of the inspected unit of product with specified requirements. A single defect is taken into account per each defective unit; only one most serious defect is taken into account per each defective unit.						
1	Defect photos of Item					

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 7 of 16



C. ON-SITE TESTS				
	Description	Method	Sample Size	Result / Reading
1	Color comparison check	Check with client's Spec with Pantone	5 pcs	Pending
2	Smell checking	should be as the client requirement	200 sets	Passed
3	Carton drop test	One corner, three edges, six sides, at height of 24inch (9.5kg~18.6kg) on the cement floor	0	Pending
4	Rub check	Rub for 15s by cloth with water	2 pcs	Passed
5	Tape check	Use 3M tape for coating, electroplate and printing (logo, rating label and so on)	2 pcs	Passed
6	Assembly check	Follow product instruction and ease for assembly	0	Pending
7	Edge parallel check	to check if the two sharp edges are parallel, any chip, not smooth or other quality issue.	200 sets	Passed
8	Material hardness check	to test the steel hardness.	0	Pending
9	The sharpness of the blade test	to check the blade edge sharpness. (Factory's standard: <20N)	5 pcs	Actual finding 9.75-12.66N
Result: Pending				
Remark:				

*Refer to V-Trust Work Instruction: VTR-WI-CZ-0002.

D. PRODUCT SPECIFICATION					
	Client's Spec.	Ref. Sample	1# Sample	2# Sample	3# Sample
Item No.:	Super Edge				
L x W (cm)	/	/	42.8 x 22.2	42.8 x 22.2	42.8 x 22.2
Thickness (mm)	/	/	0.1	0.1	0.1
Tuck box size (cm)	/	/	5 x 2.6	5 x 2.6	5 x 2.6
Hanging card size (cm)	/	/	29.5 x 20.7	29.5 x 20.7	29.5 x 20.7
Net Weight (g)	/	/	5.75	5.59	5.68
Result: N/A No client spec., actual finding & record.					
Remark:					

Address: 1410-1411 West Tower, Poly World Trade Centre, 1000 Xingang Road E., Guangzhou, China
Tel: +86-20-89089938 Fax: +86-20-89089025 E-mail: cs@v-trust.com Website: www.v-trust.com

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 8 of 16

E. PACKING								
Package Details								
Item No.	Qty / Carton		Carton Size L×W×H (cm)		Gross Weight (KG)		Qty / Inner box	
	Marking	Actual	Marking	Actual	Marking	Actual	Marking	Actual
Super Edge	10000	10000	45.5 x 36.5 x 22	46 x 37.5 x 23	14	13.85	/	/
Export Carton Details								
Fastening Metal Staples		Yes		Nylon Band		Yes		
Material		Cardboard		Corrugated Paper Plies		5-ply		
Packing Method								
5 pcs products were packed into 1 color box as 1 tuck set, 20 tucks in 1 hanging card, 10 hanging cards in 1 polybag package, 10 polybag packages (total 10000 pcs) in 1 master carton								
Assortment Method								
No assortment								
Result: Passed								
Remark:		The result was Passed because the actual measuring difference was within tolerance / 10%.						

F. MARKING & LABELING		
Barcode/Labeling/Printing		
Name	Location	Result
Barcode	On color box	Passed
Marking & logo	On product	Passed
Instruction manual and documentation check	Provided By	
Nil	Nil	Nil
Shipping Marks		
Shipping Marks (on <u>2</u> side)		Passed
Side Marks (on <u>2</u> side)		Passed
Inner Box Marks (on <u>1</u> side)		N/A
Result: Passed		
Remark:		

G. CLIENT SPECIAL REQUIREMENT		
	Client Requirements	Result
1.	Nil	N/A
Result: N/A No client special requirement.		
Remark:		

H. PHOTOS	
1	Photos of Item Super Edge

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 9 of 16



Master carton



Carton gross weight check



Carton gross weight check



Shipping mark

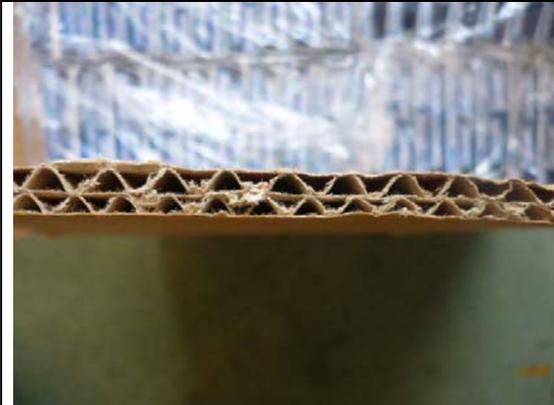


Side mark



Open carton

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 10 of 16



5-ply



Polybag package (10 hanging cards)



Hanging card



Hanging card



Details



Details

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 11 of 16



Hanging card



Hanging card



Details



Tuck box

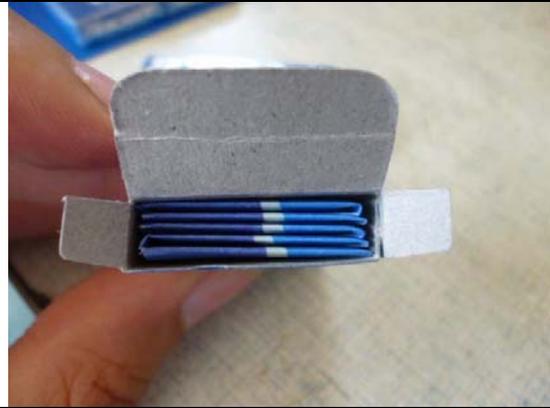


Tuck box



Tuck box

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 12 of 16



Open box



5 products



Product package



Color paper



Inner paper

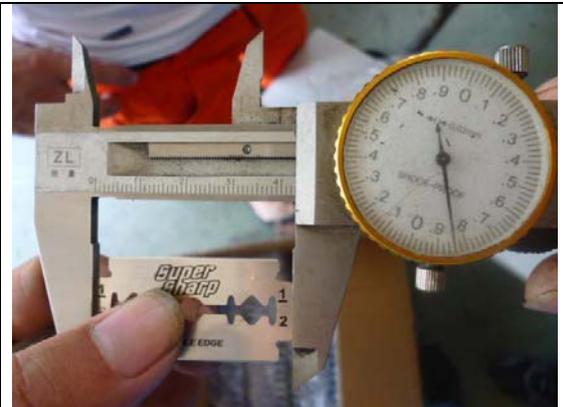


Product

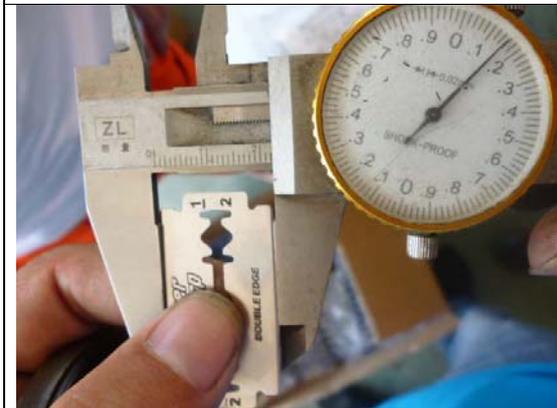
	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 13 of 16



Product



Product length check

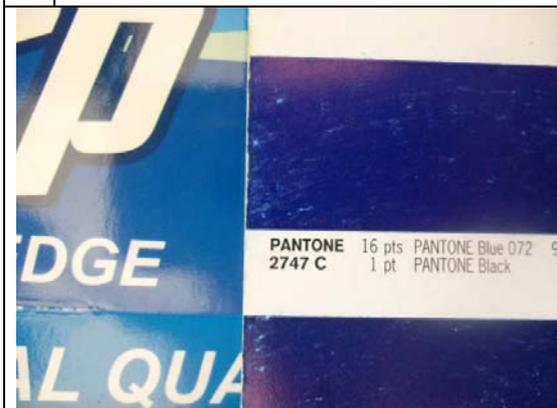


Product width check



Product thickness check

2 | **Photos of On-site test**



Color comparison check



Color comparison check

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 14 of 16



Color comparison check

Color comparison check



Tape check



Rub check



Unit net weight check



The sharpness of the blade test

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 15 of 16



The sharpness of the blade test



The sharpness of the blade test



The sharpness of the blade test

Nil

Nil

3	Photos of Other information
---	------------------------------------



Packed goods in warehouse

Nil

Nil

***** **This is The End of the Report** *****

Note: 1. This report reflects our findings at the time and the place of inspection based on random samples selected. 2. This inspection was carried out to the best of our knowledge and abilities, and our responsibility is limited to the exercise of reasonable one. 3. This report does

Address: 1410-1411 West Tower, Poly World Trade Centre, 1000 Xingang Road E., Guangzhou, China
 Tel: +86-20-89089938 Fax: +86-20-89089025 E-mail: cs@v-trust.com Website: www.v-trust.com

V-TRUST Copyright © All Rights Reserved

	INSPECTION REPORT	Client:	ROMOIDEAS	Conclusion
		Report Date:	17 August 2012	FAILED
		Inspection No.:	G074223	
		Form No.:	VTR-QR-CZ-RF-001 V5.5	Page 16 of 16

not relieve the sellers from their contractual obligations nor does it prejudice buyer's right for compensation for any apparent and/or hidden defects not detected during our inspection or occurring thereafter. 4. This report does not evidence shipment. 5. Our services are subject to the General Conditions of Service of V-Trust, which is shown at our website and can be sent to you upon written request.

ANEXO 10

CÓDIGO DE TRABAJO

DIRECCIÓN NACIONAL DE ASESORÍA JURÍDICA DE LA PGE

CÓDIGO DEL TRABAJO

Codificación 17, publicada en el Registro Oficial Suplemento 167 de 16-Dic-2005
Contiene hasta la reforma del 26-Sep-2012

ACTUALIZADO A MAYO 2013

LA COMISION DE LEGISLACION Y
CODIFICACION

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION
DEL CODIGO DEL TRABAJO

INTRODUCCION

La Comisión de Legislación y Codificación del H. Congreso Nacional de conformidad con la Constitución Política de la República, ha considerado menester realizar la presente Codificación del Código del Trabajo con la finalidad de mantener actualizada la legislación laboral, observando las disposiciones de la Constitución Política de la República; convenios con la Organización Internacional del Trabajo, OIT, ratificados por el Ecuador; leyes reformativas a éste Código; observaciones formuladas por el H. doctor Marco Proaño Maya, Diputado de la República; Código de la Niñez y Adolescencia; Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa y de Unificación y Homologación de las Remuneraciones del Sector Público; y, resoluciones del Tribunal Constitucional.

Con estos antecedentes la Comisión de Legislación y Codificación codificó las disposiciones de éste Código, de las cuales resaltamos la no inclusión de los artículos 115 y 116 derogados tácitamente por lo dispuesto en el Art. 94 de la Ley para la Transformación Económica del Ecuador, que en su inciso sexto, establece que a partir de la vigencia de esta Ley, la bonificación complementaria y la compensación por el incremento del costo de vida, pasan a denominarse "Componentes Salariales en proceso de incorporación a las remuneraciones", y suprime todas las referencias que aludan a "bonificación complementaria" y "compensación por el incremento del costo de vida"; no se incluyen

los artículos 205 y 206 subtitulados "Derecho al fondo de reserva por servicios anteriores a 1938", y "Reglas para la aplicación del artículo anterior", respectivamente; no se incluye el artículo 212 subtulado "Préstamos hipotecarios anteriores al 8 de julio de 1955" armonizando con lo dispuesto en la Ley de Seguridad Social; no se incluye el inciso final del artículo 408 de conformidad a la Resolución de la Corte Suprema de Justicia del 25 de mayo de 1989, publicada en el Registro Oficial No. 213 del 16 de junio de 1989; igualmente no se incluye el número 4 del artículo 550 referente al Departamento de Salario Mínimo, en atención a que es el Consejo Nacional de Salarios el que establece el sueldo o salario básico unificado para los trabajadores en general, además de que el Departamento de Salarios que anteriormente funcionaba adscrito a la Dirección General al momento se ha transformado en la Unidad Técnica Salarial, adscrita al Ministerio de Trabajo y Empleo; y no se incluyen los artículos 552 y 554 ya que no existe el cargo ni función de subinspector.

De igual manera, en esta codificación se han codificado y sistematizado los textos de los siguientes artículos que constan con la nueva numeración: Texto del artículo 35 de conformidad a lo establecido en el Convenio con la OIT No. 138, y al Código de la Niñez y Adolescencia que derogó el Código de Menores; el artículo 87 en concordancia al Convenio No. 95 con la OIT, ratificado por el Ecuador que admite el pago con cheque o acreditación en cuenta; en el artículo 97 no se incluyen tres incisos introducidos por la Ley 2000-1, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 144 del 18 de agosto del 2000, que fueron declarados inconstitucionales por resolución del Tribunal Constitucional No. 193, publicada en el Primer Suplemento del Registro Oficial No. 234 del 29 de diciembre del 2000; el artículo 472 se armoniza de conformidad con el artículo 4 del Convenio 87 con la OIT: Sobre la Libertad

Sindical y la Protección del Derecho de Sindicación 1948; y, el artículo 493 se armoniza conforme lo establecido en el Decreto 338, publicado en el Registro Oficial No. 77 del 30 de noviembre de 1998, que crea la Dirección Regional de Ambato.

Acogiendo las observaciones formuladas por el H. doctor Marco Proaño Maya, se ha ordenado sistemáticamente las siguientes disposiciones que constan con la nueva numeración: El texto del artículo 2; el segundo inciso del artículo 3; se agrega un inciso al artículo 48; el artículo 79; inciso final del artículo 97; el artículo 99; en los artículos 104 y 107 se sustituyen las referencias del "Ministerio de Economía y Finanzas" por "Servicio de Rentas Internas"; los textos de los artículos 136 y 150; se agregan dos incisos al artículo 157; en el artículo 158 se armoniza el número 1 y se suprime el número 4; redacción del número 4 del artículo 161; y, se agrega un inciso al artículo 262.

Adicionalmente, no se incluyen disposiciones de la Ley para la Promoción de la Inversión y Participación Ciudadana, que fueron declaradas inconstitucionales por el Tribunal Constitucional conforme Resolución No. 193-2000 TP, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 234 del 29 de diciembre del 2000.

Finalmente, se han incluido las disposiciones que regulan el procedimiento oral en la solución de controversias individuales de trabajo, que en esta codificación constan en los artículos 575 al 588 inclusive, así como las Disposiciones Transitorias correspondientes.

TITULO PRELIMINAR DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1.- **Ámbito de este Código.**- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.

Art. 2.- **Obligatoriedad del trabajo.**- El trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- **Libertad de trabajo y contratación.**- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado.

Art. 4.- **Irrenunciabilidad de derechos.**- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 5.- **Protección judicial y administrativa.**- Los funcionarios judiciales y administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

Art. 6.- **Leyes supletorias.**- En todo lo que no estuviere expresamente prescrito en este Código, se aplicarán las disposiciones de los Códigos Civil y de Procedimiento Civil.

Art. 7.- **Aplicación favorable al trabajador.**- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los funcionarios judiciales y administrativos las aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

TITULO I DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Capítulo I De su naturaleza y especies

Parágrafo 1ro. Definiciones y reglas generales

Art. 8.- **Contrato individual.**- Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

Art. 9.- Concepto de trabajador.- La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 10.- Concepto de empleador.- La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

El Estado, los consejos provinciales, las municipalidades y demás personas jurídicas de derecho público tienen la calidad de empleadores respecto de los obreros de las obras públicas nacionales o locales. Se entiende por tales obras no sólo las construcciones, sino también el mantenimiento de las mismas y, en general, la realización de todo trabajo material relacionado con la prestación de servicio público, aun cuando a los obreros se les hubiere extendido nombramiento y cualquiera que fuere la forma o período de pago. Tienen la misma calidad de empleadores respecto de los obreros de las industrias que están a su cargo y que pueden ser explotadas por particulares.

También tienen la calidad de empleadores: la Empresa de Ferrocarriles del Estado y los cuerpos de bomberos respecto de sus obreros.

Art. 11.- Clasificación.- El contrato de trabajo puede ser:

- a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;
- b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;
- c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;
- d) A prueba;
- e) Por obra cierta, por tarea y a destajo;
- f) Por enganche;
- g) Individual, de grupo o por equipo; y,
- h) **Nota:** Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

Art. 12.- Contratos expreso y tácito.- El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito.

A falta de estipulación expresa, se considera tácito toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

Art. 13.- Formas de remuneración.- En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

Art. 14.- Estabilidad mínima y excepciones.- Establécese un año como tiempo mínimo de duración, de todo contrato por tiempo fijo o por tiempo indefinido, que celebren los trabajadores con empresas o empleadores en general, cuando la actividad o labor sea de naturaleza estable o permanente, sin que por esta circunstancia los contratos por tiempo indefinido se transformen en contratos a plazo, debiendo considerarse a tales trabajadores para los efectos de esta Ley como estables o permanentes.

Se exceptúan de lo dispuesto en el inciso anterior:

- a) Los contratos por obra cierta, que no sean habituales en la actividad de la empresa o empleador;
- b) Los contratos eventuales, ocasionales y de temporada;
- c) Los de servicio doméstico;
- d) Los de aprendizaje;
- e) Los celebrados entre los artesanos y sus operarios;
- f) Los contratos a prueba;
- g) **Nota:** Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008; y,
- h) Los demás que determine la ley.

Art. 15.- Contrato a prueba.- En todo contrato de aquellos a los que se refiere el inciso primero del artículo anterior, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para completar el año. Tal contrato no podrá celebrarse sino una sola vez entre las mismas partes.

Durante el plazo de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente.

El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con contrato a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio. Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales.

La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje arriba indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.

Art. 16.- Contratos por obra cierta, por tarea y a destajo.- El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierte en ejecutarla.

En el contrato por tarea, el trabajador se compromete a ejecutar una determinada cantidad de obra o trabajo en la jornada o en un período de tiempo previamente establecido. Se entiende concluida la jornada o período de tiempo, por el hecho de cumplirse la tarea.

En el contrato a destajo, el trabajo se realiza por piezas, trozos, medidas de superficie y, en general, por unidades de obra, y la remuneración se pacta para cada una de ellas, sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la labor.

Art. 17.- Contratos eventuales, ocasionales, de temporada.- Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente por vacaciones, licencia, enfermedad, maternidad y situaciones similares; en cuyo caso, en el contrato deberá

puntualizarse las exigencias circunstanciales que motivan la contratación, el nombre o nombres de los reemplazados y el plazo de duración de la misma.

También se podrán celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción o servicios en actividades habituales del empleador, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de ciento ochenta días continuos o discontinuos dentro de un lapso de trescientos sesenta y cinco días. Si la circunstancia o requerimiento de los servicios del trabajador se repite por más de dos períodos anuales, el contrato se convertirá en contrato de temporada. El sueldo o salario que se pague en los contratos eventuales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador.

Son contratos ocasionales, aquellos cuyo objeto es la atención de necesidades emergentes o extraordinarias, no vinculadas con la actividad habitual del empleador, y cuya duración no excederá de treinta días en un año. El sueldo o salario que se pague en los contratos ocasionales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador.

Son contratos de temporada aquellos que en razón de la costumbre o de la contratación colectiva, se han venido celebrando entre una empresa o empleador y un trabajador o grupo de trabajadores, para que realicen trabajos cíclicos o periódicos, en razón de la naturaleza discontinua de sus labores, gozando estos contratos de estabilidad, entendida, como el derecho de los trabajadores a ser llamados a prestar sus servicios en cada temporada que se requieran. Se configurará el despido intempestivo si no lo fueren.

Corresponde al Director Regional del Trabajo, en sus respectivas jurisdicciones, el control y vigilancia de estos contratos.

Nota: Artículo reformado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

Nota: Incisos segundo y tercero reformados por Ley No. 00, publicada en Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de Diciembre del 2010.

Art. 18.- Contrato escrito.- El contrato escrito puede celebrarse por instrumento público o por instrumento privado. Constará en un libro especial y se conferirá copia, en cualquier tiempo, a la persona que lo solicitare.

Art. 19.- Contrato escrito obligatorio.- Se celebrarán por escrito los siguientes contratos:

- a) Los que versen sobre trabajos que requieran conocimientos técnicos o de un arte, o de una profesión determinada;
- b) Los de obra cierta cuyo valor de mano de obra exceda de cinco salarios mínimos vitales generales vigentes;
- c) Los a destajo o por tarea, que tengan más de un año de duración;
- d) Los a prueba;
- e) Los de enganche;
- f) Los por grupo o por equipo;
- g) Los eventuales, ocasionales y de temporada;
- h) Los de aprendizaje;
- i) Los que se estipulan por uno o más años;
- j) Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008; y,
- k) Los que se celebren con adolescentes que han cumplido quince años, incluidos los de aprendizaje; y
- l) En general, los demás que se determine en la ley.

Nota: Artículo reformado por Ley No. 39, publicada en Registro Oficial 250 de 13 de Abril del 2006.

Art. 20.- Autoridad competente y registro.- Los contratos que deben celebrarse por escrito se registrarán dentro de los treinta días siguientes a su suscripción ante el inspector del trabajo del lugar en el que preste sus servicios el trabajador, y a falta de éste, ante el Juez de Trabajo de la misma jurisdicción. En esta clase de contratos se observará lo dispuesto en el Art. 18 de este Código.

En el caso que el empleador no cumpliera con la obligación señalada en el inciso anterior, respecto de los contratos celebrados con los adolescentes que se señalan en el literal k) del artículo anterior, será sancionado por los Directores Regionales de Trabajo con el máximo de la pena prevista en el artículo 628 de este Código, sin perjuicio de su obligación de registrarlo. El adolescente podrá solicitar por sí mismo tal registro.

En caso de no haberse celebrado contrato escrito, el adolescente podrá probar la relación laboral por cualquier medio, inclusive con el juramento deferido.

Siempre que una persona se beneficie del trabajo de un adolescente, se presume, para todos los efectos legales, la existencia de una relación laboral.

Nota: Artículo reformado por Ley No. 39, publicada en Registro Oficial 250 de 13 de Abril del 2006.

Art. 21.- Requisitos del contrato escrito.- En el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a:

1. La clase o clases de trabajo objeto del contrato;
2. La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.;
3. La cuantía y forma de pago de la remuneración;
4. Tiempo de duración del contrato;
5. Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo; y,
6. La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad.

Estos contratos están exentos de todo impuesto o tasa.

Art. 22.- Condiciones del contrato tácito.- En los contratos que se consideren tácitamente celebrados, se tendrán por condiciones las determinadas en las leyes, los pactos colectivos y los usos y costumbres del lugar, en la industria o trabajo de que se trate.

En general, se aplicarán a estos contratos las mismas normas que rigen los expresos y producirán los mismos efectos.

Art. 23.- Sujeción a los contratos colectivos.- De existir contratos colectivos, los individuales no podrán realizarse sino en la forma y condiciones fijadas en aquellos.

Art. 23.1.- El Ministerio del ramo podrá regular aquellas relaciones de trabajo especiales que no estén reguladas en este Código, de acuerdo a la Constitución de la República.

Nota: Artículo agregado por Ley No. 00, publicada en Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de Diciembre del 2010.

Parágrafo 2do.

De los contratos de enganche, de grupo y de equipo

Art. 24.- Enganche para el exterior.- En los casos en que fueren contratados trabajadores, individual o colectivamente por enganche, para prestar servicios fuera del país, los contratos deberán forzosamente celebrarse por escrito.

Art. 25.- Apoderado del enganchador.- El enganchador de trabajadores deberá tener en el Ecuador, por el tiempo que duren los contratos y un año más a partir de la terminación de los mismos, un apoderado legalmente constituido que responda por las reclamaciones o demandas de los trabajadores o de sus parientes.

Art. 26.- Fianza.- Los empresarios, los contratistas y todos los que se dediquen al enganche de trabajadores destinados a servir fuera del país, están especialmente obligados a rendir fianza ante la autoridad que intervenga en el contrato, por una cantidad igual, por lo menos, en cada caso, al valor del pasaje de regreso de los trabajadores contratados, desde el lugar del trabajo hasta el de su procedencia.

Art. 27.- Autorización para salida de enganchados.- La Dirección Nacional de Migración no autorizará la salida de los trabajadores enganchados, sin la presentación por parte del empresario o enganchador, de la escritura o documento en que conste la caución de que trata el artículo anterior.

Art. 28.- Vigilancia del cumplimiento de contratos.- El Ministro de Trabajo y Empleo encargará al representante diplomático o consular de la República en el lugar donde se hallen los trabajadores contratados, la mayor vigilancia acerca del cumplimiento de los contratos, de los que se le remitirán copias, y se le pedirán informes periódicamente.

Art. 29.- Enganche para el país.- Cuando el enganche se haga para prestar servicios dentro del país en lugar diverso de la residencia habitual de los trabajadores o en diferente provincia, el contrato debe constar por escrito y en él se estipulará que los gastos de ida y de regreso serán de cargo del

empleador; tales contratos llevarán la aprobación del funcionario de trabajo del lugar donde se realice el enganche.

Art. 30.- Prohibición.- Queda expresamente prohibido el enganche de menores de dieciocho años de edad, para destinarlos a trabajos fuera del país.

Art. 31.- Trabajo de grupo.- Si el empleador diere trabajo en común a un grupo de trabajadores conservará, respecto de cada uno de ellos, sus derechos y deberes de empleador.

Si el empleador designare un jefe para el grupo, los trabajadores estarán sometidos a las órdenes de tal jefe para los efectos de la seguridad y eficacia del trabajo; pero éste no será representante de los trabajadores sino con el consentimiento de ellos.

Si se fijare una remuneración única para el grupo, los individuos tendrán derecho a sus remuneraciones según lo pactado, a falta de convenio especial, según su participación en el trabajo.

Si un individuo se separare del grupo antes de la terminación del trabajo, tendrá derecho a la parte proporcional de la remuneración que le corresponda en la obra realizada.

Art. 32.- Contrato de equipo.- Si un equipo de trabajadores, organizado jurídicamente o no, celebrare contrato de trabajo con uno o más empleadores, no habrá distinción de derechos y obligaciones entre los componentes del equipo; y el empleador o empleadores, como tales, no tendrán respecto de cada uno de ellos deberes ni derechos, sino frente al grupo.

En consecuencia, el empleador no podrá despedir ni desahuciar a uno o más trabajadores del equipo y, en caso de hacerlo, se tendrá como despido o desahucio a todo el grupo y deberá las indemnizaciones correspondientes a todos y cada uno de sus componentes.

Sin embargo, en caso de indisciplina o desobediencia graves a los reglamentos internos legalmente aprobados, falta de probidad o conducta inmoral del trabajador, o injurias graves irrogadas al empleador, su cónyuge, conviviente en unión de hecho, ascendientes o descendientes o a su representante, el empleador notificará al jefe o representante del equipo para la sustitución

del trabajador. En caso de oposición, el Juez del Trabajo resolverá lo conveniente.

En los casos de riesgos del trabajo, el trabajador tendrá su derecho personal para las indemnizaciones, de acuerdo con las normas generales.

Art. 33.- Jefe de equipo.- El jefe elegido o reconocido por el equipo representará a los trabajadores que lo integren, como un gestor de negocios, pero necesitará autorización especial para cobrar y repartir la remuneración común.

Art. 34.- Sustitución de trabajador.- Si un trabajador dejare de pertenecer al equipo podrá ser sustituido por otro, previa aceptación del empleador.

Si el empleador pusiere auxiliares o ayudantes a disposición del equipo, no se los considerará miembros de éste.

Capítulo II De la capacidad para contratar

Art. 35.- Quienes pueden contratar.- Son hábiles para celebrar contratos de trabajo todos los que la Ley reconoce con capacidad civil para obligarse. Sin embargo, los adolescentes que han cumplido quince años de edad tienen capacidad legal para suscribir contratos de trabajo, sin necesidad de autorización alguna y recibirán directamente su remuneración.

Nota: Artículo sustituido por Ley No. 39, publicada en Registro Oficial 250 de 13 de Abril del 2006.

Art. 36.- Representantes de los empleadores.- Son representantes de los empleadores los directores, gerentes, administradores, capitanes de barco, y en general, las personas que a nombre de sus principales ejercen funciones de dirección y administración, aún sin tener poder escrito y suficiente según el derecho común.

El empleador y sus representantes serán solidariamente responsables en sus relaciones con el trabajador.

Nota: TRIPLE REITERACION:

No es obligación del trabajador saber cual es la persona que ejerce la representación judicial de una empresa o institución, para

dirigir contra él su acción. Bástale dirigirse en la demanda contra las personas que ejercen funciones de dirección y administración.

Ver los fallos II-A, II-B y II-C de la Gaceta Judicial de Mayo - Agosto de 1998, página 3241.

La responsabilidad solidaria que consagra el Art. 36 del Código del Trabajo permite al trabajador demandar a aquel que ejerce funciones de dirección y administración y no necesariamente al representante legal.

Ver los fallos VII-A, VII-B y VII-C de la Gaceta Judicial de Mayo - Agosto de 1998, página 3254.

El trabajador puede dirigir la demanda en contra de quien ejerce funciones de dirección y administración; no sólo contra el representante legal.

Capítulo III De los efectos del contrato de trabajo

Art. 37.- Regulación de los contratos.- Los contratos de trabajo están regulados por las disposiciones de este Código, aún a falta de referencia expresa y a pesar de lo que se pacte en contrario.

Art. 38.- Riesgos provenientes del trabajo.- Los riesgos provenientes del trabajo son de cargo del empleador y cuando, a consecuencia de ellos, el trabajador sufre daño personal, estará en la obligación de indemnizarle de acuerdo con las disposiciones de este Código, siempre que tal beneficio no le sea concedido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Art. 39.- Divergencias entre las partes.- En caso de divergencias entre empleador y trabajador sobre la remuneración acordada o clase de trabajo que el segundo debe ejecutar, se determinarán, una y otra, por la remuneración percibida y la obra o servicios prestados durante el último mes.

Si esta regla no bastare para determinar tales particulares, se estará a la costumbre establecida en la localidad para igual clase de trabajo.

Art. 40.- Derechos exclusivos del trabajador.- El empleador no podrá hacer efectivas las obligaciones contraídas por el trabajador en los contratos que, debiendo haber sido celebrados por escrito, no lo hubieren sido;

pero el trabajador sí podrá hacer valer los derechos emanados de tales contratos.

En general, todo motivo de nulidad que afecte a un contrato de trabajo sólo podrá ser alegado por el trabajador.

Art. 41.- Responsabilidad solidaria de empleadores.- Cuando el trabajo se realice para dos o más empleadores interesados en la misma empresa, como condueños, socios o copartícipes, ellos serán solidariamente responsables de toda obligación para con el trabajador.

Nota: Inciso segundo derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

Capítulo IV **De las obligaciones del empleador y del trabajador**

Art. 42.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana;
5. Establecer escuelas elementales en beneficio de los hijos de los trabajadores, cuando se trate de centros permanentes de trabajo ubicados a más de dos kilómetros de distancia de las poblaciones y siempre que la población escolar sea por lo menos de veinte niños, sin perjuicio de las obligaciones empresariales con relación a los trabajadores analfabetos;
6. Si se trata de fábricas u otras empresas que tuvieren diez o más trabajadores, establecer almacenes de artículos de primera necesidad para suministrarlos a precios de costo a ellos y

a sus familias, en la cantidad necesaria para su subsistencia. Las empresas cumplirán esta obligación directamente mediante el establecimiento de su propio comisariato o mediante la contratación de este servicio conjuntamente con otras empresas o con terceros.

El valor de dichos artículos le será descontado al trabajador al tiempo de pagársele su remuneración.

Los empresarios que no dieran cumplimiento a esta obligación serán sancionados con multa de 4 a 20 dólares de los Estados Unidos de América diarios, tomando en consideración la capacidad económica de la empresa y el número de trabajadores afectados, sanción que subsistirá hasta que se cumpla la obligación;

7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;
8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;
9. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales. Tales permisos se concederán sin reducción de las remuneraciones;
10. Respetar las asociaciones de trabajadores;
11. Permitir a los trabajadores faltar o ausentarse del trabajo para desempeñar comisiones de la asociación a que pertenezcan, siempre que ésta dé aviso al empleador con la oportunidad debida.

Los trabajadores comisionados gozarán de licencia por el tiempo necesario y volverán al puesto que ocupaban conservando todos los derechos derivados de sus respectivos contratos; pero no ganarán la remuneración correspondiente al tiempo perdido;

12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;

13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;

14. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.

Cuando el trabajador se separare definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:

- a) El tiempo de servicio;
- b) La clase o clases de trabajo; y,
- c) Los salarios o sueldos percibidos;

15. Atender las reclamaciones de los trabajadores;

16. Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo;

17. Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones de este Código y darles los informes que para ese efecto sean indispensables.

Los empleadores podrán exigir que presenten credenciales;

18. Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;

19. Pagar al trabajador, cuando no tenga derecho a la prestación por parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el cincuenta por ciento de su remuneración en caso de enfermedad no profesional, hasta por dos meses en cada año, previo certificado médico que acredite la imposibilidad para el trabajo o la necesidad de descanso;

20. Proporcionar a las asociaciones de trabajadores, si lo solicitaren, un local para que instalen sus oficinas en los centros de trabajo situados fuera de las poblaciones. Si no existiere uno adecuado, la asociación podrá emplear para este fin cualquiera de los locales asignados para alojamiento de los trabajadores;

21. Descontar de las remuneraciones las cuotas que, según los estatutos de la asociación, tengan que abonar los trabajadores, siempre que la asociación lo solicite;

22. Pagar al trabajador los gastos de ida y vuelta, alojamiento y alimentación cuando, por

razones del servicio, tenga que trasladarse a un lugar distinto del de su residencia;

23. Entregar a la asociación a la cual pertenezca el trabajador multado, el cincuenta por ciento de las multas, que le imponga por incumplimiento del contrato de trabajo;

24. La empresa que cuente con cien o más trabajadores está obligada a contratar los servicios de un trabajador social titulado. Las que tuvieren trescientos o más, contratarán otro trabajador social por cada trescientos de excedente. Las atribuciones y deberes de tales trabajadores sociales serán los inherentes a su función y a los que se determinen en el título pertinente a la "Organización, Competencia y Procedimiento";

25. Pagar al trabajador reemplazante una remuneración no inferior a la básica que corresponda al reemplazado;

26. Acordar con los trabajadores o con los representantes de la asociación mayoritaria de ellos, el procedimiento de quejas y la constitución del comité obrero patronal;

27. Conceder permiso o declarar en comisión de servicio hasta por un año y con derecho a remuneración hasta por seis meses al trabajador que, teniendo más de cinco años de actividad laboral y no menos de dos años de trabajo en la misma empresa, obtuviere beca para estudios en el extranjero, en materia relacionada con la actividad laboral que ejercita, o para especializarse en establecimientos oficiales del país, siempre que la empresa cuente con quince o más trabajadores y el número de becarios no exceda del dos por ciento del total de ellos.

El becario, al regresar al país, deberá prestar sus servicios por lo menos durante dos años en la misma empresa;

28. Facilitar, sin menoscabo de las labores de la empresa, la propaganda interna en pro de la asociación en los sitios de trabajo, la misma que será de estricto carácter sindicalista;

29. Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;

30. Conceder tres días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente en unión de hecho o de sus parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad;

31. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar

avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;

32. Las empresas empleadoras registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están obligadas a exhibir, en lugar visible y al alcance de todos sus trabajadores, las planillas mensuales de remisión de aportes individuales y patronales y de descuentos, y las correspondientes al pago de fondo de reserva, debidamente selladas por el respectivo Departamento del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Los inspectores del trabajo y los inspectores del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social tienen la obligación de controlar el cumplimiento de esta obligación; se concede, además, acción popular para denunciar el incumplimiento.

Las empresas empleadoras que no cumplieren con la obligación que establece este numeral serán sancionadas por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con la multa de un salario mínimo vital, cada vez, concediéndoles el plazo máximo de diez días para este pago, vencido el cual procederá al cobro por la coactiva;

33. El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad, en el primer año de vigencia de esta Ley, contado desde la fecha de su publicación en el Registro Oficial. En el segundo año, la contratación será del 1% del total de los trabajadores, en el tercer año el 2%, en el cuarto año el 3% hasta llegar al quinto año en donde la contratación será del 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los sucesivos años.

Esta obligación se hace extensiva a las empresas legalmente autorizadas para la tercerización de servicios o intermediación laboral.

El contrato laboral deberá ser escrito e inscrito en la Inspección del Trabajo correspondiente, que mantendrá un registro específico para el

caso. La persona con discapacidad impedida para suscribir un contrato de trabajo, lo realizará por medio de su representante legal o tutor. Tal condición se demostrará con el carné expedido por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS).

El empleador que incumpla con lo dispuesto en este numeral, será sancionado con una multa mensual equivalente a diez remuneraciones básicas mínimas unificadas del trabajador en general; y, en el caso de las empresas y entidades del Estado, la respectiva autoridad nominadora, será sancionada administrativa y pecuniariamente con un sueldo básico; multa y sanción que serán impuestas por el Director General del Trabajo, hasta que cumpla la obligación, la misma que ingresará en un cincuenta por ciento a las cuentas del Ministerio de Trabajo y Empleo y será destinado a fortalecer los sistemas de supervisión y control de dicho portafolio a través de su Unidad de Discapacidades; y, el otro cincuenta por ciento al Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) para dar cumplimiento a los fines específicos previstos en la Ley de Discapacidades;

34. Contratar un porcentaje mínimo de trabajadoras, porcentaje que será establecido por las Comisiones Sectoriales del Ministerio de Trabajo y Empleo, establecidas en el artículo 122 de este Código.

35. Las empresas e instituciones, públicas o privadas, para facilitar la inclusión de las personas con discapacidad al empleo, harán las adaptaciones a los puestos de trabajo de conformidad con las disposiciones de la Ley de Discapacidades, normas INEN sobre accesibilidad al medio físico y los convenios, acuerdos, declaraciones internacionales legalmente suscritos por el país.

Nota: Números 2. y 33. sustituidos y numeral 35. agregado por Ley No. 28, publicada en Registro Oficial 198 de 30 de Enero del 2006.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial 223 de 7 de Marzo del 2006.

Art. 43.- Derechos de los trabajadores llamados al servicio militar obligatorio.- Cuando los trabajadores ecuatorianos fueren llamados al servicio en filas, por las causales determinadas en la Ley de Servicio Militar Obligatorio en las Fuerzas Armadas Nacionales, las personas jurídicas de derecho público, las de derecho privado con finalidad

social o pública y los empleadores en general, están obligados:

1. A conservar los cargos orgánicos y puestos de trabajo en favor de sus trabajadores que fueren llamados al servicio;
2. A recibir al trabajador en el mismo cargo u ocupación que tenía al momento de ser llamado al servicio, siempre que se presentare dentro de los treinta días siguientes al de su licenciamiento;
3. A pagarle el sueldo o salario, en la siguiente proporción:

- Durante el primer mes de ausencia al trabajo, el ciento por ciento.
- Durante el segundo mes de ausencia al trabajo, el cincuenta por ciento.
- Durante el tercer mes de ausencia al trabajo, el veinticinco por ciento.

Quienes les reemplazaren interinamente no tendrán derecho a reclamar indemnizaciones por despido intempestivo.

Iguales derechos tendrán los ciudadanos que, en situación de "licencia temporal", fueren llamados al servicio en filas por causas determinadas en las letras a) y b) del artículo 57 de la Ley de Servicio Militar Obligatorio en las Fuerzas Armadas Nacionales.

Los empleadores que no dieran cumplimiento a lo prescrito en este artículo, serán sancionados con prisión de treinta a noventa días o multa que se impondrá de conformidad con lo previsto en la Ley de Servicio Militar Obligatorio, sin perjuicio de los derechos de los perjudicados a reclamar las indemnizaciones que por la ley les corresponda.

Art. 44.- Prohibiciones al empleador.-
Prohíbese al empleador:

- a) Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado;
- b) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- c) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- d) Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo, o por cualquier otro motivo;

- e) Cobrar al trabajador interés, sea cual fuere, por las cantidades que le anticipe por cuenta de remuneración;
- f) Obligar al trabajador, por cualquier medio, a retirarse de la asociación a que pertenezca o a que vote por determinada candidatura;
- g) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- h) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- i) Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo;
- j) Inferir o conculcar el derecho al libre desenvolvimiento de las actividades estrictamente sindicales de la respectiva organización de trabajadores;
- k) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren; y,
- l) Recibir en trabajos o empleos a ciudadanos remisos que no hayan arreglado su situación militar. El empleador que violare esta prohibición, será sancionado con multa que se impondrá de conformidad con lo previsto en la Ley de Servicio Militar Obligatorio, en cada caso.

En caso de reincidencia, se duplicarán dichas multas.

Art. 45.- Obligaciones del trabajador.- Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;
- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;

- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y,
- j) Las demás establecidas en este Código.

Art. 46.- Prohibiciones al trabajador.- Es prohibido al trabajador:

- a) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo;
- b) Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;
- d) Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;
- e) Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso del empleador;
- f) Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;
- g) Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
- h) Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga; e,
- i) Abandonar el trabajo sin causa legal.

Capítulo V

De la duración máxima de la jornada de trabajo, de los descansos obligatorios y de las vacaciones

Parágrafo 1ro.

De las jornadas y descansos

Art. 47.- De la jornada máxima.- La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

El tiempo máximo de trabajo efectivo en el subsuelo será de seis horas diarias y solamente por concepto de horas suplementarias, extraordinarias o de recuperación, podrá prolongarse por una hora más, con la remuneración y los recargos correspondientes.

Art. 48.- Jornada especial.- Las comisiones sectoriales y las comisiones de trabajo determinarán las industrias en que no sea permitido el trabajo durante la jornada completa, y fijarán el número de horas de labor.

La jornada de trabajo para los adolescentes, no podrá exceder de seis horas diarias durante un período máximo de cinco días a la semana.

Art. 49.- Jornada nocturna.- La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco por ciento.

Art. 50.- Límite de jornada y descanso forzoso.- Las jornadas de trabajo obligatorio no pueden exceder de cinco en la semana, o sea de cuarenta horas hebdomadarias.

Los días sábados y domingos serán de descanso forzoso y, si en razón de las circunstancias, no pudiere interrumpirse el trabajo en tales días, se designará otro tiempo igual de la semana para el descanso, mediante acuerdo entre empleador y trabajadores.

Art. 51.- Duración del descanso.- El descanso de que trata el artículo anterior lo gozarán a la vez todos los trabajadores, o por turnos si así lo exigiere la índole de las labores que realicen. Comprenderá un mínimo de cuarenta y ocho horas consecutivas.

Art. 52.- Trabajo en sábados y domingos.- Las circunstancias por las que, accidental o permanentemente, se autorice el trabajo en los días sábados y domingos, no podrán ser otras que éstas:

1. Necesidad de evitar un grave daño al establecimiento o explotación amenazado por la inminencia de un accidente; y, en general, por caso fortuito o fuerza mayor que demande atención impostergable. Cuando esto ocurra

no es necesario que preceda autorización del inspector del trabajo, pero el empleador quedará obligado a comunicárselo dentro de las veinticuatro horas siguientes al peligro o accidente, bajo multa que será impuesta de conformidad con lo previsto en el artículo 628 de este Código, que impondrá el inspector del trabajo.

En estos casos, el trabajo deberá limitarse al tiempo estrictamente necesario para atender al daño o peligro; y,

2. La condición manifiesta de que la industria, explotación o labor no pueda interrumpirse por la naturaleza de las necesidades que satisfacen, por razones de carácter técnico o porque su interrupción irroque perjuicios al interés público.

Art. 53.- Descanso semanal remunerado.- El descanso semanal forzoso será pagado con la cantidad equivalente a la remuneración íntegra, o sea de dos días, de acuerdo con la naturaleza de la labor o industria.

En caso de trabajadores a destajo, dicho pago se hará tomando como base el promedio de la remuneración devengada de lunes a viernes; y, en ningún caso, será inferior a la remuneración mínima.

Art. 54.- Pérdida de la remuneración.- El trabajador que faltare injustificadamente a media jornada continua de trabajo en el curso de la semana, tendrá derecho a la remuneración de seis días, y el trabajador que faltare injustificadamente a una jornada completa de trabajo en la semana, sólo tendrá derecho a la remuneración de cinco jornadas.

Tanto en el primer caso como en el segundo, el trabajador no perderá la remuneración si la falta estuvo autorizada por el empleador o por la ley, o si se debiere a enfermedad, calamidad doméstica o fuerza mayor debidamente comprobadas, y no excediere de los máximos permitidos.

La jornada completa de falta puede integrarse con medias jornadas en días distintos.

No podrá el empleador imponer indemnización al trabajador por concepto de faltas.

Art. 55.- Remuneración por horas suplementarias y extraordinarias.- Por convenio escrito entre las partes, la jornada de trabajo podrá exceder del límite fijado en los

artículos 47 y 49 de este Código, siempre que se proceda con autorización del inspector de trabajo y se observen las siguientes prescripciones:

1. Las horas suplementarias no podrán exceder de cuatro en un día, ni de doce en la semana;

2. Si tuvieran lugar durante el día o hasta las 24H00, el empleador pagará la remuneración correspondiente a cada una de las horas suplementarias con más un cincuenta por ciento de recargo. Si dichas horas estuvieren comprendidas entre las 24H00 y las 06H00, el trabajador tendrá derecho a un ciento por ciento de recargo. Para calcularlo se tomará como base la remuneración que corresponda a la hora de trabajo diurno;

3. En el trabajo a destajo se tomarán en cuenta para el recargo de la remuneración las unidades de obra ejecutadas durante las horas excedentes de las ocho obligatorias; en tal caso, se aumentará la remuneración correspondiente a cada unidad en un cincuenta por ciento o en un ciento por ciento, respectivamente, de acuerdo con la regla anterior. Para calcular este recargo, se tomará como base el valor de la unidad de la obra realizada durante el trabajo diurno; y,

4. El trabajo que se ejecutare el sábado o el domingo deberá ser pagado con el ciento por ciento de recargo.

Art. 56.- Prohibición.- Ni aún por contrato podrá estipularse mayor duración de trabajo diario que la establecida en el artículo que antecede.

Cuando ocurriere alguno de los casos previstos en el numeral primero del artículo 52 de este Código, se podrá aumentar la jornada, debiendo el empleador dar parte del hecho al inspector del trabajo, dentro del mismo plazo, bajo igual sanción y con las mismas restricciones que se indican en el citado artículo.

Art. 57.- División de la jornada.- La jornada ordinaria de trabajo podrá ser dividida en dos partes, con reposo de hasta de dos horas después de las cuatro primeras horas de labor, pudiendo ser única, si a juicio del Director Regional del Trabajo, así lo impusieren las circunstancias.

En caso de trabajo suplementario, las partes de cada jornada no excederán de cinco horas.

Art. 58.- Funciones de confianza.- Para los efectos de la remuneración, no se considerará como trabajo suplementario el realizado en horas que excedan de la jornada ordinaria, cuando los empleados tuvieren funciones de confianza y dirección, esto es el trabajo de quienes, en cualquier forma, representen al empleador o hagan sus veces; el de los agentes viajeros, de seguros, de comercio como vendedores y compradores, siempre que no estén sujetos a horario fijo; y el de los guardianes o porteros residentes, siempre que exista contrato escrito ante la autoridad competente que establezca los particulares requerimientos y naturaleza de las labores.

Art. 59.- Indemnización al empleador.- Si el trabajador, sin justa causa, dejare de laborar las ocho horas de la jornada ordinaria, perderá la parte proporcional de la remuneración.

En caso de labores urgentes paralizadas por culpa del trabajador, el empleador tendrá derecho a que le indemnice el perjuicio ocasionado. Corresponde al empleador probar la culpa del trabajador.

Art. 60.- Recuperación de horas de trabajo.- Cuando por causas accidentales o imprevistas, fuerza mayor u otro motivo ajeno a la voluntad de empleadores y trabajadores se interrumpiere el trabajo, el empleador abonará la remuneración, sin perjuicio de las reglas siguientes:

1. El empleador tendrá derecho a recuperar el tiempo perdido aumentando hasta por tres horas las jornadas de los días subsiguientes, sin estar obligado al pago del recargo;
2. Dicho aumento durará hasta que las horas de exceso sean equivalentes por el número y el monto de la remuneración, a las del período de interrupción;
3. Si el empleador tuviere a los trabajadores en el establecimiento o fábrica hasta que se renueven las labores, perderá el derecho a la recuperación del tiempo perdido, a menos que pague el recargo sobre la remuneración correspondiente a las horas suplementarias de conformidad con lo prescrito en el artículo 55, reglas 2 y 3 de este Código;
4. El trabajador que no quisiere sujetarse al trabajo suplementario devolverá al empleador lo que hubiere recibido por la remuneración correspondiente al tiempo de la interrupción; y,
5. La recuperación del tiempo perdido sólo podrá exigirse a los trabajadores previa autorización del inspector del trabajo, ante el cual el empleador elevará una solicitud

detallando la fecha y causa de la interrupción, el número de horas que duró, las remuneraciones pagadas, las modificaciones que hubieren de hacerse en el horario, así como el número y determinación de las personas a quienes se deba aplicar el recargo de tiempo.

Art. 61.- Cómputo de trabajo efectivo.- Para el efecto del cómputo de las ocho horas se considerará como tiempo de trabajo efectivo aquel en que el trabajador se halle a disposición de sus superiores o del empleador, cumpliendo órdenes suyas.

Art. 62.- Trabajo en días y horas de descanso obligatorio.- En los días y horas de descanso obligatorio el empleador no podrá exigir al trabajador labor alguna, ni aun por concepto de trabajo a destajo, exceptuándose los casos contemplados en el artículo 52 de este Código.

Art. 63.- Exhibición de horarios de labor.- En todo establecimiento de trabajo se exhibirá en lugar visible el horario de labor para los trabajadores, así como el de los servicios de turno por grupos cuando la clase de labor requiera esta forma.

Las alteraciones de horario a que dieren margen la interrupción y recuperación del trabajo serán publicadas en la misma forma.

El trabajador tendrá derecho a conocer desde la víspera las horas fijas en que comenzará y terminará su turno, cuando se trate de servicios por reemplazos en una labor continua, quedándole también el derecho de exigir remuneración por las horas de espera, en caso de omitirse dichos avisos.

Art. 64.- Reglamento interno.- Las fábricas y todos los establecimientos de trabajo colectivo elevarán a la Dirección Regional del Trabajo en sus respectivas jurisdicciones, copia legalizada del horario y del reglamento interno para su aprobación.

Sin tal aprobación, los reglamentos no surtirán efecto en todo lo que perjudiquen a los trabajadores, especialmente en lo que se refiere a sanciones.

El Director Regional del Trabajo reformará, de oficio, en cualquier momento, dentro de su jurisdicción, los reglamentos del trabajo que estuvieren aprobados, con el objeto de que éstos contengan todas las disposiciones

necesarias para la regulación justa de los intereses de empleadores y trabajadores y el pleno cumplimiento de las prescripciones legales pertinentes.

Copia auténtica del reglamento interno, suscrita por el Director Regional del Trabajo, deberá enviarse a la organización de trabajadores de la empresa y fijarse permanentemente en lugares visibles del trabajo, para que pueda ser conocido por los trabajadores. El reglamento podrá ser revisado y modificado por la aludida autoridad, por causas motivadas, en todo caso, siempre que lo soliciten más del cincuenta por ciento de los trabajadores de la misma empresa.

Parágrafo 2do. De las fiestas cívicas

Art. 65.- Días de descanso obligatorio.- Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre.

Lo son también para las respectivas circunscripciones territoriales y ramas de trabajo, los señalados en las correspondientes leyes especiales.

Art. 66.- Jornada que se considerará realizada.- En las fechas expresadas en el artículo anterior, la jornada se considerará como realizada, para los efectos del pago de la remuneración, siempre que no coincida con los días de descanso semanal.

La disposición del inciso anterior comprende también a los trabajadores a destajo, de acuerdo a lo previsto en el artículo 93 de este Código.

Art. 67.- Pago en caso de licenciamiento.- Cuando por razón de cualquier fiesta no determinada en el artículo 65 de este Código, el empleador licenciare a los trabajadores, estará obligado a pagarles la remuneración de ese día, como si el trabajo se hubiere realizado, a menos que entre empleador y trabajador hubiere mediado convenio expreso para la suspensión del trabajo, pues en tal caso nada deberá el primero al segundo por este concepto.

Art. 68.- Prohibición de trabajo.- En los días de descanso obligatorio queda prohibido el trabajo que se haga por cuenta propia y

públicamente en fábricas, talleres, casas de comercio y demás establecimientos de trabajo, sin más excepciones que las determinadas en el artículo 52 de este Código y en las regulaciones legales sobre el trabajo en boticas, farmacias y droguerías.

Parágrafo 3ro. De las vacaciones

Art. 69.- Vacaciones anuales.- Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

El trabajador recibirá por adelantado la remuneración correspondiente al período de vacaciones.

Los trabajadores menores de dieciséis años tendrán derecho a veinte días de vacaciones y los mayores de dieciséis y menores de dieciocho, lo tendrán a dieciocho días de vacaciones anuales.

Los días de vacaciones adicionales por antigüedad no excederán de quince, salvo que las partes, mediante contrato individual o colectivo, convinieren en ampliar tal beneficio.

Art. 70.- Facultad del empleador.- La elección entre los días adicionales por antigüedad o el pago en dinero, corresponderá al empleador.

El derecho al goce del beneficio por antigüedad de servicios rige desde el 2 de noviembre de mil novecientos sesenta y cuatro.

Art. 71.- Liquidación para pago de vacaciones.- La liquidación para el pago de vacaciones se hará en forma general y única, computando la veinticuatroava parte de lo percibido por el trabajador durante un año completo de trabajo, tomando en cuenta lo pagado al trabajador por horas ordinarias, suplementarias y extraordinarias de labor y toda otra retribución accesoria que haya tenido el carácter de normal en la empresa en el mismo período, como lo dispone el artículo 95 de este Código.

Si el trabajador fuere separado o saliere del trabajo sin haber gozado de vacaciones, percibirá por tal concepto la parte proporcional al tiempo de servicios.

Art. 72.- Vacaciones anuales irrenunciables.- Las vacaciones anuales constituyen un derecho irrenunciable que no puede ser compensado con su valor en dinero. Ningún contrato de trabajo podrá terminar sin que el trabajador con derecho a vacaciones las haya gozado, salvo lo dispuesto en el artículo 74 de este Código.

Art. 73.- Fijación del período vacacional.- En el contrato se hará constar el período en que el trabajador comenzará a gozar de vacaciones. No habiendo contrato escrito o tal señalamiento, el empleador hará conocer al trabajador, con tres meses de anticipación, el período en que le concederá la vacación.

Art. 74.- Postergación de vacación por el empleador.- Cuando se trate de labores técnicas o de confianza para las que sea difícil reemplazar al trabajador por corto tiempo, el empleador podrá negar la vacación en un año, para acumularla necesariamente a la del año siguiente.

En este caso, si el trabajador no llegare a gozar de las vacaciones por salir del servicio, tendrá derecho a las remuneraciones correspondientes a las no gozadas, con el ciento por ciento de recargo.

Art. 75.- Acumulación de vacaciones.- El trabajador podrá no hacer uso de las vacaciones hasta por tres años consecutivos, a fin de acumularlas en el cuarto año.

Art. 76.- Compensación por vacaciones.- Si el trabajador no hubiere gozado de las vacaciones tendrá derecho al equivalente de las remuneraciones que correspondan al tiempo de las no gozadas, sin recargo. La liquidación se efectuará en la forma prevista en el artículo 71 de este Código.

Art. 77.- Reemplazo del trabajador que maneja fondos.- Si el trabajador que maneja fondos hiciere uso de vacación, podrá dejar reemplazo bajo su responsabilidad solidaria y previa aceptación del empleador, quien pagará la correspondiente remuneración. Si el empleador no aceptare el reemplazo y llamare a otra persona, cesará la responsabilidad del trabajador en goce de vacaciones.

Art. 78.- Derechos de profesores particulares.- Los profesores que presten servicios en establecimientos particulares de educación, gozarán de las vacaciones y demás derechos que les corresponda según las leyes especiales y en todo cuanto les fuere a ellos favorable.

se otorgue el respectivo finiquito ante la autoridad del trabajo.

Art. 171.- Obligación del cesionario y derecho del trabajador.- En caso de cesión o de enajenación de la empresa o negocio o cualquier otra modalidad por la cual la responsabilidad patronal sea asumida por otro empleador, éste estará obligado a cumplir los contratos de trabajo del antecesor. En el caso de que el trabajador opte por continuar con la relación laboral, no habrá lugar al pago de indemnizaciones.

Art. 172.- Causas por las que el empleador puede dar por terminado el contrato.- El empleador podrá dar por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno, en los siguientes casos:

1. Por faltas repetidas e injustificadas de puntualidad o de asistencia al trabajo o por abandono de éste por un tiempo mayor de tres días consecutivos, sin causa justa y siempre que dichas causales se hayan producido dentro de un período mensual de labor;
2. Por indisciplina o desobediencia graves a los reglamentos internos legalmente aprobados;
3. Por falta de probidad o por conducta inmoral del trabajador;
4. Por injurias graves irrogadas al empleador, su cónyuge o conviviente en unión de hecho, ascendientes o descendientes, o a su representante;
5. Por ineptitud manifiesta del trabajador, respecto de la ocupación o labor para la cual se comprometió;
6. Por denuncia injustificada contra el empleador respecto de sus obligaciones en el Seguro Social. Mas, si fuere justificada la denuncia, quedará asegurada la estabilidad del trabajador, por dos años, en trabajos permanentes; y,
7. Por no acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la ley, por sus reglamentos o por la autoridad competente; o por contrariar, sin debida justificación, las prescripciones y dictámenes médicos.

Art. 173.- Causas para que el trabajador pueda dar por terminado el contrato.- El trabajador podrá dar por terminado el contrato de trabajo, y previo visto bueno, en los casos siguientes:

1. Por injurias graves inferidas por el empleador, sus familiares o representantes al

Capítulo IX

De la terminación del contrato de trabajo

Art. 169.- Causas para la terminación del contrato individual.- El contrato individual de trabajo termina:

1. Por las causas legalmente previstas en el contrato;
2. Por acuerdo de las partes;
3. Por la conclusión de la obra, período de labor o servicios objeto del contrato;
4. Por muerte o incapacidad del empleador o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la empresa o negocio;
5. Por muerte del trabajador o incapacidad permanente y total para el trabajo;
6. Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto, tempestad, explosión, plagas del campo, guerra y, en general, cualquier otro acontecimiento extraordinario que los contratantes no pudieron prever o que previsto, no lo pudieron evitar;
7. Por voluntad del empleador en los casos del artículo 172 de este Código;
8. Por voluntad del trabajador según el artículo 173 de este Código; y,
9. Por desahucio.

Art. 170.- Terminación sin desahucio.- En los casos previstos en el artículo 169, numeral 3 de este Código, la terminación de la relación laboral operará sin necesidad de desahucio ni otra formalidad; bastará que se produzca la conclusión efectiva de la obra, del período de labor o servicios objeto del contrato, que así lo hayan estipulado las partes por escrito, y que

trabajador, su cónyuge o conviviente en unión de hecho, ascendientes o descendientes;

2. Por disminución o por falta de pago o de puntualidad en el abono de la remuneración pactada; y,

3. Por exigir el empleador que el trabajador ejecute una labor distinta de la convenida, salvo en los casos de urgencia previstos en el artículo 52 de este Código, pero siempre dentro de lo convenido en el contrato o convenio.

Art. 174.- Casos en los que el empleador no puede dar por terminado el contrato.- No podrá dar por terminado el contrato de trabajo:

1. Por incapacidad temporal para el trabajo proveniente de enfermedad no profesional del trabajador, mientras no exceda de un año.

Lo dispuesto en el inciso anterior no comprende a las excepciones puntualizadas en el artículo 14 de este Código ni al accidente que sufriera el trabajador a consecuencia de encontrarse en estado de embriaguez debidamente comprobado, o a consecuencia de reyertas provocadas por él;

2. En caso de ausencia motivada por el servicio militar o el ejercicio de cargos públicos obligatorios, quedando facultado el empleador para prescindir de los servicios del trabajador que haya ocupado el puesto del ausente. Si la ausencia se prolongare por un mes o más, contado desde la fecha en que se haya obtenido su licencia militar o cesado en el cargo público, se entenderá terminado el contrato, salvo el caso de enfermedad prevista en el numeral anterior. En este caso, se descontará el tiempo de la enfermedad del plazo estipulado para la duración del contrato.

Si el trabajador llamado a prestar servicio militar fuere afiliado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social por más de un año, el Estado depositará en la caja de esta institución, al término de la conscripción, el equivalente al fondo de reserva y aportes del empleador y del trabajador, quedando así habilitado dicho tiempo; y,

3. Por ausencia de la trabajadora fundada en el descanso que, con motivo del parto, señala el artículo 153 de este Código, sin perjuicio de lo establecido en el numeral 1.

Art. 175.- Caso de enfermedad no profesional del trabajador.- El empleador no podrá desahuciar ni despedir intempestivamente al trabajador durante el tiempo que éste padeciere de enfermedad no profesional que lo inhabilite para el trabajo, mientras aquélla no exceda de un año.

Art. 176.- Obligación del trabajador que hubiere recuperado su salud.- El trabajador está obligado a regresar al trabajo dentro de los treinta días siguientes a la fecha en que recuperó su salud y quedó en situación de realizar las labores propias de su cargo. Si no volviere dentro de este plazo, caducará su derecho para exigir al empleador su reintegración al trabajo y al pago de la indemnización establecida por el artículo 179 de este Código.

Tampoco tendrá derecho para reintegrarse al trabajo ni a reclamar el pago de dicha indemnización si ha estado prestando servicios no ocasionales a otro empleador, durante el tiempo considerado de enfermedad no profesional.

Art. 177.- Obligación del trabajador de comunicar su enfermedad.- El trabajador que adoleciere de enfermedad no profesional deberá comunicar este particular, por escrito, al empleador y a la inspección del trabajo respectiva, dentro de los tres primeros días de la enfermedad. Si no cumpliere esta obligación se presumirá que no existe la enfermedad.

Art. 178.- Comprobación de la enfermedad no profesional del trabajador.- El trabajador que adoleciere de enfermedad no profesional la comprobará con un certificado médico, de preferencia de un facultativo de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del IESS.

El empleador tendrá derecho, en cualquier tiempo, a comprobar la enfermedad no profesional del trabajador, mediante un facultativo por él designado.

Si hubiere discrepancia, el inspector del trabajo decidirá, el caso, debiendo nombrar un tercer facultativo, a costa del empleador.

Art. 179.- Indemnización por no recibir al trabajador.- Si el empleador se negare a recibir al trabajador en las mismas condiciones que antes de su enfermedad, estará obligado a pagarle la indemnización de seis meses de remuneración, aparte de los demás derechos

que le correspondan. Será, además, de cargo del empleador, el pago de los honorarios y gastos judiciales del juicio que se entable.

Art. 180.- Causales de terminación de los contratos previstos en el artículo 14.- Los contratos de trabajo a que se refiere el artículo 14 de este Código podrán terminar por las causas legales establecidas en los artículos 172 y 173 de este Código.

En caso de terminación intempestiva del contrato, se estará a lo dispuesto en el artículo siguiente.

Art. 181.- Indemnización por terminación del contrato antes del plazo convenido.- Tanto el trabajador como el empleador podrán dar por terminado el contrato antes del plazo convenido.

Cuando lo hiciere el empleador, sin causa legal, pagará al trabajador una indemnización equivalente al cincuenta por ciento de la remuneración total, por todo el tiempo que faltare para la terminación del plazo pactado.

Igualmente, cuando lo hiciere el trabajador, abonará al empleador, como indemnización, el veinticinco por ciento de la remuneración computada en igual forma.

Art. 182.- Pago para el regreso del trabajador.- Terminado un contrato de trabajo por cualquier causa, el trabajador que hubiere tenido que trasladarse desde el lugar de su residencia habitual al de su trabajo, tendrá derecho a que el empleador le suministre el dinero necesario para el regreso, salvo el caso contemplado en el numeral 4 del artículo 172 de este Código.

Art. 183.- Calificación del visto bueno.- En los casos contemplados en los artículos 172 y 173 de este Código, las causas aducidas para la terminación del contrato, deberán ser calificadas por el inspector del trabajo, quien concederá o negará su visto bueno a la causa alegada por el peticionario, ciñéndose a lo prescrito en el capítulo "Del Procedimiento".

La resolución del inspector no quita el derecho de acudir ante el Juez del Trabajo, pues, sólo tendrá valor de informe que se lo apreciará con criterio judicial, en relación con las pruebas rendidas en el juicio.

Capítulo X Del desahucio y del despido

Art. 184.- Del desahucio.- Desahucio es el aviso con el que una de las partes hace saber a la otra que su voluntad es la de dar por terminado el contrato.

En los contratos a plazo fijo, cuya duración no podrá exceder de dos años no renovables, su terminación deberá notificarse cuando menos con treinta días de anticipación, y de no hacerlo así, se convertirá en contrato por tiempo indefinido.

El desahucio se notificará en la forma prevista en el capítulo "De la Competencia y del Procedimiento".

Art. 185.- Bonificaciones por desahucio.- En los casos de terminación de la relación laboral por desahucio solicitado por el empleador o por el trabajador, el empleador bonificará al trabajador con el veinticinco por ciento del equivalente a la última remuneración mensual por cada uno de los años de servicio prestados a la misma empresa o empleador.

Mientras transcurra el plazo de treinta días en el caso de la notificación de terminación del contrato de que se habla en el artículo anterior pedido por el empleador, y de quince días en el caso del desahucio solicitado por el trabajador, el inspector de trabajo procederá a liquidar el valor que representan las bonificaciones y la notificación del empleador no tendrá efecto alguno si al término del plazo no consignare el valor de la liquidación que se hubiere realizado.

Lo dicho no obsta el derecho de percibir las indemnizaciones que por otras disposiciones correspondan al trabajador.

Art. 186.- Prohibición de desahucio.- Prohíbese el desahucio dentro del lapso de treinta días, a más de dos trabajadores en los establecimientos en que hubiere veinte o menos, y a más de cinco en los que hubiere mayor número.

Art. 187.- Garantías para dirigentes sindicales.- El empleador no puede despedir intempestivamente ni desahuciar al trabajador miembro de la directiva, de la organización de trabajadores. Si lo hiciera, le indemnizará con una cantidad equivalente a la remuneración de un año, sin perjuicio de que siga perteneciendo a la directiva hasta la finalización del período para el cual fue elegido.

Esta garantía se extenderá durante el tiempo en que el dirigente ejerza sus funciones y un año más y protegerá, por igual, a los dirigentes de las organizaciones constituidas por trabajadores de una misma empresa, como a los de las constituidas por trabajadores de diferentes empresas, siempre que en este último caso el empleador sea notificado, por medio del inspector del trabajo, de la elección del dirigente, que trabaje bajo su dependencia.

El monto de la indemnización mencionada se dividirá y entregará por iguales partes a la asociación a que pertenezca el trabajador y a éste.

En caso de que el empleador incurriera en mora de hasta treinta días en el pago, el trabajador podrá exigir judicialmente, y si la sentencia fuere condenatoria al empleador, éste deberá pagar, además de la indemnización, el recargo del cincuenta por ciento del valor de ella, en beneficio exclusivo del trabajador.

El juez retendrá, de oficio, y entregará los fondos a sus destinatarios en las proporciones y formas indicadas, así no hubiere intervenido la asociación en el litigio; pero ésta puede disponer que el saldo recaudado se invierta, en todo o en parte, en asistir al dirigente despedido.

Sin embargo, el empleador podrá dar por terminado el contrato de trabajo por las causas determinadas en el artículo 172 de este Código.

Art. 188.- Indemnización por despido intempestivo.- El empleador que despidiere intempestivamente al trabajador, será condenado a indemnizarlo, de conformidad con el tiempo de servicio y según la siguiente escala:

Hasta tres años de servicio, con el valor correspondiente a tres meses de remuneración; y,

De más de tres años, con el valor equivalente a un mes de remuneración por cada año de servicio, sin que en ningún caso ese valor exceda de veinte y cinco meses de remuneración.

La fracción de un año se considerará como año completo.

El cálculo de estas indemnizaciones se hará en base de la remuneración que hubiere estado percibiendo el trabajador al momento del despido, sin perjuicio de pagar las bonificaciones a las que se alude en el caso del artículo 185 de este Código.

Si el trabajo fuere a destajo, se fijará la remuneración mensual a base del promedio percibido por el trabajador en el año anterior al despido, o durante el tiempo que haya servido si no llegare a un año.

En el caso del trabajador que hubiere cumplido veinte años, y menos de veinticinco años de trabajo, continuada o interrumpidamente, adicionalmente tendrá derecho a la parte proporcional de la jubilación patronal, de acuerdo con las normas de este Código.

Las indemnizaciones por despido, previstas en este artículo, podrán ser mejoradas por mutuo acuerdo entre las partes, mas no por los Tribunales de Conciliación y Arbitraje.

Cuando el empleador deje constancia escrita de su voluntad de dar por terminado unilateralmente un contrato individual de trabajo, esto es, sin justa causa, la autoridad del trabajo que conozca del despido, dispondrá que el empleador comparezca, y de ratificarse éste en el hecho, en las siguientes cuarenta y ocho horas deberá depositar el valor total que le corresponda percibir al trabajador despedido por concepto de indemnizaciones.

Si el empleador en la indicada comparecencia no se ratifica en el despido constante en el escrito pertinente, alegando para el efecto que el escrito donde consta el despido no es de su autoría o de representantes de la empresa con capacidad para dar por terminadas las relaciones laborales, se dispondrá el reintegro inmediato del trabajador a sus labores.

Art. 189.- Indemnización por despido en contrato a plazo fijo.- En caso de contrato a plazo fijo, el trabajador despedido intempestivamente, podrá escoger entre las indemnizaciones determinadas en el artículo precedente o las fijadas en el artículo 181 de este Código.

Art. 190.- Indemnización al empleador por falta de desahucio.- El trabajador que sin causa justificada y sin dejar reemplazo aceptado por el empleador, abandonare intempestivamente

el trabajo, es decir sin previo desahucio, pagará al empleador una suma equivalente a quince días de la remuneración.

Art. 191.- Indemnizaciones y bonificaciones al trabajador.- Tendrá derecho a las indemnizaciones fijadas en los artículos 187 y 188 de este Código y a las bonificaciones establecidas en este capítulo, el trabajador que se separe a consecuencia de una de las causas determinadas en el artículo 173 de este Código.

Art. 192.- Efectos del cambio de ocupación.- Si por orden del empleador un trabajador fuere cambiado de ocupación actual sin su consentimiento, se tendrá esta orden como despido intempestivo, aun cuando el cambio no implique mengua de remuneración o categoría, siempre que lo reclamare el trabajador dentro de los sesenta días siguientes a la orden del empleador.

Los obreros que presten servicios en los cuerpos de bomberos de la República, están obligados a laborar en cualquiera de sus dependencias, de acuerdo con sus profesiones específicas.

Art. 193.- Caso de liquidación del negocio.- Los empleadores que fueren a liquidar definitivamente sus negocios darán aviso a los trabajadores con anticipación de un mes, y este anuncio surtirá los mismos efectos que el desahucio.

Si por efecto de la liquidación de negocios, el empleador da por terminadas las relaciones laborales, deberá pagar a los trabajadores cesantes la bonificación e indemnización previstas en los artículos 185 y 188 de este Código, respectivamente, sin perjuicio de lo que las partes hubieren pactado en negociación colectiva.

Si el empleador reabriere la misma empresa o negocio dentro del plazo de un año, sea directamente o por interpuesta persona, está obligado a admitir a los trabajadores que le servían, en las mismas condiciones que antes o en otras mejores.

Art. 194.- Caso de incumplimiento del empleador en el contrato por obra o a destajo.- En el trabajo por obra o a destajo, si el empleador no cumpliera el contrato o lo interrumpiere, pagará al trabajador el valor de la parte ejecutada con más un tanto por ciento que, discrecionalmente, fijará la autoridad que

conozca del asunto, sin perjuicio de lo dispuesto a este respecto en el capítulo relativo al artesano.

Art. 195.- Caso de incumplimiento del contrato por el trabajador.- Cuando el trabajador rehuyere la ejecución o la conclusión de la obra, podrá ser compelido por la respectiva autoridad del trabajo a llevarla a cabo o a indemnizar al empleador mediante la rebaja del uno por ciento sobre el precio pactado, por cada día de retardo, hasta la fecha de la entrega.

ANEXO 11

LEY DE COMPAÑÍAS

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales,

si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

- f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercerá sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;
- h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.
- i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,
- j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Art. 115.- Son obligaciones de los socios:

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;

- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía. (Superintendencia de Compañías, 1999)

ANEXO 12

DEPRECIACIONES ANEXOS DEPRECIACIONES

ACTIVO	VALOR EN LIBROS	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL
Vehículos	12.500,00	1.250,00	10	1.125,00
Muebles y Enseres	2.144,00	214,40	10	192,96
Equipo de Computación	1.804,97	180,50	3	541,49
TOTAL DEPRECIACIONES AÑOS (1, 2 Y 3)				1.859,45

SIMULACIÓN	
VALOR RESIDUAL	10%

ACTIVOS NUEVOS	VALOR EN LIBROS	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL
Equipo de Computación	1804,97	180,497	3	541,491
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL VEHÍCULO NUEVO				

AÑOS	ANUAL	ACUMULADA
2014	1.859,45	1.859,45
2015	1.859,45	3.718,90
2016	1.859,45	5.578,35
2017	1.859,45	7.437,80
2018	1.859,45	9.297,26

ANEXO 13

Costos de Producción

<u>Fuente</u>	<u>%</u>	<u>Monto</u>	<u>Costo</u>	<u>CPC</u>
<u>Deuda</u>	51%	41.679,00	10,06%	5,13%
<u>Recursos Propios</u>	49%	40.000,00	20%	9,88%
<u>Total</u>	<u>100%</u>	<u>81.679,00</u>	.	<u>15,02%</u>

ANEXO 14

AMORTIZACIÓN OBLIGACIONES BANCARIAS

Años	Capital	Interés	Cuota	Saldo	Gasto Interés	Pagos anuales al capital	Saldo por pagar
1	512,66	410,89	923,55	41.166,34			
2	517,72	405,83	923,55	40.648,62			
3	522,82	400,73	923,55	40.125,80			
4	527,98	395,57	923,55	39.597,82			
5	533,18	390,37	923,55	39.064,64			
6	538,44	385,11	923,55	38.526,20			
7	543,75	379,80	923,55	37.982,45			
8	549,11	374,44	923,55	37.433,35			
9	554,52	369,03	923,55	36.878,83			
10	559,99	363,56	923,55	36.318,84			
11	565,51	358,04	923,55	35.753,34			
12	571,08	352,47	923,55	35.182,25	4.585,85	6.496,75	35.182,25
13	576,71	346,84	923,55	34.605,54			
14	582,40	341,15	923,55	34.023,15			
15	588,14	335,41	923,55	33.435,01			
16	593,94	329,61	923,55	32.841,07			
17	599,79	323,76	923,55	32.241,28			
18	605,70	317,85	923,55	31.635,58			
19	611,68	311,87	923,55	31.023,90			
20	617,71	305,84	923,55	30.406,19			
21	623,80	299,75	923,55	29.782,40			
22	629,94	293,60	923,55	29.152,45			
23	636,16	287,39	923,55	28.516,30			
24	642,43	281,12	923,55	27.873,87	3.774,21	7.308,38	27.873,87
25	648,76	274,79	923,55	27.225,11			
26	655,16	268,39	923,55	26.569,96			
27	661,61	261,94	923,55	25.908,34			
28	668,14	255,41	923,55	25.240,21			
29	674,72	248,83	923,55	24.565,48			
30	681,38	242,17	923,55	23.884,11			
31	688,09	235,46	923,55	23.196,01			
32	694,88	228,67	923,55	22.501,14			
33	701,73	221,82	923,55	21.799,41			
34	708,64	214,91	923,55	21.090,77			
35	715,63	207,92	923,55	20.375,14			
36	722,68	200,86	923,55	19.652,45	2.861,18	8.221,42	19.652,45
37	729,81	193,74	923,55	18.922,64			
38	737,00	186,55	923,55	18.185,64			
39	744,27	179,28	923,55	17.441,37			
40	751,61	171,94	923,55	16.689,76			
41	759,02	164,53	923,55	15.930,75			
42	766,50	157,05	923,55	15.164,25			
43	774,06	149,49	923,55	14.390,19			
44	781,69	141,86	923,55	13.608,51			
45	789,39	134,16	923,55	12.819,11			
46	797,17	126,38	923,55	12.021,94			
47	805,03	118,52	923,55	11.216,90			
48	812,97	110,58	923,55	10.403,93	1.834,08	9.248,52	10.403,93
49	820,98	102,57	923,55	9.582,95			
50	829,08	94,47	923,55	8.753,87			
51	837,25	86,30	923,55	7.916,62			
52	845,51	78,04	923,55	7.071,12			
53	853,84	69,71	923,55	6.217,28			
54	862,26	61,29	923,55	5.355,02			
55	870,76	52,79	923,55	4.484,26			
56	879,34	44,21	923,55	3.604,92			
57	888,01	35,54	923,55	2.716,91			
58	896,77	26,78	923,55	1.820,14			
59	905,61	17,94	923,55	914,53			
60	914,53	9,02	923,55	0,00	678,66	10.403,93	0,00
	6.496,75	4.585,85	11.082,60		4.585,85	6.496,75	35.182,25

Tasa anual	12%
Periodos	60
Préstamo por	41.679,00
Pagos al año	12
Anualidad	923,55

TASA REFERENCIAL PARA CREDITOS PRODUCTIVOS

EL GASTO POR INTERES ALIMENTA EL ESTADO DE RESULTADOS

EL PAGO ANUAL ALIMENTA EL FLUJO DE CAJA

DEBE SER DESCONTADO DEL BALANCE GENERAL

ANEXO 15

INVERSIÓN INICIAL SUPER SHARP AL 2 DE ENERO DEL 2014 VALORADO EN USD\$			
Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
	Vehiculos		12.500,00
1	Hyunday I10	12.500,00	12.500,00
	Muebles y Enseres		2.144,00
6	Stands	100,00	600,00
2	Sillas	63,00	126,00
2	Archivadores	84,00	168,00
2	Modulares de Oficina	450,00	900,00
1	Sillon	350,00	350,00
	Equipo de Computación		1.804,97
1	Telefono	34,99	34,99
2	Computadores	509,99	1.019,98
1	Programa informatico	400,00	400,00
1	Copiadora/Impresora	350,00	350,00
	Capital de trabajo		65.230,03
1	capital de trabajo		18.910,10
1	Importacion	46.319,93	46.319,93
TOTAL			81.679,00

ANEXO 16

GASTOS OPERACIONALES SUPER SHARP PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES AÑOS 2014 - 2018 VALORADO EN USD \$

	2014	2015	2016	2017	2018	Costos fijos mensuales	Costos variables mensuales
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
SUELDOS Y SALARIOS	44.380,30	48.718,80	53.481,42	58.709,62	64.448,91	\$ 3.698,36	
SERVICIOS BÁSICOS	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	\$ 150,00	
DEPRECIACIÓN	1.859,45	1.859,45	1.859,45	1.859,45	1.859,45		
CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA	1.400,00		-	-	-		1.400,00
DISEÑO DE ARTES	250,00	-	-	-	-		250,00
REGISTRO DE MARCA	500,00		-	-	-		500,00
LIMPIEZA DE OFICINA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	\$ 100,00	
ÚTILES DE OFICINA	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	\$ 12,50	
= TOTAL GTOS. ADMINISTRAT.	51.539,75	53.728,25	58.490,87	63.719,07	69.458,36		
GASTOS VENTAS							
COMISIONES VENDEDORES	5.952,33	6.661,18	7.454,44	8.342,17	9.335,62		5.952,33
PUBLICIDAD	1.400,00	1.453,90	1.453,90	1.453,90	1.453,90	\$ 116,67	
ARRIENDOS	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	\$ 600,00	
MOVILIZACIÓN	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	\$ 50,00	
= TOTAL GASTOS VENTAS	15.152,33	15.915,08	16.708,34	17.596,07	18.589,52	4.727,53	\$ 8.102,33
						18910,1	
= TOTAL GTOS. OPERACIONAL	66.692,08	69.643,33	75.199,21	81.315,14	88.047,88	380.897,64	

SIMULACIÓN			
Inflación Anual	3,85%	Publicidad Anual (Porcentaje de las ventas)	\$ 1.400,00
Aumento anual de Sueldos y Salarios	9,78%	Limpieza de oficina	100,00
Servicios Básicos Anuales	1.800,00		
Comisión por ventas	4,00%		
Arriendo 2013	600,00	Mantenimiento Instalaciones	
Incremento Arriendo	3,85%	Movilización Anual	600,00
Útiles de Oficina 2013	150,00		

Calculo aproximado del capital de trabajo

Gastos operativos anuales	66.692,08
(-) Depreciación	1.859,45
TOTAL GASTOS ANUALES	64.832,63
TOTAL GASTO MENSUAL	5.402,72
Capital de trabajo 4 meses	21.610,88

ANEXO 17

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS **SUPER SHARP** ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

VALORADO EN USD \$

	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas	148.808,20	166.529,41	186.361,00	208.554,28	233.390,51
- Costo de Ventas	35.840,00	37.219,84	37.219,84	37.219,84	61.412,74
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	112.968,20	129.309,57	149.141,16	171.334,44	171.977,78
- Gastos Operacionales	66.692,08	69.643,33	75.199,21	81.315,14	88.047,88
= UTILIDAD OPERACIONAL	46.276,12	59.666,24	73.941,95	90.019,30	83.929,89
- Gastos Financieros	4.585,85	3.774,21	2.861,18	1.834,08	678,66
+ Otros Ingresos					
- Otros Egresos					
= UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	41.690,27	55.892,03	71.080,77	88.185,22	83.251,23
- 15% Participación Trabajadores	6.253,54	8.383,80	10.662,12	13.227,78	12.487,68
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	35.436,73	47.508,23	60.418,65	74.957,44	70.763,54
- 22% Impuesto a la Renta	7.796,08	10.451,81	13.292,10	16.490,64	15.567,98
= UTILIDAD NETA	27.640,65	37.056,42	47.126,55	58.466,80	55.195,56
- 10% Reserva Legal	2.764,06	3.705,64	4.712,66	5.846,68	5.519,56
= UTILIDAD A DISPOSICIÓN DE ACC.	24.876,58	33.350,77	42.413,90	52.620,12	49.676,01

ANEXO 18

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

SUPER SHARP

**AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO
VALORADO EN USD\$**

	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Capital de trabajo	92.362,46	127.574,52	172.135,60	225.693,02	269.025,59
Mercadería	9.920,55	11.101,96	12.424,07	13.903,62	15.559,37
Total Activos Corrientes	102.283,00	138.676,48	184.559,67	239.596,64	284.584,96
Activos No Corrientes					
Vhiculo	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00	12.500,00
Muebles y enceres	2.144,00	2.144,00	2.144,00	2.144,00	2.144,00
Equipo de computación	1.804,97	1.804,97	1.804,97	3.609,94	3.609,94
Depreciación Acumulada	(1.859,45) -	3.718,90 -	5.578,35 -	7.437,80 -	9.297,26
Total Activos No Corrientes	14.589,52	12.730,07	10.870,62	10.816,14	8.956,69
TOTAL ACTIVOS	116.872,52	151.406,55	195.430,29	250.412,77	293.541,65

PATRIMONIO Y PASIVO**Patrimonio**

Capital	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
Reserva Legal	2.764,06	6.469,71	11.182,36	17.029,04	22.548,60
Utilidad	24.876,58	33.350,77	42.413,90	52.620,12	49.676,01
Utilidad acumulada		24.876,58	58.227,36	100.641,25	153.261,38
Total Patrimonio	67.640,65	104.697,06	151.823,61	210.290,42	265.485,98

Pasivo**Pasivo Corriente**

Obligaciones Bancarias	35.182,25	27.873,87	19.652,45	10.403,93	0,00
Participación Trabajadores	6.253,54	8.383,80	10.662,12	13.227,78	12.487,68
Impuesto a la Renta	7.796,08	10.451,81	13.292,10	16.490,64	15.567,98
Total Pasivo Corrientes	49.231,88	46.709,49	43.606,67	40.122,36	28.055,66

Pasivo Largo Plazo

Total Pasivo	49.231,88	46.709,49	43.606,67	40.122,36	28.055,66
---------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	116.872,52	151.406,55	195.430,29	250.412,77	293.541,65
----------------------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

ANEXO 19

SUPER SHARP DETERMINACIÓN DE PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS	2014	2015	2016	2017	2018
SUELDOS Y SALARIOS	44.380,30	48.718,80	53.481,42	58.709,62	64.448,91
SERVICIOS BÁSICOS	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
DEPRECIACIÓN	1.859,45	1.859,45	1.859,45	1.859,45	1.859,45
ÚTILES DE OFICINA	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
PUBLICIDAD	1.400,00	1.453,90	1.453,90	1.453,90	1.453,90
CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA	1.400,00	0	0	0	0
DISEÑO DE ARTES	250,00				
REGISTRO DE MARCA	500,00	0	0	0	0
LIMPIEZA DE OFICINA	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
ÚTILES DE OFICINA	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
ARRIENDOS	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
MOVILIZACIÓN	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL	60.889,75	63.132,15	67.894,77	73.122,97	78.862,26
COSTOS VARIABLES	2014	2015	2016	2017	2018
COSTO DE VENTAS	35.840,00	37.219,84	37.219,84	37.219,84	61.412,74
GASTOS FINANCIEROS	4.585,85	3.774,21	2.861,18	1.834,08	678,66
COMISIONES	5.952,33	6.661,18	7.454,44	8.342,17	9.335,62
TOTAL	46.378,18	47.655,23	47.535,46	47.396,09	71.427,02
	2014	2015	2016	2017	2018
VENTAS	148.808,20	166.529,41	186.361,00	208.554,28	233.390,51
PUNTO DE EQUILIBRIO USD	88.459,36	88.441,07	91.142,72	94.628,19	113.641,07
PUNTO DE EQUILIBRIO (U)	106	102	101	101	117
PUNTO DE EQUILIBRIO MES	9	9	8	8	10

ANEXO 20

SUPER SHARP INDICADORES FINANCIEROS 2014

INDICADORES DE LÍQUIDEZ

Capital De Trabajo = Ac. Corr. - Pas. Corr.

Capital De Trabajo = 102.283,00 - 49.231,88

Capital De Trabajo = 53.051,13

Índ. de Líquidez = $\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$

Índ. de Líquidez = $\frac{102.283,00}{49.231,88}$

Índ. de Líquidez = 2,08

Índ. de Prueba Ácida = $\frac{\text{A. Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{P. Corriente}}$

Índ. de Prueba Ácida = $\frac{102.283,00 - 9.920,55}{49.231,88}$

Índ. de Prueba Ácida = 1,88

INDICADORES DE ACTIVIDAD

Rotación del Act. Tot = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$

Rotación del Act. Tot = $\frac{148.808,20}{116.872,52}$

Rotación del Act. Tot = 1,27

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

Razón de Deuda Tot = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$

Razón de Deuda Tot = $\frac{49.231,88}{116.872,52}$

Razón de Deuda Tot = 42,12%

Razón de Apalanc = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$

Razón de Apalanc = $\frac{67.640,65}{116.872,52}$

Razón de Apalanc = 57,88%

INDICADORES DE RENTABILIDAD

Margen de Utilidad = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$

Margen de Utilidad = $\frac{27.640,65}{148.808,20}$

Margen de Utilidad = 18,57%

Rent sobre Activos = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$

Rent sobre Activos = $\frac{27.640,65}{116.872,52}$

Rent sobre Activos = 23,65%

ANEXO 21

SUPER SHARP CÁLCULO DEL VAN

Valor Actual Neto (VAN)		
AÑO	FLUJO	VALOR PRESENTE
0	(81.679,00)	(81.679,00)
1	27.132,43	23.590,21
2	35.212,06	26.618,14
3	44.561,08	29.287,68
4	53.557,41	30.604,97
5	43.332,58	21.529,30
6	(12.496,30)	5.398,09
VAN		44.553,21

= **44.553,21**

FACTORES DE CALCULO	
Riesgo País (BCE)	6,98%
Tasa de Descuento	15,02%

CPPC				
Fuente	%	Monto	Costo	CPC**
Deuda	51%	41.679,00	10,06%	5,13%
Recursos Propios	49%	40.000,00	20%	9,88%
Total	100%	81.679,00		15,02%

COSTO DE DEUDA	
Impuesto a la renta	0,36
Tasa de Banco	11,8%
Tasa de interés	10,06%

COSTO DE RECURSOS PROPIOS	
Costo de Capital	20%
$CAPM = r_f + \beta(r_m - r_f) + R_p$	
r_f = Tasa libre de riesgo	3,080%
β = Beta Apalancada	
β_e = Beta Apalancada	1,231628812
$\beta_e = \left[1 + (1 - t) \frac{D}{E} \right] \beta_a$	
t = Tasa de impuesto a la renta	36,24%
D/E = Nivel de apalancamiento	104,20%
β_a = Beta Desapalancada	0,74
$r_m - r_f$ = Premio por riesgo	8%
r_m	12%
r_f	4%
R_p = Riesgo País	6,98%