



LADRILLERA GUINGUE'S SAS

LADRILLERA GUINGUE'S SAS
MAYO 16 DE 2012

Ladrillera Guingue's SAS
Plan de Negocios

Guingue's SAS

Robledo mayo de 2012



El uso de este proyecto esta limitado. Al hacer uso de este, debe citarse la fuente. No esta permitida la reproducción total o parcial de este proyecto por cualquier medio, sin el permiso previo y por escrito de las titulares del copyright.
Derechos reservados 2012 Wendy Guingue Sierra, Catalina Cuadros Alvares, Carolina Gimenes Bustamante

Ladrillera Guingue's SAS

Contenido- Plan de Negocio

RESUMEN EJECUTIVO

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

- 3.1. Nombre de la Empresa
- 3.2. Descripción de la Empresa
- 3.3. Misión y Visión de la Empresa
- 3.4. Objetivos a corto, mediano y largo plazo
- 3.5. Ventajas Competitivas
- 3.6. Necesidad o problema que se quiere intervenir
- 3.7. Relación de productos y/o servicios
- 3.8. Justificación del Negocio
- 3.9. Análisis del entorno y del sector
- 3.10. Conocimientos para entrar en el Negocio

4. ANALISIS DEL MERCADO

- 4.1. Objetivos de Mercadeo
- 4.2. Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios
- 4.3. El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios
 - 4.3.1. El Mercado Meta
- 4.3.2. Estudio del Mercado Consumidor
- 4.4. El Mercado Proveedor
 - 4.4.1. Proveedores
 - 4.4.2. Estudio del Mercado de Proveedor
- 4.5. El Mercado Competidor
 - 4.5.1. Competidores
 - 4.5.2. Estudio del Mercado Competidor
- 4.6. El Mercado Distribuidor
 - 4.6.1. Distribución
 - 4.6.2. Distribución Directa
 - 4.6.3. Manejo de Inventarios
 - 4.6.4. Comunicación
 - 4.6.5. Actividades de promoción y divulgación
- 4.7. Precios de los Productos
 - 4.7.1. Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos
 - 4.7.2. Los Precios de los productos tomando como base los Costos
 - 4.7.3. Los Precios de los Productos propuestos
 - 4.7.3.1. Precios de Ventas Internacional, cantidades mínimas de pedidos
 - 4.7.4. Política de Precios

- 4.8. Costos asociados a las Actividades de Comercialización
- 4.9. Riesgos y Oportunidades del mercado
- 4.10. Plan de ventas

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

- 5.1. Objetivos de producción
- 5.2. Descripción del proceso de producción
- 5.3. Capacidad de producción
- 5.4. Plan de Producción
- 5.5. Recursos materiales y humanos para la producción
 - 5.5.1. Locaciones
 - 5.5.2. Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.
 - 5.5.3. Requerimientos de materiales e insumos.
 - 5.5.4. Requerimientos de servicios.
 - 5.5.5. Requerimientos de personal.
- 5.6. Programa de producción

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

- 6.1. Procesos Administrativos
 - 6.1.1. Descripción de los procesos administrativos
 - 6.1.2. Procesos administrativos externalizados
- 6.2. Estructura Organizacional del Negocio
 - 6.2.1. Organigrama
 - 6.2.2. Descripción funcional de la Organización
- 6.3. Recursos materiales y humanos para la administración
 - 6.3.1. Locaciones
 - 6.3.2. Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.
 - 6.3.3. Requerimientos de materiales de oficina.
 - 6.3.4. Requerimientos de servicios.
 - 6.3.5. Requerimientos de personal

7. ASPECTOS LEGALES

- 7.1. Tipo de Organización empresarial
- 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

8. ASPECTOS FINANCIEROS

- 8.1. Estructura Financiera del proyecto
 - 8.1.1. Recursos Propios
 - 8.1.2. Créditos y Prestamos Bancarios
- 8.2. Ingresos y Egresos
 - 8.2.1. Ingresos
 - 8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.
 - 8.2.1.2 Otros Ingresos
 - 8.2.2. Egresos
 - 8.2.2.1. Inversiones
 - 8.2.2.2. Costos
 - 8.2.2.3. Gastos
 - 8.2.2.4. Gastos Financieros
- 8.3. Estados Financieros Proyectados
 - 8.3.1. Flujo de Caja

- 8.3.2. Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)
- 8.3.3. Balance General
- 8.4. Evaluación financiera del proyecto
 - 8.4.1. Valor Presente Neto
 - 8.4.2. Tasa Interna de Retorno
 - 8.4.3. Indicadores Financieros proyectados
 - 8.4.4. Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda y variación del precio)

9. CONSIDERACIONES FINALES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMEN EJECUTIVO

Guingue's S.A.S será una entidad dedicada a la producción de ladrillos, cuyo fin se centra en la elaboración y comercialización de los mismos, todo bajo un proceso riguroso donde la escogencia de la tierra será un factor primordial para asegurar la calidad de nuestro producto. La expectativa de venta estará determinada por la oportunidad que se presenta en el mercado Ecuatoriano, las investigaciones realizadas demuestran la viabilidad del proyecto, puesto que es un país con bajos niveles de construcción y conocido por la generación de costosos insumos. Nuestra empresa requiere un crédito bancario que fácilmente será saldado debido a los ingresos obtenidos, pues el índice de ventas se ve sujeto a la necesidad creciente de material utilizado por las constructoras ecuatorianas para la realización de viviendas. Generalmente los materiales hechos por las empresas ecuatorianas en el sector de construcción son productos con bajos niveles de calidad y caracterizado por elevados precios, esta situación será nuestra posibilidad de penetrar el mercado de una manera conveniente para nuestros clientes, ya que ofreceremos precios acordes a la calidad de nuestros productos y con un valor agregado que será el diseño de los ladrillos.

Nuestro portafolio de productos plasma las diversas opciones que brindamos no solo a clientes internacionales sino también a los nacionales, mostrando una variedad de productos encabezados por el ladrillo catalán y seguido por la terminal de catalán, la venta de estos materiales son el mayor aporte monetario a nuestra compañía, su comercialización nos asevera porcentajes mayores al 30 por ciento y al igual que estos ejemplares el ladrillo de 10 y el catalán con motivos son. Estas ventas más que prometernos seguridad frente a la viabilidad de este proyecto también nos destacará en el mercado por la calidad, economía y buen servicio al cliente.

Los costos y gastos no superan las utilidades y el valor de cada venta está alrededor de los quinientos mil pesos, cifras considerables a y no solo hablamos de economía, sino del servicio al cliente y la posibilidad de decidir el diseño de cada ladrillo. La certificación de los productos está en la calidad del material escogido por nuestra empresa para su fabricación, la producción de los ladrillos se ve acompañado de procesos focalizados en el resultado justamente esperado por el cliente. Será la satisfacción del comprador nuestra expectativa a cumplir, nuestras diversas metas cooperativas se extienden no solo en el territorio nacional sino que pensamos atender al mercado ecuatoriano como principal referente de venta.

1. INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

WENDY GUINGUE SIERRA

Identificación: 1036634901 **Teléfono:** 3730614 **Celular:** 3008233182
Dirección: Calle 69 D Nro 57 A 10 **Barrio:** Villa Ventura
Ciudad Itagui **Correo electrónico:** wenguingue@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** x **Universitarios**
Otros Estudios:

CATALINA CUADROS ALVAREZ

Identificación: 1039622648 **Teléfono:** 5985936 **Celular:** 3148295561
Dirección: Carrera 41 Nro 48 D sur 35 bloque 3.4 apto 103 **Barrio:** Señorial
Ciudad Envigado **Correo electrónico:** Catalina353@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** X **Universitarios**
Otros Estudios:

CAROLINA JIMÉNEZ BUSTAMANTE

Identificación: 1128437516 **Teléfono:** 3662544 **Celular:** 3143725933
Dirección: Calle 9 B Sur Nro 53- 27 **Barrio:** San rafael
Ciudad Medellin **Correo electrónico:** k-rojb@hotmail.com
Estudios: **Técnicos** **Tecnológicos** x **Universitarios**
Otros Estudios:

2. PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este plan de negocios principalmente se hizo con fines académicos, buscando aplicar los conocimientos adquiridos durante la tecnología en comercio exterior y adquirir nuevos sobre la formulación de proyectos de negocio, sin embargo buscando un tópico se encontró la oportunidad de mejorar una empresa ya existente, la cual carece de conocimientos administrativos y financieros, buscamos expandir su mercado objetivo y mejorara su funcionamiento.

3. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

3.1 Nombre de la Empresa

Guingue's SAS

3.2 Descripción de la Empresa

Guingue's es una empresa pequeña dedicada a la fabricación de productos de arcilla ubicada en la vereda El Ajizal del municipio de Itagüí, cuenta con 10 empleados y una capacidad de producir entre 8000 y 10000 unidades semanalmente.

Nuestros productos principales son los ladrillos en especial el catalán, ya que es el ladrillo más utilizado actualmente para la construcción por su estética, nuestro producto diferenciador son los ladrillos con motivos personalizados para brindarle exclusividad a nuestros clientes. Nuestra compañía es industrial y está dirigida a las empresas constructoras y depósitos.

3.3 Misión y Visión de la Empresa

MISION

Guingue's se dedica a la producción y comercializar productos cerámicos de arcilla que ofrezcan facilidad en la construcción, belleza arquitectónica y placer de vivir agradablemente; esmerándonos por tener un grupo de trabajo responsable y participativo logrando como resultado un proceso amable y eficiente.

VISION

Para el 2017 seremos una empresa reconocida a nivel nacional e internacional por implementar sistemas de gestión de calidad y en el compromiso de nuestro recurso humano, cuidado medio ambiente, elaborando nuevos productos y servicios con calidad que permitan fortalecer los mercados nacionales así como también incursionar en nuevos mercados internacionales.

3.4 Objetivos a corto, mediano y largo plazo

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- Constituirnos como una empresa sólida, mejorando constantemente nuestros productos de acuerdo con las cambiantes necesidades del mercado.
- Ser reconocidos a nivel nacional e internacional por calidad e innovación.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

- Certificarnos con la ISO 9000.
- Obtener participación en los mercados internacionales especialmente en Latino América.
- Lograr un crecimiento del 10% en las ventas a partir de segundo año en el mercado latinoamericano, comenzando con Ecuador y luego Venezuela.
- Incrementar puntos de venta y servicio a nivel nacional.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Ser reconocida como una de las empresas líderes en la fabricación y venta de productos de arcilla para la construcción con un amplio portafolio de productos y servicios.
- Expandirnos cada vez más en los internacionales logrando un crecimiento continuo.

3.5 Ventajas Competitivas

- **DISEÑO A LA MEDIDA:** Ofrecemos a nuestros clientes la oportunidad de personalizar sus ladrillos y tejas con motivos especiales que ellos pueden diseñar.
- **MATERIALES:** Se tiene gran conocimiento en la fabricación de estos productos utilizando técnicas especiales que los hacen más perdurables en el tiempo.
- **SERVICIO PREVENTA Y POSTVENTAS:** Brindamos a nuestros clientes asesoría sobre los materiales necesarios para sus proyectos y como utilizarlo.

3.6 Necesidad o problema que se quiere intervenir

En junio de 2011 el área licenciada de construcción creció 88,2% frente a junio de 2010, como resultado del aumento en vivienda (106,4%) y en otros destinos (18,3%).

Por otros destinos se tiene al sector social, religioso, bodegas, oficinas, viviendas, etc y presentaron la siguiente variación.

En junio, el metraje aprobado para industria, religioso, bodegas y vivienda, registró un crecimiento superior al 100%; en menor proporción aumentaron educación, hoteles y comercio.

Sin embargo del total de metros cuadrados aprobados para construcción en junio de 2011 (941.316 m²), 818.538 m² fueron para vivienda: 373.779 m² para VIS (Vivienda de Interés Social) y 444.759 para vivienda diferente a VIS. El área aprobada para vivienda registró un aumento de 106,4% frente a junio de 2010, como resultado del incremento en la vivienda de interés social (223,6%) y a la vivienda diferente a VIS (58,3%).

Tomando como referencia las estadísticas actuales podemos concluir que hay una gran demanda en el mercado tanto nacional como internacional; su crecimiento sigue aumentando y no se está sufriendo completamente las necesidades del mercado.

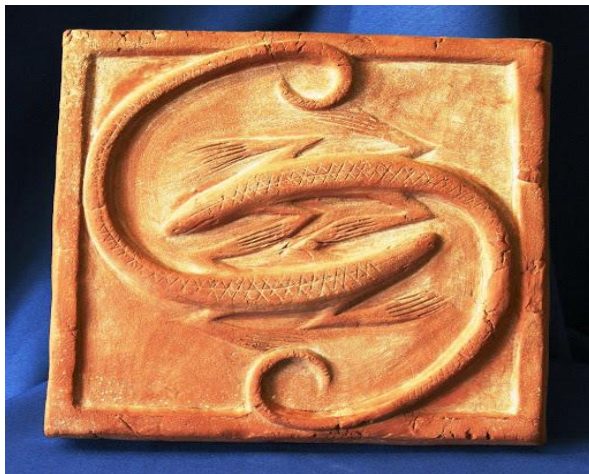
3.7 Relación de productos y/o servicios

Ladrillos

- **Ladrillo Catalán producto principal**



- **Ladrillo personalizado producto diferenciador**



- **Ladrillo de 10**



- **Terminal de catalán**



Servicios

Asesorías: Brindamos a nuestros clientes asesoría en construcción y tipo de materiales necesarios para esta.

3.8 Justificación del Negocio

El sector de la construcción tiene un gran crecimiento, la demanda de los insumos para esta industria ha aumentado considerablemente en los últimos años; esta no está siendo suplida por los oferentes del mercado, debido a esto decidimos incursionar en este sector con un producto de alta calidad y buen precio.

Nuestra compañía cuenta con una capacidad de producción de 8.000 a 10.000 toletes semanales con lo que contribuimos para suplir la necesidad del mercado.

No solo las grandes empresas están construyendo, también ha crecido la cantidad de personas que construyen sus casa fincas en grandes terrenos como lo vemos en los sectores de Llano grande, Copacabana, caldas y la estrella para ellos creamos un nuevo producto que les da la posibilidad de personalizar sus ladrillos con el motivo que escojan, asesorados por nuestro personal.

Una gran ventaja de esta industria es que los materiales para la construcción de muro hechos de arcilla son exentos de IVA.

Las exportaciones en los últimos años del sector construcción ha presentado un crecimiento continuo, para el ultimo año dicho crecimiento fue del 5.7% y se puede notar que cada vez hay mas países interesados en nuestros productos.

3.9 Análisis del entorno y del sector

Colombia, el sector industrial y de construcción es una parte fundamental de la económica, por tanto es importante que también se analicen desde nuestras investigaciones la parte política lo social lo cultural tecnológico ya que estos aspectos son fundamentales, estas dimensiones evidencian oportunidades y amenazas en el ámbito externo

Estadísticas sobre el sector de la construcción en el 2011 Durante el quinto mes de 2011, el sector aumentó sus niveles de empleo en un 13%. Desde esta variable nos damos cuenta que es un sector que brinda oportunidades. la cámara colombiana de la construcción proclama más de un millón de empleos que ha generado en este ultimo año el sector de construcción

La crisis económica mundial que a la fecha parece mostrar un rostro mas gentil, la fluctuación de la tasa de cambio que afecta de manera directa las exportaciones en Colombia y que corresponde a una tendencia macroeconómica global generada por la liquidez mundial, la baja de las tasas de interés en el exterior y las posibilidades de mercado en Colombia para los inversores extranjeros; la demanda de materias primas por parte de las economías orientales, son fenómenos de los que hay que estar pendientes porque favorecen, las posibilidades de éxito de una empresa que quiera establecerse o prevalecer se observa también las ventajas en este sector por las entidades y convenios con asociaciones gremiales incentivando el grupo de industriales en el territorio colombiano la cual tiene objetivos como (impulsar su desarrollo competitivo y el progreso con el fin la disminución del déficit de vivienda y la proyección del sector hacia nuevas oportunidades de negocio y nuevos mercados.) En este caso con nuestros vecinos Venezuela y Ecuador

Es claro que la empresa tiene que estar pendiente de los Pest (político económico social y tecnológico) cuales son las tendencia para identificar oportunidades o situaciones que nos pueden generar tropezones tanto en el ámbito ante las investigaciones observamos estas siglas donde lo determinamos.

El desarrollo de tecnologías avanzadas aplicadas a este sector. Las hace mas competitivas en el marco nacional e internacional como la creación de nuevas técnicas de construcción la mejora de las materias primas y sostenibilidad ambiental.

En la esfera de los planes de ordenamiento territorial y expansión de la urbe, con una población urbana que sobrepasa el 75%, invita inmediatamente a prestar atención a este proceso y la afectación social y cultural de las formas en las que se realiza, en el contexto de una propuesta de vivienda que se articule y se desarrolle sobre un concepto de colectividad y cohesión de tal manera que todos los ciudadanos se encuentren en condiciones de equidad cualquiera que sea el destino de sus terrenos, según el plan de desarrollo.

En cuanto a la competitividad en Colombia específicamente Medellín encontramos empresas como:

- Ladrillera Nacional S.A
- Ladrillera San José Ltda.
- Ladrillera San Cristóbal.
- Ladrillera la Alcarraza.

La mayoría enfocadas en ladrillos, tejas de arcilla y refractarios, bloques de arcilla, ladrilleras y ladrillos, pisos y pavimentos, observando los lideres y las ventajas sea en su portafolio y prestación de servicios, buscamos generar más fortalezas y superar las debilidades.

<http://camacol.co/noticias/el-sector-de-la-construcci%C3%B3n-gener%C3%B3-126000-nuevos-empleos-en-mayo>

3.10 Conocimientos para entrar en el Negocio

La pequeña industria se caracterizara por ser un poco mas tecnificada y con procesos de mayor valor agregado técnico, su infraestructura tanto la parte de producción y su planta administrativa, tenemos claro una buena instalación de los terrenos donde buscaremos que sea impecable para su desarrollo y crecimiento permanente, otro de los escenarios a resaltar será el crecimiento de la bodega, nos esmeraremos en lograr optimas condiciones como los sistema de redes y comunicaciones tecnológicas servicios de internet y telefonía; tanto operación y mantenimiento para las maquinas de producción como los insumos tecnológicos de la parte administrativa como son los computadores

En cuanto a la parte administrativa hemos pensado muy detenidamente sobre establecer un organigrama con sus respectivos cargos y jerarquías contrataciones del personal con intención de que sea mano de obra calificada en cuanto la parte operaria y la administrativa el control de contabilidad manejo de cartera capital sea un servicio interno o externalizado y por parte del personal proponer normas de convivencia capacitaciones continuas reuniones directivas para la toma de decisiones legales certificados por Ingeominas y Cámara de Comercio

ANALISIS DEL MERCADO

4.1 Objetivos de Mercadeo

OBJETIVOS A CORTO PLAZO

- Constituirnos como una empresa sólida, mejorando constantemente nuestros productos de acuerdo con las cambiantes necesidades del mercado.
- Ser reconocidos a nivel nacional e internacional por calidad e innovación.

OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

- Certificarnos con la ISO 9000.
- Obtener participación en los mercados internacionales especialmente en Latino América.
- Lograr un crecimiento del 10% en las ventas a partir de segundo año en el mercado latinoamericano, comenzando con Ecuador y luego Venezuela.
- Incrementar puntos de venta y servicio a nivel nacional.

OBJETIVOS A LARGO PLAZO

- Ser reconocida como una de las empresas líderes en la fabricación y venta de productos de arcilla para la construcción con un amplio portafolio de productos y servicios.

Expandirnos cada vez más en los internacionales logrando un crecimiento continuo

4.2 Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios

Ladrillo catalán

Medidas: 10 cms alto, 15 cms ancho, 30 cms de largo

Peso: 3 kilos

Precio nacional: 550 pesos unidad

Precio EXW: 650 pesos unidad

Precio FCA Ipiales: 927.77 pesos unidad

Utilizado en la mayoría de los edificios y construcciones, se utiliza en edificaciones con vigas de cemento para ponerlos como fachada y darle un buen aspecto a la construcción



Terminal de catalan

Medidas: 10 cms alto, 15 cms ancho , 30 cms largo

Precio nacional: 800 pesos unidad

Precio EXW: 900 pesos unidad

Precio FCA Ipiales: 1200 pesos unidad

Terminal: 3.5 kilos

Se utiliza en las mismas edificaciones del catalán van en las esquinas para que no queden huecos y de una sensación de que la fila de ladrillos no termina.



Ladrillo de 10

Medidas: 10 cms de alto, 20 cms ancho, 40 cms largo

Precio nacional: 650 pesos unidad

Precios EXW: 750 pesos unidad

Precio FCA Ipiales: 1136 pesos unidad

Peso: 5 kilos

Utilizado en las edificaciones echas solo de ladrillo, su función es hacer las divisiones de la construcción.



Ladrillo personalizado (catalan con motivos)

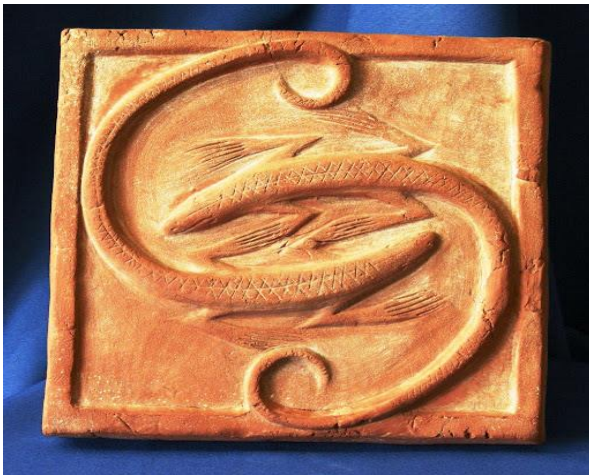
Medidas: 10 cms alto, 15 cms ancho , 30 cms largo

Precio nacional: 1000 pesos unidad

Precio EXW:1100 pesos unidad

Precio FCA Ipiiales: 1377.77 pesos unidad

Brinda a nuestros clientes la posibilidad de personalizar su hogar desde su construcción.



Estos productos no requieren empaque ni algún almacenamiento especial ya que pueden sobrevivir a climas cálidos y húmedos, no importa si se mojan o si están expuestos al sol sus características no cambian.

Su transporte es sencillo, se hace normalmente en planchones, ofrecemos a nuestros clientes transporte directamente desde nuestra compañía, sin necesidad de utilizar terceros y brindamos asesoría sobre materiales para cada tipo de construcción.

4.3 El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios

4.3.1 El Mercado Meta

A nivel nacional nuestro mercado meta son las grandes constructoras que necesitan constantemente una gran cantidad de insumos y depósitos, además las personas de clase alta que están construyendo sus hogares con sus propias ideas.

A nivel internacional también buscamos grandes constructoras y depósitos.

Ecuador

Uno de los principales productos importados por Ecuador son los ladrillos para la construcción, los ecuatorianos exportan este producto, sin embargo, su producción en este país es muy baja por lo que hay gran demanda; Colombia es el único país que exporta este producto hacia Ecuador lo que da gran ventaja para nuevos exportadores, a pesar de haber tenido algunas dificultades en el pasado por diferencias políticas entre los gobiernos de Colombia y Ecuador hoy superadas estas dificultades el mercado se está abriendo de nuevo lo que da una ventaja pues algunas empresas frenaron su exportación hacia este país.

Por ser un país vecino el transporte se da con gran facilidad, especialmente porque se puede mandar directamente desde Medellín vía terrestre hasta cualquier ciudad del vecino país, la cercanía acorta tiempos y costos de envío lo que hace más atractivo el producto para el comprador.

Tanto Ecuador como Colombia pertenecen a la ALADI lo que permite rebajas en impuestos con solo un certificado de origen, nuestro producto es 100% colombiano la tierra es extraída y pasada directamente a la máquina para producir el ladrillo por lo que el certificado de origen se da sin inconvenientes.

Su economía es estable, tienen un déficit en su balanza comercial esto quiere decir que están importando más de lo que están exportando lo que beneficia obviamente al exportador colombiano, tienen una tasa de inflación baja además de un bajo nivel de desempleo lo que beneficia al poder adquisitivo de sus habitantes, sin embargo tienen un nivel alto de población pobre.

Las normas de producción, etiquetado, vitos buenos, empaques, embalaje entre otros son iguales a los de Colombia

Tenemos gran afinidad en cuanto a cultura y cultura de negocios, nuestras costumbres son muy similares, la “ley del cuarto” en cuanto a puntualidad se aplica también en Ecuador. Para viajar a Ecuador solo se hace necesario la cedula de ciudadanía y el pasaporte.

Ecuador tiene una cantidad grande de requisitos para la importación sin embargo no son difíciles de tramitar.

Proexport posee una sucursal en Guayaquil para el apoyo a los exportadores colombianos

Producto: Ladrillos para la construcción hechos de arcilla

Posición Arancelaria: 6904100000

	Ecuador
ECONOMIA	
Población:	15.007.343
Moneda:	Dólar americano
PIB:	115.3 mil millones dólares
PIB per Capita:	\$ 8,000
Crecimiento de PIB %:	3,70%
PIB Sectorial:	la agricultura: 6,4% industria: 35,9% servicios: 57,7%
Cambio de la moneda X US\$:	N/A
Deuda Externa US\$:	\$ 14,710,000,000
Riesgo de no Pago	CCC
Desempleo %:	5%
Inflación %:	3,30%
Población pobre:	33,10%
Fuerza laboral:	4590000
Industrias:	petróleo, procesamiento de alimentos, textiles, productos de madera, productos químicos
Balanza comercial	-692 Millones dólares
Socios de exportación:	EE.UU. 33,5%, Perú 6,8%, Chile 6,5%, Colombia 4,9%
Socios de importación:	EE.UU. 25,4%, Colombia 10,6%, Venezuela 6,5%, Brasil 4,5%
Productos de importacion	materiales industriales, combustibles y lubricantes, bienes de consumo no duraderos, materiales de contruccion
Productos de exportación	petróleo, banano, flores, camarón, cacao, café, madera, pescado
Balanza comercial bilateral	
POLITICA	

Tipo de Gobierno:	República
Presidente:	Rafael Correa Delgado
Periodo presidencial:	4 años
Elecciones:	2013
Tendencias políticas:	basado en el sistema de derecho civil
2, Costo estimado del transporte y frecuencias	Terrestre 1345 usd por contenedor
3. Exigencias de entrada del producto y régimen comercial	
Arancel	15%
Iva	12%
Otros impuestos	FODINFA 0,50%
Normas de Origen	Certificado de origen(aladi)
Normas de entrada (requisitos tecnicos, empaque, etiquetado, fitosanitarios, etc)	Los materiales utilizados para las mercancías deben ser 100% de el país participante o de alguno de sus miembros, Declaración aduanera Cinco (5) facturas comerciales que deben contener: el valor FOB, los cargos específicos del flete (debe ser exactamente igual para el AWB) y cargos adicionales. También debe tener una declaración firmada que diga: “Declaramos bajo juramento que todas las cantidades, precios y más detalles de esta factura comercial son exactos y verdaderos”, Permiso de importación, válido para 180 días, para todos los bienes con un valor CIF de USD 1.500 en adelante. Debe ser obtenido antes del embarque. El valor actual no debe exceder el 10% del permiso de importación, Duplicado del Certificado de Origen

4.2.2. Estudio del Mercado Consumidor

a) Objetivos del estudio del mercado consumidor

- Determinar la posible demanda de el producto
- Establecer un mercado especifico y quienes serian los compradores potenciales
- Conocer la necesidad del cliente al cual nos queremos dirigir

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

El medio principal utilizado para el estudio del consumidor fue el internet, por medio de este hallamos varios estudios sobre el mercado Ecuatoriano, las oportunidades para Colombia, las importaciones de ladrillos, ciudades especificas a las que exportar y posibles clientes.

c) Aplicación de la Medios

Las integrantes del grupo en conjunto investigamos y analizamos los diferentes aspectos que determinan la ciudad y nuestros clientes.

d) Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

Gracias a la inversión extranjera, estabilidad del coste de mano de obra y déficit de viviendas que presenta el mercado ecuatoriano especialmente en la ciudad de Guayaquil, constantemente se están generando nuevos proyectos inmobiliarios.

Actualmente la ciudad de Guayaquil tiene una población flotante de 3 328 534 de habitantes, los cuales residen de manera temporal durante la jornada laboral, pero habitan en varios de los cantones colindantes a Guayaquil, de entre los cuales los más grandes son Durán, Daule y Samborondón.

Es importante mencionar, que de las 1000 compañías mas importantes del Ecuador, 34 corresponden al sector de la construcción. Según la superintendencia de compañías, desde 1978 las empresas del sector se han incrementado en las de 324%.

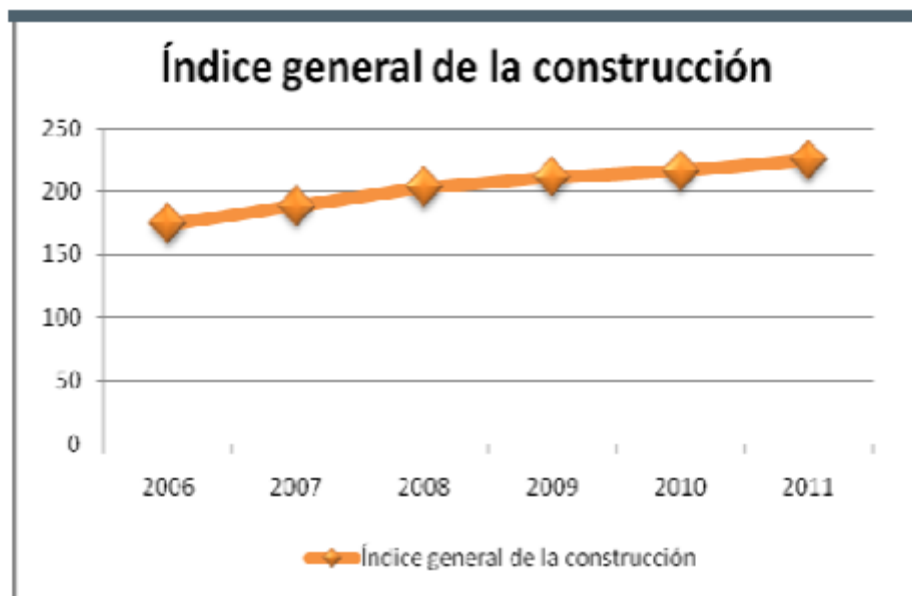
Nuestros nuevos clientes serán las grandes constructoras además de aquellos que en la actualidad distribuyen ladrillos de la competencia algunos son

- Constructora Valero
- Constructora covigon
- Taconstruccion
- Constructora santcity
- Utilconstru S.A

Los precios de los materiales de construcción han revelado un comportamiento creciente de el 5.16%

El índice general de precios de la construcción, mide mensualmente la evolución de los precios (a nivel de productor o importador) de los materiales para la construcción y ha revelado un

comportamiento creciente.



Fuente: INEC / Elaboración: PCR - PACIFIC CREDIT RATING

Nuestros productos son de gran calidad ya que usamos las mejores tierras y técnicas para hacerlos mas perdurables en el tiempo.

Gracias a que nuestro sector es tan dinámico en nuestro país podemos entrar a competir fácilmente con precio lo que genera un gran factor diferenciador.

Determinación de la Demanda

Las importaciones de materiales de construcción en Ecuador mostraron un crecimiento del 75.02% en relación a similar periodo de 2009, alcanzando US\$ 62.443 millones en el año 2010. En cuanto a las importaciones de materias primas totales en valor FOB, en el año 2010 estas alcanzaron US\$ 443.051 millones, creciendo un 9.21%.

Cuadro 3: Importaciones en toneladas métricas y valor USD FOB (US\$ miles)											
Importación	2009				2010				Variación 2009-2010		
	Volumen	Valor USD FOB	Valor unitario	Part.% Total	Volumen	Valor USD FOB	Valor unitario	Part.% Total	Volumen	Valor USD FOB	Valor Unitario
Materias Primas	465	405,699	872	31,78%	523	443,051	847	52,35%	12,48%	9,21%	-2,91%
Para la agricultura	44	42,091	965	3,30%	85	53,723	630	8,53%	95,69%	27,63	-34,78%
Para la industria	273	327,931	1203	25,69%	395	326,886	827	39,53%	44,94%	-0,32%	-31,23%
Materiales de Construcción	149	35,677	239	2,79%	43	62,443	1,457	4,29%	-71,24%	75,02%	508,55%

A partir del 2010, aumento la entrega de créditos hipotecarios por parte del instituto Ecuatoriano de seguridad social (IESS), a través del banco de IESS (BIESS). En total entrego el 36% de los créditos de vivienda en el 2010. A principios del 2011 se empezó a otorgar créditos con el plan

Mi primera vivienda del ministerio de desarrollo urbano y vivienda.

Cuadro 2: Volumen de Crédito (US\$ miles)						
Actividad Económica	2008	2009	2010	Variación absoluta	Variación %	Participación 2010
Construcción	589,67	494,29	584,36	90,06	18,22%	5,41%
Total General	8679,16	8706,12	10808,55	2132,43	24,49%	100%

Fuente: Banco Central / Elaboración: PCR - PACIFIC CREDIT RATING

Las importaciones de materiales para la construcción tienen un crecimiento del 75.02% en el 2010.

El sector de la construcción registró en los tres primeros meses del 2011 su mayor incremento en ese periodo desde el 2002. Este se expandió 17,45%, encabezando así el crecimiento de los sectores que conforman el Producto Interno Bruto (PIB).

Esta tendencia de crecimiento se mantiene desde el año anterior, cuando en el cuarto trimestre se notó una subida del 11,16% en relación con los últimos tres meses del año 2009.

Los factores que favorecieron a este crecimiento, según José Centeno, presidente de la Cámara de la Construcción de Guayaquil, son los créditos hipotecarios y los fideicomisos para constructores.

Los créditos hipotecarios ayudan, pues aumentan la demanda de vivienda, dice.

Otro aporte son los fideicomisos que el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV) ha organizado con los constructores. Con ello, explica, se consiguen fondos para nuevos proyectos inmobiliarios.

Según las cifras del Banco del IESS, la inversión en créditos hipotecarios mantiene su ritmo desde el año anterior. Durante el último trimestre del 2010, los desembolsos llegaron a US\$133,91 millones, mientras que en el primer trimestre del 2011 fueron US\$133,33 millones.

Para finales de este año, según la proyección inicial del Biess, se espera que la entrega de créditos hipotecarios llegue a US\$1.575 millones, mientras que para el 2013 se espera que la entrega de dinero llegue a US\$2.900 millones en el año.

Las empresas ladrilleras en Ecuador son muy pocas y por esto no suplen las necesidades del mercado de su país, a diferencia de Colombia que tiene gran experiencia en este ámbito, por esto se facilita entrar a competir con calidad y precios.

Se estima que para el próximo censo nacional que sería en el año 2020 la población de Metro Guayaquil sería de 3'700.000 de habitantes en la ciudad y casi 4'500.000 de habitantes en su Conurbación.

4.4 El Mercado Proveedor

4.4.1 Proveedores

Para la producción se necesita:

- Arena arcillosa: esta se saca del terreno que se encuentra en la planta de producción
- ACPM: se contrato con Texaco Combustol bomba del 900
- Leña: el Sr. Luis Taborda.se encarga de suministrarnos la madera.

Hilo acerado: se compra en el Depósito los Soles

4.4.2 Estudio del Mercado de Proveedor

a) Variables estudiadas del mercado proveedor

Para elegir los proveedores se tuvo en cuenta:

- Legalidad de la empresa.
- Propuesta comercial.
- Tiempos de entrega.
- Ubicación de los mismos.
- Precio.

Calidad.

b) Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

Para realizar dicho estudio solicitamos citas previas y cotizaciones con los diferentes proveedores, donde se verifico: precio, tiempos de entrega, ubicación.

c) Aplicación de la Medios

Catalina cuadros, pidió varias cotizaciones a diferentes bombas de gasolina del sector y determino cual era la que nos brindaba un combustible de mejor calidad y la de mas cercanía ya que necesitamos varios galones diarios y su transporte no es sencillo y el abastecimiento se hace muy temprano en la mañana.

Al igual que con el combustible, para la leña se pidieron varias cotizaciones, esta nos pareció la más apropiada por su aporte al cuidado del medio ambiente.

d) Resultados del estudio de los proveedores

Texaco Combustol el 900 es el proveedor de nuestro ACPM. Gracias a este proveedor los costos de transporte se disminuyen, se les paga en el momento de la compra en efectivo.

Luis Taborda nos provee con una carga semanal de leña para el horneado de los ladrillos. Este proveedor nos hace llegar la leña directamente hasta nuestras instalaciones semanalmente y se le paga a fin de mes.

4.5 El Mercado Competidor

4.5.1 Competidores

- Ladrillera Nacional S.A
- Ladrillera San José Ltda.
- Ladrillera San Cristóbal.
- Ladrillera la Alcarraza.

4.5.2 Estudio del Mercado Competidor

a) Variables estudiadas del mercado Competidor

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PRODUCTO DESTACADO
Ladrillera Nacional S.A	Zona rural, Barrio los Gómez. Itagüí	371 26 69	<ul style="list-style-type: none"> • Ladrillos • Tejas
Ladrillera San José Ltda.	Calle 69 N. 57-161, Itagüí	277 00 21	<ul style="list-style-type: none"> • Mampostería • Ladrillos tonalizados • Tejas Ese, doble Ese
Ladrillera San Cristóbal S.A	San Cristóbal-Las Playas	427 01 45	<ul style="list-style-type: none"> • Ladrillos para fachadas • Ladrillos estructurales • Ladrillos comunes
Ladrillera la Alcarraza	Zona rural, Barrio los Gomez. Itagüí	371 13 12	<ul style="list-style-type: none"> • Ladrillos de fachada

b) Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Las estrategias utilizadas son estadísticas que hemos encontrado por diferentes medios, como el DANE, la Cámara de Comercio de Medellín, entre otros.

c) Aplicación de la Medios

Las integrantes del grupo desde el mes de febrero hemos estado visitando la planta de producción e investigando por medio de internet en las páginas del DANE, Proexport, Cámara de comercio de Medellín, páginas de las diferentes Empresas dedicadas a la Fabricación de ladrillos; donde podemos ver producción, estadísticas, proyectos, proveedores, etc.

d) Resultados del Estudio de la Competencia

Hemos determinado que debemos mantener nuestros precios iguales que los de la competencia para poder vender aunque nuestros ingresos sean menores.

4.6 El Mercado Distribuidor

4.6.1 Distribución

Se tiene la iniciativa de crear a su vez el Departamento de Comercio Internacional, con esto lo que buscamos es llegar directamente a las empresas compradoras en el país de Ecuador.

4.6.2 Distribución Directa

a) Describa los medios a través de los cuales se hará la distribución del producto

Venta directa en el país de Ecuador y promoción a través de páginas web y redes sociales

b) Fuerza de ventas

Contaremos con 3 personas que se encargaran de las ventas y el comercio exterior, el salario de cada 1 será de 1.000.000 de pesos

4.6.3 Manejo de Inventarios

La compañía contara con un stock para ventas extraordinarias de 2000 unidades sin embargo se buscara siempre hacer la producción bajo pedido.

4.6.4 Comunicación

Nombre comercial del producto: Ladrillos de cerámica para la construcción.

Nombre de la empresa: Guingue's SAS

4.6.5 Actividades de promoción y divulgación

Crearemos una página en internet y pondremos vallas en los sectores de Llano grande, la autopista sur para abarcar La estrella y Caldas, en cuanto al sector internacional, empezaremos por contactar clientes potenciales en las diferentes ferias que se realicen en el país, además de buscar también en la página de Proexport que puede ser de mucha ayuda a la hora de contactar nuestros clientes en el exterior.

4.7 Precios de los Productos

4.7.1 Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Para establecer los precios se tomaron en cuenta principalmente los precios del mercado, estos son los establecidos para las ventas a nivel nacional, para determinar los precios internacionales se tomaron en cuenta los precios de la competencia en Ecuador, sin embargo se establecieron sumándole al precio nacional los costos de empaque embalaje, transporte y todos los relacionados con la cadena de la DFI desde EXW hasta llegar a FCA Ipiales ya que si entramos con estos precios seremos muy competitivos y tendremos un buen margen de ganancia.

4.7.2 Los Precios de los productos tomando como base los Costos

Total Costos Variables por Producto	Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	
Catalán	\$ 193,2	28.000	\$ 5.409.297,6	31,75%	\$ 399,92
Terminal de catalán	\$ 232,2	20.000	\$ 4.643.539,0	32,99%	\$ 532,87
Ladrillo de 10	\$ 331,7	14.000	\$ 4.643.506,0	18,76%	\$ 575,99
Catalán con motivos	\$ 243,2	8.000	\$ 1.945.513,6	16,49%	\$ 619,06

TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 9.452.827,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 6.054.054,0
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 2.722.833,0
COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$18.229.714,0

4.7.3 Los Precios de los Productos propuestos

Ladrillo	Precio nacional	Precio EXW	Precio FCA	Cantidad mínima de pedido (contenedor de 20)
Catalán	550	650	927.77	9000
Terminal catalán	800	900	1200	8000
Ladrillo de 10	650	750	1300	3542
Catalán con motivos	1000	1100	1377.77	4000

4.7.4 Política de Precios

Para las ventas nacionales por compras superiores a 16000 catalanes, 12000 terminales de catalán, 10000 ladrillos de 10 o 4000 catalanes con motivos se hará un descuento del 5%.

Para las ventas internacionales se hará descuento de 10% por cada contenedor de mas.

4.8 Costos asociados a las Actividades de Comercialización

Salarios	\$ 1.500.000
Prestaciones Sociales	\$ 777.833
Publicidad y Mercadeo	\$ 390.000
Tarjetas de presentación	\$ 55.000
Total	\$2722833

4.9 Riesgos y Oportunidades del mercado

Riesgos: situaciones externas crisis económicas conflicto armado situación política y la pérdida de confianza de los inversionistas, mala infraestructura en las carreteras y puertos para una negociación internacional.

Oportunidades: El crecimiento constante buscando ser competitivos expandir sus posibilidades de mercados nuevos, introduciendo ladrillera Guingue's a través de estrategias que generen un incremento en la rentabilidad del negocio que crezca tanto a nivel nacional como internacional, también podríamos resaltar el incentivo del gobierno de que los materiales para la construcción de pared están exentos de IVA.

Nosotros como una empresa tratando de resaltar ante la competencia nos enfocamos en estar innovando con los ladrillos personalizados para obtener una óptica mejorada ante la construcción y la apreciación de la estética Riesgos situaciones externas crisis económicas conflicto armado situación política y la pérdida de confianza de los inversionistas, mala infraestructura en las carreteras y puertos para una negociación internacional.

4.10 Plan de ventas

Para las ventas nacionales antes de comenzar el funcionamiento de la empresa habíamos tenido conversaciones con varios depósitos para llegar a acuerdos de venta y conseguimos un contrato con el depósito los soles para proveerlos de 15.000 catalanes y 10.000 terminales de catalán quincenal y 10.000 ladrillos de 10 mensuales.

Con ecuador de acuerdo al estudio de mercados esperamos vender 1 contenedor de 20 cada 45 días.

5. ASPECTOS TÉCNICOS (ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN)

5.1 Objetivos de producción

- **Objetivos a corto plazo:** Producir 9000 ladrillos semanales y que su tiempo de secado dure 8 días.
- **Objetivos a mediano plazo:** Disminuir la cantidad de ladrillos defectuosos de 1000 a 500 unidades semanales
- **Objetivos a Largo plazo:** Implementar una cámara de secado que disminuirá el tiempo de secado a 12 horas, lo que permitirá entregar mas rápidamente los ladrillos y se requerirá menos espacio para el almacenamiento, la producción aumentara un 40%, se utilizara la capacidad de producción de la maquina en un 70% ya que en un principio solo se utilizara al 30% de su capacidad de producción.

5.2 Descripción del proceso de producción

Minería:

Minería a cielo abierto: Extracción de arcilla. Tierra arcillosa y arenosa. Esta se hace con una retroexcavadora 1 vez a la semana, el costo de la retroexcavadora son \$400.000 pesos por 6 horas en las que saca los materiales necesarios para 1 semana de producción.

Fase de Homogenización:

Se colocan los materiales en pilas y se revuelven. Esto lo hace un trabajador que conoce la cantidad exacta de tierra arcillosa y arenosa ya que si es muy arcillosa se puede estallar y rajarse el ladrillos y si es muy arenosa el ladrillo no seria resistente

Se humecta dependiendo del tipo de arcilla y del producto final.

Se tritura el material en un molino.

Fase de Extrusión:

1. Se realiza en una máquina extrusora que muele el material.
2. La forma se le da con unas boquillas en la maquina extrusora, dependiendo del tipo de ladrillo deseado.
3. El material es cortado con un hilo acerado dentro de un cuadro con la medida exacta del ladrillo teniendo en cuenta las dimensiones necesitadas.

Fase de Secado:

Se realiza en unas estanterías llamadas camillas, cada una con una capacidad de 180 ladrillos, allí se dejan hasta por 7 días dependiendo del clima se dejan los ladrillos hasta que hayan expulsado la mayoría de la humedad.

Fase de Horneado:

Se realiza en un horno con una gran capacidad a una temperatura de hasta 700 grados centígrados. Para el horneado se utiliza madera de la cual se necesitan 4 toneladas semanales.

5.3 Capacidad de producción

Semanalmente la ladrillera cuenta con una capacidad de 9000 ladrillos semanales, sin embargo de estos alrededor de 1000 son perdida por diferentes motivos, estas perdidas se venden a mitad de precio o se reprocesan.

5.4 Plan de Producción

Producto	Capacidad de producción	Tiempo de producción
Catalán	7200	2 semanas
Terminal de catalán	7200	2 semanas
Ladrillo de 10	7000	1.5 semanas
Ladrillo personalizado	6000	2 semanas

5.5 Recursos materiales y humanos para la producción

5.5.1 Locaciones

El área es de 100 metros cuadrados, cuyo arriendo es de 150.000 pesos mensuales, la adecuación para el proceso de producción tiene un costo de 12.000.000 el lugar donde se realiza la minería tiene un costo de 60.000.000.

- La maquina extrusora tiene un costo de 79.965.000
- Los Servicios públicos tienen un costo de 300.000 mensuales ya que es un estrato 1
- El ACPM tiene un costo de 350.000 pesos semanales
- La madera tiene un costo de 400.00 semanales

5.5.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

- ✓ La maquina tiene un costo de \$ 79.965.000
- ✓ Las camillas tienen un costo de \$ 750.000 cada una y se necesitan 40

- ✓ 3 Palas para el llenado de la maquina y la mezcla de las tierras cada una con un costo de \$ 30.000 cada una.
- ✓ 2 montacargas manuales para el transporte de las camillas con los ladrillos para el secado con un costo de \$ 695.000 cada uno.
- ✓ Un horno que tiene un costo de \$ 800.000 pesos.

5.5.3 Requerimientos de materiales e insumos.

Insumo	Cantidad – descripción	Proveedor	Precio
Arenas	10 toneladas de tierra arcillosa y 8 toneladas de tierra arenosa.	Se saca de el terreno que se encuentra al frente de la planta de producción.	0
ACPM	42 galones semanales	Combuscol bomba de el 900	350.000 pesos semanales
Leña	4 toneladas semanales de leña	Luis Taborda	400.000 pesos semanales
Hilo acerado	Es un hilo de gran resistencia y precisión con el que se corta el material en la medida necesaria. 1 tambor dura 10 meses	Deposito los soles	100.000 pesos
Palas	El mezclador necesita 3 palas las cuales deberán ser cambiadas cada 6 meses	Deposito los soles	30.000 pesos cada una Total 120.000 pesos
Monta manual carga	Se necesitan 2 monta carga manuales, a los cuales se les hace mantenimiento mensualmente por sus mismos operarios	Helsum ltda	695.000 cada una Total 1.390.000

5.5.4 Requerimientos de servicios.

Los servicios que incluirán agua y luz tendrán un costo de 300.000 pesos mensuales.

5.5.5 Requerimientos de personal.

Cargo	Funciones	Salario
Mezclador	Encargado de mezclar las tierras y alimentar la maquina	SMMLV
Cortador	Encargado de cortar el producto de acuerdo al tamaño necesitado	SMMLV
2 Auxiliares de producción	Encargados de ubicar los ladrillos en las camillas, ubicar las camillas, controlar el proceso de secado y alimentar el horno	SMMLV
Hornero	Encargado de insertar la madera en el horno y controlar la temperatura del horno.	SMLV

5.6 Programa de producción

Hacer la compra de la maquina extrusora, las camillas, materiales para la construcción del horno (cemento y ladrillos) y para la construcción del techo (tejas te eternit y tubos de acero). Adecuar el terreno, se debe poner un techo de eternit sobre los 100 metros cuadrados, poner en el área de las camillas un piso de cemento, adecuar el espacio para la mezcla de las tierras, realizar la construcción del horno. Ensamblar la maquina y el área de corte. Comprar las montacargas y el hilo acerado, ubicar las montacargas y recortar el hilo.

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1 Procesos Administrativos

6.1.1 Descripción de los procesos administrativos

Proceso	Descripción
Administrador	Supervisar el proceso de producción, ingresos y egresos de la compañía. Capacitar constantemente el personal del área de producción.
Vendedoras y encargadas del área de comercio exterior	Promover el producto y encargarse de todo el proceso de comercio exterior. Visitar clientes nacionales en sus instalaciones y ofrecerles el producto. Realizar estudios de mercado a nivel internacional para encontrar nuevos clientes. El tiempo depende del mercado.
Técnico en terminaciones arquitectónicas	Asesorar a los clientes sobre los materiales necesarios para sus proyectos. Atender las llamadas de los clientes y brindarles la atención que requieran. El tiempo depende la disponibilidad y necesidad de el cliente, o la urgencia que tenga el mismo.

Todos los procesos administrativos se realizan en la planta de producción.

6.1.2 Procesos administrativos externalizados

Nombre del proceso	Proveedor del servicio	Costos estimados
Contabilidad	Leidy Jaramillo Gallego Contadora visita la empresa 1 Vez al final de cada mes. La contabilidad incluye Nomina, impuestos, revisión y asesorías en aspectos legales.	500.000 pesos mensuales
Mensajería	Domilogistica SAS se contrata cada vez que se necesite hacer una diligencia.	3.000 pesos por diligencia

6.2 Estructura Organizacional del Negocio

6.2.1 Organigrama



6.2.2 Descripción funcional de la Organización

Las funciones de los cargos administrativos serán velar por la estabilidad económica de la compañía, supervisar los procesos de la producción, llevar al día los inventarios de los productos, capacitar el personal de el área de producción, buscar constantemente nuevos clientes y asegurarse de la satisfacción de los permanentes, asesorar a los clientes sobre sus inquietudes.

6.3 Recursos materiales y humanos para la administración

6.3.1 Locaciones

El área de las locaciones administrativas es de 50 metros cuadrados y estará ubicada encima del área de producción el arriendo de todo el terreno es de 150.000 pesos mensuales y las adecuaciones para la sala de ventas y oficinas tendrá un costo de alrededor de 20.000.000 pesos.

6.3.2 Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

5 escritorios con su respectivo asiento, cada escritorio contara con 1 computador, 1 teléfono.

1 teléfono para la planta d producción

Se utilizara 1 impresora multifuncional con sistema de carga continua para toda el área administrativa.

Equipo o software	Descripción	Cantidad	Precio
World office	Software contable pyme	1	1 500 000
computadores	Equipos de oficina insumo indispensable para la parte administrativa	5 QBEX	3 750 000
impresora	Multifuncional recarga continua	1 EPSON TX	300 000
Teléfonos	Teléfono alambriico simple	6	180 000
Escritorios vendedoras	Escritorios modulares,	3	300 000
Escritorio administrativo y arquitecto	Escritorio de oficina	2	700 000
Sillas	Ajustables de ruedas	5	350 000
TOTAL			6 900 000

6.3.3 Requerimientos de materiales de oficina.

Material	Descripción	Cantidad	Precio	Tiempo de duración
Resma de papel	Resma de papel reprograf carta y oficio	Cada resma tiene 500 hojas 2 resmas	15 900	2 meses
Lapiceros	Kilométricos	5	5000	3 meses
Cosedora de pinza	SAX 644 para hasta 25 hojas usa gancho estándar.	2	46 000	Entre 2 y 3 años
Ganchos cosedora estándar	REF.26/6 o 24/6 caja de 500 Estándar	2	10 000	4 meses
Tarjetas de presentación	Publicidad	1000	55 000	6 meses
TOTAL			131 900	

6.3.4 Requerimientos de servicios.**6.4**

Servicio	Descripción	Proveedor	Precio
Internet y telefonía	El internet será banda ancha de 4 megas con conexión para los 5 computadores. La telefonía es ilimitada para los 6 teléfonos que estarán ubicados 5 en las oficinas y 1 en la planta de producción. Banda ancha 6000 kbps telefonía ilimitada 3 planes telefonía ilimitada mas la banda ancha.	UNE	293 405 todo
Telefonía celular	Tendremos 3 celulares para cada vendedora del área comercial y 1 para el asesor, los 4 con un plan de 351 minutos mensuales.	Tigo	69.900 cada uno Total: 279.600 pesos mensuales
Luz y agua		Epm	300.000 pesos mensuales
TOTAL			873 005

6.4.1 Requerimientos de personal

Cargo	perfil	salario
Administrador	<p>Debe tener un conocimiento en el negocio de las ladrilleras capaz de planificar dirigir organizar evaluar los procesos de la compañía no solo que tenga conocimiento en los anteriores aspectos si no que tenga convicción por lo que hace sentido de pertenecía con la empresa donde todas las decisiones que tome se note la tendencia al liderazgo</p> <p>Conocimientos en contabilidad</p>	1.000.000
Vendedoras y encargadas del comercio exterior	<p>Deber ser una persona con compromiso dedicación entusiasmo paciencia y además de tener experiencia o conocimiento en ventas requerimos de igual manera en comercio exterior para abarcar nuevos mercados tanto proveedores como clientes</p>	1.000.000 cada una
Técnico en terminaciones arquitectónicas	<p>Debe tener conocimiento sobre materiales arquitectura atención al cliente</p>	650.000

7. ASPECTOS LEGALES

7.1 Tipo de Organización empresarial

Guingue`s será una sociedad por acciones simplificadas SAS ya que este tipo de sociedad permite a los pequeños empresarios escoger las normas societarias más convenientes a sus intereses, ya que gracias a su carácter de regulación flexible puede ser adaptada a las condiciones y requerimientos especiales de cada una.

Beneficios que tendremos como SAS

Al constituir la empresa, podremos ahorrar tiempo y dinero dado a que se puede hacer a través de un documento privado. Esto también aplica a la reforma de estatutos durante el desarrollo de la actividad económica que desempeña la empresa.

Podremos beneficiarnos de la limitación de la responsabilidad sin tener que acudir a la estructura de la sociedad anónima: por ejemplo, la SAS no obliga al empresario a crear ciertos órganos, como la junta directiva, o a cumplir con otros requisitos, como la pluralidad de socios.

El modelo da libertad para crear diversas clases y series de acciones, como son las acciones ordinarias; con dividendo preferencial y sin derecho a voto; con voto múltiple; privilegiadas; con dividendo fijo; o con acciones de pago. De este modo, podremos aumentar las posibilidades de acceder a capital a través de los socios de la empresa. Una sociedad anónima simplificada es más fácil de gobernar, en la medida en que permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito.

El pago de los aportes de los socios de la compañía puede diferirse hasta por un plazo máximo de dos años y no se exige una cuota o porcentaje mínimo para iniciar. Este aspecto facilita su constitución y da un crédito de dos años para que los socios consigan el capital necesario para pagar sus acciones.

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades publicas

- RUT: Se solicita ante la DIAN no tiene ningún costo y el tramite se puede realizar en un día.
- CERTIFICADO DE CAMARA DE COMERCIO: Se solicita ante la Camara de Comercio de cada ciudad; el costo varia y para nosotros por el capital que tenemos de \$5.000.000 tiene un costo de \$82.000 y se puede tramitar en 48 horas.
- SOLICITUD DE CERTIFICADO DE USO DE SUELOS: Se debe solicitar en la secretaria de planeación de cada Municipio tiene un valor aproximado de \$ 56.700
- TITULO MINERO: Se solicita ante la secretaria de minas
- CERTIFICADO DE UBICACION INSDUSTRIAL: Tiene un costo de \$1.500.000 y su solicitud puede demorarse hasta 45 días hábiles.

8. ASPECTOS FINANCIEROS

8.1 Estructura Financiera del proyecto

8.1.1 Recursos Propios

Aportes de socios

Wendy Guingue apporto un terreno con valor de 60.000.000 para la minería de las tierras.

Catalina Cuadros y Carolina Jimenez aportaron un capital de 51.341.900 para adecuar el terreno para el funcionamiento de la empresa de la siguiente manera:

Catalina Cuadros 26.000.000 millones de pesos

Carolina Jimenez 25.341.900 millones de pesos

8.1.2 Créditos y Prestamos Bancarios

Hicimos un préstamo bancario por valor de 100.000.000 con el CNE centro de negocios del banco AVVILLAS, con un interés del 2.28% mensual a 10 años

8.2 Ingresos y Egresos

8.2.1 Ingresos

8.2.1.1 Ingresos Propios del Negocio.

Ventas		Participación del total Ventas
Catalán	\$ 15.400.000,0	31,75%
Terminal de catalán	\$ 16.000.000,0	32,99%
Ladrillo de 10	\$ 9.100.000,0	18,76%
Catalán con motivos	\$ 8.000.000,0	16,49%
VENTAS TOTALES (VT)	\$ 48.500.000,0	

8.2.2 Egresos

8.2.2.1 Inversiones

Activos Fijos	\$ 210.031.900
Pago Crédito (Capital)	
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.138.700
Capital de Trabajo	\$ 34.871.570

8.2.2.2 Costos

RESUMEN COSTOS		
Cuenta	Valor	Participación
Total Costos Variables	\$ 16.641.856,2	47,72%
Total Costos fijos de producción	\$ 9.452.827,0	27,11%
Total Costos fijos de administración	\$ 6.054.054,0	17,36%
Total Costos fijos de Comercialización y Ventas	\$ 2.722.833,0	7,81%
Costos Totales	\$ 34.871.570,2	100,00%

8.2.2.3 GastosGastos Administrativos y legales**COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN MENSUALES**

Salarios	\$ 3.150.000
Prestaciones Sociales	\$ 1.633.449
Gastos de representación	\$ 0
Papelería	\$ 30.900
Mantenimiento (Equipos de Oficina)	\$ 100.000
Seguros	\$ 0
Administración	\$ 0
Varios (Vigilancia, aseo, etc.)	\$ 566.700
Telefonía celular	\$ 279.600
Internet, telefonía	\$ 293.405
TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 6.054.054

Gastos Distribución y Ventas

Salarios	\$ 1.500.000
Prestaciones Sociales	\$ 777.833
Publicidad y Mercadeo	\$ 390.000
Tarjetas de presentación	\$ 55.000
TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 2.722.833

Gastos Amortización de diferidos

Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.138.700
----------------------	--------------

8.2.2.4 Gastos Financieros

Monto del Préstamo:	\$ 136.700.270
Intereses (efectivo Mensual):	2,28%
Plazo (meses):	120
Modalidad del Préstamo:	Libre inversión

8.3 Estados Financieros Proyectados

8.3.1 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y
EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA	-\$ 111.341.90 0	\$ 122.187.68 3	\$ 193.808.24 9	\$ 261.245.24 6	\$ 341.652.79 0	-\$ 170.947.71 6

8.3.2 Estado de Perdidas y Ganancias (Estado de Resultados)

ESTADO DE RESULTADOS -CIFRAS MENSUALES

CUENTAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por concepto de Ventas	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000	48.500.000
- Costo Variables	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856	16.641.856
- Costos Fijos Producción	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827	9.452.827
- Gastos Depreciación	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500	14.360.500
= Utilidad Bruta en Ventas	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817	8.044.817
- Costos fijos de Administración	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054	6.054.054
- Costos Fijos de Ventas y Distribución	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833	2.722.833
- Amortización de diferidos	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000	25.000
= Utilidad Operativa	-757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070
+ Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
- Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
= Utilidad Antes de Impuestos	-757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070	757.070
- Impuestos	-249.833	249.833	249.833	249.833	249.833	249.833	249.833	249.833	249.833	249.833	249.833	249.833
= UTILIDAD NETA	-507.237	507.237	507.237	507.237	507.237	507.237	507.237	507.237	507.237	507.237	507.237	507.237
- Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO Guingue's ultimate-Plan de Negocios

=	Utilidades no Repartidas	-507.237	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	-507.237	1.014.474	1.521.711	2.028.948	2.536.185	3.043.422	3.550.659	4.057.896	4.565.133	5.072.370	5.579.607	6.086.844

8.3.3 Balance General

FLUJO DE CAJA	Inversión	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
+ Ingresos por venta		\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000	\$ 48.500.000
- Costos variables		\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856	\$ 16.641.856
- Costos fijos	\$ 0	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714	\$ 18.229.714
Costos fijos de Producción		\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827	\$ 9.452.827
Costos fijos de Administración		\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054	\$ 6.054.054
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833	\$ 2.722.833
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500
- Intereses Credito	\$ 0	\$ 3.116.766	\$ 3.111.675	\$ 3.106.468	\$ 3.101.142	\$ 3.095.695	\$ 3.090.124	\$ 3.084.425	\$ 3.078.597	\$ 3.072.636	\$ 3.066.538	\$ 3.060.302	\$ 3.053.924
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 3.873.836	\$ 3.868.745	\$ 3.863.538	\$ 3.858.213	\$ 3.852.765	\$ 3.847.194	\$ 3.841.495	\$ 3.835.667	\$ 3.829.706	\$ 3.823.609	\$ 3.817.373	\$ 3.810.994
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 3.873.836	\$ 3.868.745	\$ 3.863.538	\$ 3.858.213	\$ 3.852.765	\$ 3.847.194	\$ 3.841.495	\$ 3.835.667	\$ 3.829.706	\$ 3.823.609	\$ 3.817.373	\$ 3.810.994
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500	\$ 14.385.500
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 136.700.270	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 75.416.170
Prestamos	\$ 136.700.270												
Recuperación Capital de trabajo													\$ 34.871.570
Valor de Salvamento													\$ 40.544.600
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 248.042.170	\$ 223.289	\$ 228.380	\$ 233.587	\$ 238.913	\$ 244.360	\$ 249.931	\$ 255.630	\$ 261.458	\$ 267.419	\$ 273.517	\$ 279.753	\$ 286.131
Activos Fijos	\$ 210.031.9												

	00												
Pago Crédito (Capital)		\$ 223.289	\$ 228.380	\$ 233.587	\$ 238.913	\$ 244.360	\$ 249.931	\$ 255.630	\$ 261.458	\$ 267.419	\$ 273.517	\$ 279.753	\$ 286.131
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 3.138.700												
Capital de Trabajo	\$ 34.871.570												
FLUJO DE CAJA	-\$ 111.341.900	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 10.288.375	\$ 85.704.545

8.4 Evaluación financiera del proyecto

8.4.1 Valor Presente Neto

Valor Presente Neto	3.861.114
---------------------	-----------

8.4.2 Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno	7,00%
-------------------------	-------

8.4.3 Indicadores Financieros proyectados

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 5 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por venta		\$ 582.000.000	\$ 681.987.600	\$ 799.153.070	\$ 936.447.567	\$ 1.097.329.259
- Costos variables		\$ 199.702.274	\$ 206.991.407	\$ 214.546.594	\$ 222.377.544	\$ 230.494.325
- Costos fijos		\$ 218.756.568	\$ 226.741.183	\$ 235.017.236	\$ 243.595.365	\$ 252.486.596
Costos fijos de Producción		\$ 113.433.924	\$ 117.574.262	\$ 121.865.723	\$ 126.313.822	\$ 130.924.276
Costos fijos de Administración		\$ 72.648.648	\$ 75.300.324	\$ 78.048.785	\$ 80.897.566	\$ 83.850.327
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 32.673.996	\$ 33.866.597	\$ 35.102.728	\$ 36.383.977	\$ 37.711.992
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 172.626.000	\$ 172.626.000	\$ 172.626.000	\$ 172.626.000	\$ 172.626.000

DESARROLLO DEL PLAN DE TRABAJO Guingue's ultimate-Plan de Negocios

- Intereses Crédito		\$ 37.038.29 3	\$ 36.093.16 4	\$ 34.854.42 5	\$ 33.230.86 4	\$ 31.102.935
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	-\$ 46.123.13 6	\$ 39.535.84 6	\$ 142.108.8 15	\$ 264.617.7 93	\$ 410.619.40 3
- Impuestos	\$ 0	\$ 0	\$ 13.046.82 9	\$ 46.895.90 9	\$ 87.323.87 2	\$ 135.504.40 3
= Utilidad después de Impuestos	\$ 0	-\$ 46.123.13 6	\$ 26.489.01 7	\$ 95.212.90 6	\$ 177.293.9 22	\$ 275.115.00 0
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 172.626.0 00	\$ 172.626.0 00	\$ 172.626.0 00	\$ 172.626.0 00	\$ 172.626.00 0
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 136.700.2 70	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	-\$ 609.710.99 0
Prestamos	\$ 136.700.2 70					
Recuperación Capital de trabajo						\$ 40.248.410
Valor de Salvamento						-\$ 649.959.40 0
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 248.042.1 70	\$ 4.315.181	\$ 5.306.768	\$ 6.593.660	\$ 8.267.132	\$ 8.977.727
Activos Fijos	\$ 210.031.9 00					
Pago Crédito (Capital)		\$ 3.042.369	\$ 3.987.498	\$ 5.226.237	\$ 6.849.798	\$ 8.977.727
Gastos PREOPERATIVO S	\$ 3.138.700					
Capital de Trabajo	\$ 34.871.57 0	\$ 1.272.812	\$ 1.319.270	\$ 1.367.423	\$ 1.417.334	
FLUJO DE CAJA	-\$ 111.341.9 00	\$ 122.187.6 83	\$ 193.808.2 49	\$ 261.245.2 46	\$ 341.652.7 90	-\$ 170.947.71 6

8.4.4 Análisis de sensibilidad (Variación de la Demanda y variación del precio)

Tasa Interna de Retorno	125,22%
Valor Presente Neto	14.316.604
Tasa Interna de Retorno	140,31%

9. CONSIDERACIONES FINALES

Guingue's S.A.S por valores agregados como el diseño de cada ladrillo al gusto del comprador, nos dará la posibilidad de penetrar el mercado de una manera innovadora asegurando no solo la satisfacción del cliente, sino ir generando preferencia por nuestra oferta económica.

La calidad será un factor importante después de las diversas opciones que brindamos a nuestros clientes, puesto que comercialmente nuestro mercado principal será Ecuador y sus ciudades con mayor contracción de construcción. La debilidad de producción por parte de las empresas ecuatorianas en el sector de edificación será nuestro punto de partida para otorgarle un significado especial a cada venta, pues ofrecemos calidad, economía e innovación frente a la necesidad de cada comprador. Legalmente contamos con todas las posibilidades de enviar nuestro producto en las mejores condiciones, nuestra financiación de acuerdo a nuestros estudios financieros nos asegura viabilidad económica no solo como organización sino como entidad que proyecta crecer a través del tiempo. Por todas estas razones consideramos este proyecto de gran viabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

La bibliografía utilizada para el desarrollo de este plan de negocio fue la siguiente

<http://www.proexport.com.co/>

<http://www.ccas.org.co/>

<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis146.pdf>

<http://camacol.co/>

<http://cdigital.udem.edu.co/TESIS/CD-ROM61462011/07.Capitulo1.pdf>

<http://cdigital.udem.edu.co/TESIS/CD-ROM61462011/08.Capitulo2.pdf>

<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

<http://www.proecuador.gob.ec/areas/inversiones/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>

<http://www.redladrilleras.net/>

http://www.ratingspcr.com/archivos/publicaciones/SECTORIAL_ECUADOR_CONSTRUCCION_201103.pdf

<http://www.camecol.com/contenidos.php?menu=17&submenu1=20&idiom=1>

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ec.html>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil>

http://camara.ccb.org.co/documentos/7207_C%C3%B3mo_hacer_negocios_con_Ecuador.pdf

<http://cendoc.esan.edu.pe/paginas/infoalerta/Agroexportacion/textocompleto/ecuador.pdf>