



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

“Análisis del comportamiento de la productividad en la venta de maquinaria, insumos y equipos para camaroneras en sus 3 años de operaciones. CASO: AQUAVI S.A.”

Estudio de caso que se presenta como opción al título de: Ingeniero en Administración de empresas con énfasis en Gestión Empresarial.

Autor: Luis Ortiz Valarezo

Tutor: Mgtr. Pablo San Andrés

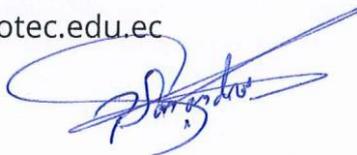
Machala, 2018

U R K U N D

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Luis Edder Ortiz Valarezo. DOC.x..doc (D44045383)
Submitted: 11/15/2018 5:30:00 PM
Submitted By: psanandres@ecotec.ed
Significance:

ecotec.edu.ec



Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

CERTIFICADO DE REVISIÓN FINAL

CERTIFICO QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LA VENTA DE MAQUINARIA, INSUMOS Y EQUIPOS PARA CAMARONERAS EN SUS 3 AÑOS DE OPERACIONES. CASO: AQUAVI S.A.

ACOGIÓ E INCORPORÓ TODAS LAS OBSERVACIONES REALIZADAS POR LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL ASIGNADO Y CUMPLE CON LA CALIDAD EXIGIDA PARA UN TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO.

**SE AUTORIZA A: ORTIZ VALAREZO LUIS EDER
QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.**

Samborondón, 15-11-2018



Mgs. Pablo Ricardo San Andrés Reyes

TUTOR

AGRADECIMIENTO

A Dios Padre, quien es mi guía permanente en el camino del desarrollo, realización, emprendimiento y felicidad humana.

A mi padre que desde el cielo siento su apoyo, a mi madre que es el motor que me impulsa y ha servido de gran apoyo en todo mi proceso de estudio, a todas aquellas personas que durante mis años de estudio y que de alguna me apoyaron a materializar este sueño. Sin esperar nada a cambio, compartieron conocimientos, experiencias y vivencias sociales para alcanzar la titulación de Ingeniero en Administración de Empresas con énfasis en Gestión Empresarial.

RESUMEN

El análisis del comportamiento de la productividad en la comercialización de maquinaria, insumos y equipos para camaróneras en los tres años de operaciones de la empresa Aquavi S.A., es el estudio de caso previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas con énfasis en Gestión Empresarial.

En Ecuador, las exportaciones de camarón han pasado a ser una de las cinco actividades económicas más importantes del país, dando la oportunidad a las empresas de innovar en negocios relacionados a la acuicultura para aportar al desarrollo económico nacional.

Aquavi es una empresa que opera en Machala en la comercialización de maquinarias, insumos y equipos para actividades acuícolas con el propósito de ser líderes en el mercado, brindando productos y servicios adecuados a las necesidades de los clientes. La metodología aplicada es de tipo exploratorio y explicativo, siendo la entrevista la herramienta necesaria para obtener la información y el respectivo análisis para verificar la situación actual de la empresa.

Palabras claves: acuicultura, administración, exportaciones, productividad, tipos de camarón.

ABSTRACT

The analysis of the performance of productivity in the marketing of machinery, supplies and equipment for shrimp farms in the four years of operations of the company Aquavi SA, is the case study prior to obtaining the title of Engineer in Business Administration with emphasis on Business management.

In Ecuador, shrimp exports have become one of the five most important economic activities in the country, giving companies the opportunity to innovate in businesses related to aquaculture to contribute to national economic development.

Aquavi is a company that operates in Machala in the commercialization of machinery, supplies and equipment for aquaculture activities with the purpose of being leaders in the market, offering products and services adapted to the needs of customers. The methodology applied is exploratory and explanatory, with the interview being the necessary tool to obtain the information and the respective analysis to verify the current situation of the company.

Keywords: Aquaculture, administration, exports, productivity, types of shrimp.

INDICE

1. Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.2 Pregunta de investigación	4
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4 Justificación	4
1.5 Alcance Innovador	6
2. Marco Teórico	6
2.1 Acuicultura.....	6
2.2 Administración	9
2.3 Exportaciones.....	9
2.4 Productividad.....	10
2.5 El Camarón.....	11
2.6 Tipos de camarón.....	11
2.7 Alimentación del camarón	12
2.8 Piscinas o granjas camaroneras.....	13
3. Marco metodológico.....	14
3.1 Investigación científica.....	14
3.2 Importancia de la investigación científica	14
3.3 Metodología de la investigación	15
Método Descriptivo.....	15
Método Analítico.....	15
Método Inductivo	16
Método Deductivo	16

Método Exploratorio	16
3.4 Técnica de investigación	17
3.4.1 Entrevista	17
3.4.2 Método Explicativo	17
4. Diagnóstico de la Empresa	18
4.1 Aquavi.....	18
4.2 Misión	18
4.3 Visión.....	18
4.4 Organigrama.....	19
4.5 Balance y Situación Financiera	19
4.5.1 Análisis de la entrevista.....	22
4.5.2 Análisis Financiero	22
4.5.3 Índices de liquidez.....	23
4.5.4 Índices de actividad.....	26
4.5.5 Índice de endeudamiento	28
4.5.6 Índices de rentabilidad.....	29
4.5.7 Índice de Utilidad operativa.	30
5. Propuesta.....	30
6. Conclusiones	32
7. Recomendaciones	34
9. Anexos.....	39

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Exportaciones de camarón ecuatoriano y su porcentaje en relación al mercado global de ene-Dic	2
Figura 2: Comparación de las Exportaciones de Camarón y Banano 2012-2016	5

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de productos para la exportación.....	9
Tabla 2: Índice de Liquidez.	23
Tabla 3: Activos Corrientes	23
Tabla 4: Índice de Actividad	27
Tabla 5: Índice de endeudamiento	28
Tabla 6: Índice de Rentabilidad	29

1. Introducción

AQUAVI S.A. es una empresa que surgió en las aulas de la universidad como proyecto de graduación que se desarrolló para suplir o cubrir las necesidades del sector camaronero del país por el incremento de exportación en el año 2014, cuando la acuicultura se convirtió en la segunda fuente de ingreso del país. La empresa inició sus operaciones en el mercado el 1 de enero del 2014 en Machala, ciudad que es una de las principales fuentes de producción de camarón.

La empresa se encarga de la comercialización de maquinarias, equipos y toda la línea Aqua e insumos para actividades acuícolas; también, proporciona el servicio de instalación y mantenimiento. Los productos que se ofertan a los clientes son aireadores, motores a diésel y eléctricos, insumos (fertilizantes, ácidos orgánicos, bacterias y demás) y todos los repuestos, piezas y partes para maquinarias y equipos para camaroneras.

Como lo expone Camposano, presidente ejecutivo de la Cámara Nacional de Acuicultura, actualmente se vive un momento dinámico en el mercado internacional del camarón, el cual ha venido acompañado de una importante volatilidad de los precios, especialmente por la disminución de la oferta en otros países productores. La situación es discutida por toda la cadena de producción y comercialización de nuestro sector; sin embargo, es muy complicado hacer pronósticos dadas las múltiples variables a considerar. A pesar de la contracción en la oferta internacional, que hace pensar que habría una mayor apertura al camarón ecuatoriano, lo cierto es que otros actores han tenido importantes desarrollos en sus industrias locales, 34 situándolos como alternativa en el mercado internacional, como el caso de India e Indonesia (camposano, 2014)

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador, en el 2015 las exportaciones totales ecuatorianas alcanzaron los 18.365 millones de dólares, que representa un decrecimiento aproximado de 29% comparado los 25.732 millones de dólares que se reportaron en el año 2014. Las exportaciones no petroleras del año 2015 alcanzaron 6,698 millones de dólares, representando en volumen 22,263 miles de toneladas, las mismas que tuvieron un crecimiento del 0.8% con respecto a lo exportado en el 2014. Las exportaciones petroleras

mostraron una caída del 49.65% en el año 2015, comparado con el año 2014 (Ecuador, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador 2016)

PROECUADOR resalta que el 62.41% de las exportaciones no petroleras del 2015 se concentran en 4 grandes grupos de productos. El sector banano y plátano se constituyó como el principal sector de exportación con un 24.07% de participación del total no petrolero; le sigue acuicultura con una participación del 19.78%, y en tercer y cuarto lugar se ubican pesca y flores con el 11.50% y 7.06%, respectivamente del total no petrolero (Proecuador, 2016)



Figura 1: Exportaciones de camarón ecuatoriano y su porcentaje en relación al mercado global de ene-Dic

Fuente: PROECUADOR – Perfil Sectorial de Acuicultura 2016.

Uno de los problemas más frecuentes relacionados con la exportación de camarón se daba debido a una dependencia de las importaciones realizadas por los Estados Unidos. En las últimas décadas esa tendencia ha cambiado drásticamente, y hoy en día el ingreso se lo realiza de manera más amplia tanto al continente asiático y europeo.

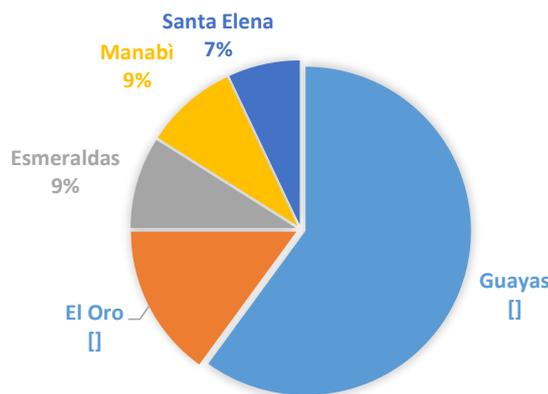
1.1 Planteamiento del Problema

El incremento de las exportaciones de camarón despuntó la apertura de empresas con similar identidad, para comercializar insumos, maquinarias y otros variables para esta actividad, creando una brecha de desventaja en los objetivos que esperaba cumplir Aquavi en los tres primeros años de vida.

Por la situación que se ha creado, se estudiará la factibilidad de incluir en el portafolio de productos, la innovación y uso de tecnología, para que Aquavi sea la empresa líder en la provincia de El Oro y el litoral.

Desde el año 2010 viene creciendo el mercado de exportación del país, principalmente en la venta del camarón, este fenómeno sucede por dos sucesos: los precios se duplicaron, por ende, se incrementó el volumen de producción, a este acontecimiento también se puede recalcar que tubo influencia la baja de producción de camarón del continente asiático.

Este despunte en el sector camaronero ha permitido que sea el segundo rubro de ingreso del país no petrolero después del banano. En los siguientes años sigue en crecimiento la curva de la producción de este producto, \$474.236 libras en 2013, el 2014 el doble del año anterior. La provincia con mayor porcentaje de hectáreas dedicadas a camaroneras es Guayas con el 60 % (Cámara Nacional de Acuacultura,2016)



Se puede indicar que el aumento del rendimiento de fincas productoras de camarón se atribuye a que los camaroneros desarrollaron un nuevo sistema de producción extensivo que les permitió sembrar más larvas dentro de una determinada superficie.

Todo esto incidió de manera positiva incentivando a que algunos empresarios centraran su interés y atención sobre esta actividad que empezó a ser un gran aporte al ingreso de los rubros económicos de Ecuador

El aumento en la producción acuícola generó que se de paso a la apertura de una plaza más grande en la venta de insumos para camarones, la demanda hizo que se establezcan y lleguen al mercado con mejores ofertas ocasionando así una baja en la curva de ventas de Aquavi.

La competencia empezó a hacer ofertas al sector acuícola de manera agresiva limitando y haciendo que la empresa ya mencionada anteriormente tenga que cambiar su método de trabajo para poder llegar a la meta que se había propuesto inicialmente cuando nació esta idea.

1.2 Pregunta de investigación

¿Qué tan factible es introducir innovación y uso de tecnología en el portafolio de la empresa AQUAVI con el fin de obtener beneficios económicos, que permita mejorar las metas propuestas inicialmente y contribuya al desarrollo del país?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Establecer la factibilidad económica para incrementar la productividad en la venta de maquinaria, insumos y equipos para camarónicas de la empresa AQUAVI en la ciudad de Machala en los siguientes dos años.

1.3.2. Objetivos Específicos

Realizar una investigación rigurosa del funcionamiento actual de la empresa AQUAVI para identificar las posibles debilidades y oportunidades con las cuales cuenta.

- Identificar los componentes teóricos y científicos relacionados a los recursos para fomentar la productividad del camarón.
- Analizar la situación actual de la organización Aquavi.
- Proponer estrategias efectivas para optimizar los recursos financieros e incrementar las ventas de la organización.

1.4 Justificación

El sector acuícola en los últimos 10 años ha empezado a despuntar contribuyendo con mejoras a la economía del país, todo este fenómeno se produjo por la baja producción de camarones en Asia y existe un déficit de 25% de camarones a nivel mundial, debido a una enfermedad que causa la muerte temprana a los camarones que atacó a esta región con gran fuerza (Paez, 2016).

Según datos de la Cámara Nacional de Acuicultura (2016) el precio se duplicó provocando que el sector se divida en 2 categorías, una es el área de exportación, la segunda es el incremento de productores camaroneros en la región costa; en la actualidad se calcula que alrededor de 210.000 hectáreas son utilizadas para el cultivo de camarón y se registran legalmente constituidas 187 empresas.

La actividad camaronera contribuye al país aproximadamente con 180.000 plazas de empleo directo; indirectamente también favorece con el desarrollo de empresas que se dedican a la comercialización de insumos requeridos para la producción final. En el 2014 empezó el incremento de la venta de camarones, Ecuador vendió 2.600 millones de dólares, superando el rubro de exportaciones del banano en esos años (Durán, 2017).

Este movimiento expuesto provocó que se creara una empresa que distribuya implementos para la producción camaronera, desarrollar nuevas fuentes de empleo en las provincias acuícolas y respondiendo también a la demanda que se había creado por el incremento de fincas productoras de camarón.

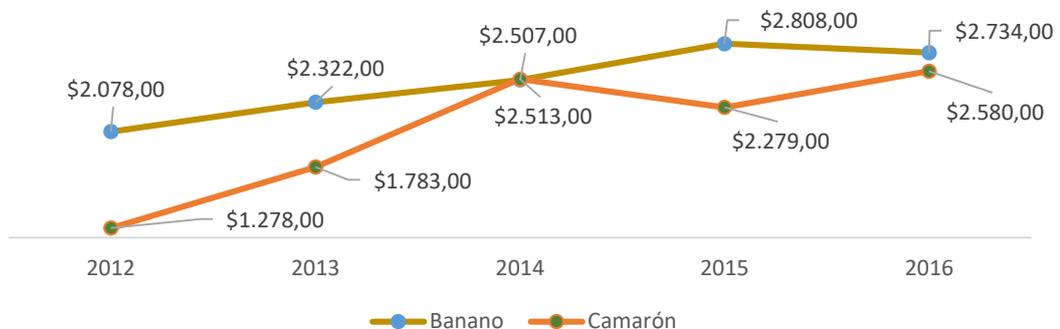


Figura 2: Comparación de las Exportaciones de Camarón y Banano 2012-2016

La implementación de nuevas líneas o formas de producir camarón evita pérdidas económicas por el mal tiempo y cambios climáticos, ayudaría a incrementar los ingresos al país y sería una fuente magna para dar empleo en las provincias camaroneras. La empresa Aquavi llegaría a sus metas que se habían trazado inicialmente de ser pionero y líderes en la provincia del Oro para posteriormente abarcar los lugares aledaños.

Es importante implementar una nueva tendencia o forma de venta de los productos, porque el incremento de productores sigue creciendo, por lo cual también se expandió el mercado, creció aceleradamente la competencia de empresas similares a Aquavi, que ofertan productos y servicios de una manera agresiva, lo que ha causado una baja en los ingresos de la empresa, dificultando así, el logro de las metas y la consolidación como empresa comercializadora de insumos de la provincia El Oro.

1.5 Alcance Innovador

La empresa mediante el presente estudio va a implementar el sistema de ventas on-line para abarcar todo tipo de clientes dentro o fuera de la ciudad; también se aplicará nuevas estrategias de marketing y publicidad para proporcionarle a la empresa el crecimiento en su cartera de clientes, y el aumento en sus ventas planteadas inicialmente.

2. Marco Teórico

2.1 Acuicultura

La acuicultura es el cultivo de organismos acuáticos tanto en zonas costeras como del interior de la tierra (lagos, arroyos, ríos) que implica intervenciones en el proceso de cría para aumentar la producción. Existen cerca de 567 especies

acuáticas que se cultivan actualmente en todo el mundo, lo que representa una enorme riqueza de diversidad genética dentro y entre las especies (González, 2016).

La FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) (1988), argumenta que la "La acuicultura es la cría de organismos acuáticos, incluidos peces, mariscos, cangrejos y macrófitos". El cultivo implica la intervención humana en el proceso de cría con el objetivo de aumentar la producción, como alimentación, protección de depredadores, plantación joven, etc.

Conforme con las ideas expuestas por los autores, la acuicultura es un proceso para criar especies marinas con ayuda de los seres humanos, en la cual se cultivan varios organismos acuáticos que sirven para la alimentación de las personas y a su vez, se comercializa por todo el mundo.

La acuicultura trata de la cría y el cebo de animales y plantas en casi todos los tipos de hábitats acuáticos, incluidos los océanos, lagos, ríos y estanques. La acuicultura se preocupa por la producción de pescado que se utiliza en la nutrición humana, la pesca deportiva, los peces pequeños que sirven de cebo, los peces ornamentales, los crustáceos, los mariscos, las huevas de pescado, las algas y los vegetales marinos (Coll, 2016).

Hay muchos métodos diferentes de reproducción que incluyen métodos tradicionales como redes, cuerdas y piscinas, así como métodos sofisticados como sistemas de recirculación. Hay dos formas principales de acuicultura, que son la acuicultura de agua dulce y la acuicultura marina (Coll, 2016).

La acuicultura en los países europeos hace hincapié en la producción de peces y moluscos, mientras que las algas y las macrófitas están representadas en los países asiáticos. Aproximadamente la mitad de los productos del mar producidos en todo el mundo se ha cultivado en acuicultura y es reconocida como una forma efectiva de criar mariscos para una creciente población humana (Cárdenas, 2016).

Con estas ideas expuestas se puede concluir que, la acuicultura se considera una actividad efectiva para criar especies de agua salada y agua dulce, que sirven para la alimentación de las personas y se producen en países de América Europa y Asia.

La recuperación de inventario es una forma de acuicultura en la que los peces y mariscos de los vertederos se liberan a la vida silvestre para restaurar las poblaciones silvestres o los hábitats costeros, como las ostras de arrecife (Cárdenas, 2016).

La acuicultura de agua dulce son hábitats naturales de ríos, arroyos y lagos, y la producción de ciertas especies se realizan principalmente en lagos, estanques o sistemas de recirculación. La acuicultura marina son hábitats naturales del mar o del océano, y la producción se lleva a cabo principalmente en jaulas, en el océano o en tierra en edificios hechos por el hombre; por su parte los peces en el modo de cultivo en jaulas están limitados en términos de espacio y no pueden migrar en condiciones de vida más favorables. Todos los factores básicos que son importantes para la vida sana de los peces reproductores provienen del medio ambiente (González, 2016)

De acuerdo a lo detallado por los autores citados se puede indicar que, la acuicultura es aprovechada por diferentes especies y que el ser humano toma la decisión de cultivar en base a las condiciones climáticas y espacio del suelo para un óptimo desarrollo y cuidado de las mismas.

En los últimos años, la acuicultura se ha convertido en una de las industrias de fabricación de alimentos de más rápido crecimiento. La tasa de crecimiento anual de la producción mundial es del 6-8%. La acuicultura también incluye la producción de algas marinas de pescado y mariscos de la planta de incubación, que luego se cultivan al tamaño del mercado en piscinas, tanques o jaulas (Pérez, Alfonsi, Sinatra, & Nirchio, 2013)

Los peces son alimentados por el criador, y el agua dulce se obtiene a través del flujo de agua de mar de la granja. El cercado de depredadores es excelente y los peces están muy bien protegidos, pero la recolección de peces alrededor de la jaula puede atraer peces grandes y mamíferos que pueden causar estrés en la cría de peces (Ponce, Romero, Castillo, & Arteaga, 2006).

Según lo expuesto por los autores, la acuicultura está creciendo de manera positiva en el mercado mundial porque los métodos aplicados por los criadores son excelentes y con esto se logra comercializar el producto a diferentes destinos.

2.2 Administración

El concepto de administración hace referencia al funcionamiento, la estructura y el rendimiento de las organizaciones. El término proviene del latín administrare (“servir”) o ad manus trahere (“manejar” o “gestionar”) (Ramírez, 2014).

O’nnell (2011) propone que la administración es el arte de dirigir un organismo o empresa y la forma de hacer que se cumplan los objetivos, es manejar también a las personas que integran la entidad. Mientras que, Sverdlik (2011) explica que se debe planear, dirigir y controlar de forma correcta todos los recursos, con el fin de llegar a los objetivos que se trazaron en la empresa.

En base a las definiciones de los autores se puede concluir que, la administración es el arte de planear, dirigir, organizar y controlar la empresa, basándose en políticas internas para alcanzar los objetivos definidos y que la organización sea rentable en el mercado.

La administración no se puede considerar como un arte, porque no se pueden desarrollar interpretaciones de la experiencia intangible. La administración es el canal para ejecutar la planeación, dirección y organización, que se han determinado previamente para cumplir objetivos (McNamara, 2011).

Para concluir con la definición de administración se puede indicar que, al aplicarla correctamente, la organización cumple con sus objetivos, genera bienestar laboral y mantiene su producción en el mercado.

2.3 Exportaciones

Ventura (2011) define que una de las áreas económicas más importantes para la economía de un estado es la exportación; este es un proceso de envío de un producto o servicio de un lugar a cualquier otro, y el transcurso de este mecanismo de intercambio de objetos o bienes de un lugar a otro es legítimo.

Tabla 1: Tipos de productos para la exportación.

<p>Tradicionales</p>	<p>Productos de origen natural, que son desarrollados con materia prima y manufacturados. Los precios de estos productos son fijados por mercados internacionales, porque son de fácil sustitución en países industrializado.</p>
<p>No Tradicionales</p>	<p>Son productos obtenidos luego de un proceso de transformación, e incorporación de un valor agregado.</p>

Según lo que explica el autor, la exportación es una actividad económica trascendental en el gobierno de cada país porque es un intercambio de productos bajo un precio y viceversa, mejorando las relaciones comerciales entre países y fomentando al desarrollo socioeconómico que, al manejarse con políticas estables, la actividad es rentable todo el año.

2.4 Productividad

Un incremento de producción eficiente implica un rendimiento creciente, utilizando menos recursos, tanto físicos como humanos, y es un parámetro de medición sobre la utilización de los mismos. Un estudio sobre 74 países (incluye economías desarrolladas y en desarrollo) encontró que, en promedio, el 85% tenía un bajo crecimiento económico por la desaceleración del aumento de la productividad. (Galindo, 2015)

Es fundamental tomar en cuenta que el número de empleados no es el único factor que influye en el proceso de producción, ya que la cantidad de materias primas y materiales utilizados, como también la electricidad, plantas, equipos, entre otros, son elementos o variables también indispensables para fomentar altos niveles de productividad. (Arando, Gago, Jones, & Kato, 2014).

En consecuencia, según estas definiciones de los autores la productividad es un medidor para el crecimiento económico de las naciones, siendo así que, con la optimización de recursos se logre más producción en las empresas.

Según (Medina, 2010), esta se define como "la forma de utilización de los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad", con esto se busca mejorar la eficiencia y eficacia con que son utilizados los recursos, convirtiéndose en un objetivo estratégico para la organización, alcanzando altos niveles de competitividad necesarios para el mercado globalizado.

La productividad es el componente principal de la creación de riquezas y realizando una gestión de procesos adecuado, se puede superar el derroche de recursos en la sociedad y aprovechar el enorme potencial del capital humano. (Bravo, 2014).

Hablar de productividad, entre los diferentes autores citados, es tratar de utilizar los recursos con eficiencia y eficacia para generar más ingreso económico, dentro de una organización o gobierno existente, así, se convierten en compañías competitivas en el mercado y la producción tenderá aumentar en base a su trabajo.

2.5 El Camarón

Especie de Crustáceo decápodo acuático, marinos o de agua dulce, distintivos por poseer dos pares de quelas, y una marcada inclinación en el abdomen, cuyo segundo segmento se solapa con los adyacentes. Son muy apreciados en gastronomía, aunque en el uso culinario la distinción con los langostinos (Dendrobranchiata) es delicado (instituto de promoción de Exportaciones , 2016)

2.6 Tipos de camarón.

De acuerdo con el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (2016) en el Ecuador existen dos tipos de camarón que predominan los cultivos en la región costera, que es el área donde se reproducen:

Litopenaeus Vannamei: También conocido como camarón blanco, es una de las principales especies dentro de la costa ecuatoriana. Su color va de blanquecino a amarillento, el caparazón se convierte en una parte más oscura y habita en tierras lodosas. Esta especie es la más utilizada por los camaroneros porque es resistente a los cambios medioambientales.

Litopenaeus stylirostris: Este tipo de camarón alcanza una longitud de 230mm, se puede decir que conforma el 5% de la producción camaronera en el territorio ecuatoriano. A nivel de la Costa Pacífica es la segunda especie más importante.

De acuerdo con esta definición, se considera importante conocer el tipo de camarón para su cultivo y poder tomar las medidas necesarias en el crecimiento de este, optimizando sus condiciones de vida y lograr una pesca satisfactoria para posteriormente comercializarlo en el mercado.

2.7 Alimentación del camarón

Desarrollar nuevas tecnologías de alimentos y manejo para el nuevo cultivo de camarón, ayudarán a los retornos económicos mientras que minimizaran los efectos dañinos sobre el ambiente, es así, que se emplea el uso de dietas compuestas artificiales de alta calidad, y por lo tanto, de alto costo, para la duración del ciclo de producción. (Forster, 2012)

La nutrición adecuada del camarón depende de factores como la calidad de agua, alimento natural y un hábitat protector para su óptimo crecimiento y sobrevivencia. Los nutrientes esenciales como las proteínas, carbohidratos y lípidos se presentan en porciones substanciales para una dieta balanceada, mientras que los minerales y vitaminas son requeridos en pequeñas cantidades. (Fox, 2011)

De acuerdo con las ideas planteadas por los autores, la alimentación se basa en la calidad de nutrientes que recibe el camarón, esto implica vitaminas y proteínas necesarias para la sobrevivencia de la especie y continuar con el desarrollo de vida hasta su ciclo final.

En los últimos 4 años, el Programa Maricultura de la Universidad de Nuevo León en México ha evaluado en camarón blanco la macroalga *Ulva clathrata* producida por Aonori Aquafarms, Inc. Se ha analizado la composición química de la *Ulva* producida bajo diferentes condiciones de cultivo. Se ha mostrado que la inclusión de la harina de *Ulva* en alimentos para camarón resulta eficiente la calidad del pellet (mayor estabilidad, absorción de agua y textura más suave), en el consumo de alimento, en la eficiencia alimenticia, en la tasa de crecimiento, y en la calidad del camarón producido (mayor pigmentación). Se ha encontrado que el co-cultivo de

Ulva y camarón representa una alternativa sustentable para mejorar la calidad de agua en los estanques, para reducir la necesidad de alimento artificial y para mejorar la calidad del producto.

En medio controlado, se ha demostrado que la Ulva fresca tiene “per se”, un efecto promotor del crecimiento como alimento natural complementario y se manifiesta en ausencia de producción natural. Se ha determinado la digestibilidad aparente de la materia seca, proteína, y aminoácidos de la harina de Ulva y la revisión de estos estudios es presentada en este artículo. (Fox. J., Treece G., Sánchez. D. , 2012)

Como lo han expuesto los autores anteriormente, la alimentación se basa en la calidad, esto es para asegurar el óptimo crecimiento del camarón, brindándole las condiciones adecuadas en su alimentación, una de ellas es la harina de Ulva, que basada en estudios científicos es recomendada por su calidad en el desarrollo vital del camarón.

2.8 Piscinas o granjas camaroneras

Los camarones cuentan con un ciclo cerrado de producción, y los organismos cultivados en este sistema se encuentran en condiciones naturales, considerando la elección de un sitio protegido de vientos y con una buena circulación de agua. Se utiliza los camarones certificados sanitariamente y un sistema de alimentación apropiado. Para mitigar su posible impacto ambiental, el cultivo se puede incluso establecer con otras especies como micro algas o bivalvos (Herzberg, Z. 2010).

Las post-larvas de camarón para la siembra se adquieren en un laboratorio certificado, y transportadas al sitio de cultivo, donde son aclimatadas y sembradas a diferentes densidades en tanques de pre-cría hasta alcanzar la medida suficiente; luego se las transfiere a las piscinas de engorde donde permanecerán alrededor de 3 meses hasta la cosecha. Durante este proceso se complementará diariamente la dieta del camarón con alimento comercial.

Se toman parámetros fisicoquímicos del cultivo (salinidad, O₂, pH) y se lleva a cabo un monitoreo semanal del estado de salud de los organismos. Las biometrías semanales indican el crecimiento de los camarones. La limpieza de las jaulas es

determinada por la concentración de O₂ dentro de la jaula y por la proliferación de algas en las paredes.

De acuerdo con las definiciones por los autores citados, las piscinas son la base fundamental para el cultivo de camarones, puesto que permanecerá todo el ciclo de vida (dependiendo el gramaje) hasta la cosecha en su interior, con el respectivo cuidado y de acuerdo a los parámetros de sanidad se obtendrá con éxito el producto final.

3. Marco metodológico

Para elaborar este trabajo de investigación, se utilizó métodos enfocados en estudios, trabajos y métodos preexistentes; para obtener datos de primera mano, que serán primordiales para el desarrollo del tema, En el dicho proceso se utilizarán técnicas como la entrevista, con este instrumento se busca procesar información completa de la problemática previamente señalada en el proyecto, para poder determinar la aceptación de la propuesta que se pretende plantear para mejorar la situación financiera de la empresa.

3.1 Investigación científica

El método científico es un rasgo característico de la ciencia, tanto de la pura como de la aplicada: donde no hay método científico no hay ciencia. Pero no es ni infalible ni autosuficiente. El método científico es falible: puede perfeccionarse mediante la estimación de los resultados a los que lleva y mediante el análisis directo. Tampoco es autosuficiente: no puede operar en un vacío de conocimiento, sino que requiere algún conocimiento previo que pueda luego reajustarse y elaborarse; y tiene que complementarse mediante métodos especiales adaptados a las peculiaridades de cada tema. (Bunge, s.f.)

3.2 Importancia de la investigación científica

La investigación científica permite que se cree el vínculo con la realidad, que ayudará a conocer mejor el tema. El propósito de esta forma de investigar es determinar nuevas teorías o mejorar las teorías que ya existen alrededor del contenido, admite incrementar conocimientos.

3.3 Metodología de la investigación

Metodología de la investigación constituye el medio indispensable para canalizar u orientar una serie de herramientas teórico-prácticas para la solución de problemas mediante el método científico. Estos conocimientos representan una actividad de racionalización del entorno académico y profesional fomentando el desarrollo intelectual a través de la investigación sistemática de la realidad.

El profesional actual, exige una formación consolidada en investigación, puesto que el avance científico-tecnológico así lo requieren; por ello es necesario habilitarlo en el manejo de concepciones, prácticas y actitudes cada vez más científicas acerca de su objeto de estudio, como una de las formas de avivar el espíritu científico que debe rodear todo proceso de investigación a nivel superior. Para esto, es necesario que el profesional posea claridad y dominio técnico-práctico de los conceptos generales del conocimiento, la ciencia, el método científico y la investigación, para que pueda realizar acercamientos más rigurosos a las problemáticas investigativas. (SAMPIERI, 2017)

Método Descriptivo

En este método se realiza una exposición narrativa, numérica y/o gráfica, bien detallada y exhaustiva de la realidad que se estudia. El método descriptivo busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un método cuyo objetivo es exponer con el mayor rigor metodológico, información significativa sobre la realidad en estudio con los criterios establecidos por la academia. (Calduch Cervera, Calduch Cervera, Rafael. 2012. Métodos y Técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales- Curso de, 2.012)

Método Analítico

A partir del conocimiento general de una realidad se realiza la distinción, conocimiento y clasificación de los distintos elementos esenciales que forman parte de ella y de las interrelaciones que sostienen entre sí. Se fundamenta en la premisa de que a partir del todo absoluto se puede conocer y explicar las características de cada una de sus partes y de las relaciones entre ellas. El método analítico permite

aplicar posteriormente el método comparativo, permitiendo establecer las principales relaciones de causalidad que existen entre las variables o factores de la realidad estudiada. Es un método fundamental para toda investigación científica o académica y es necesario para realizar operaciones teóricas como son la conceptualización y la clasificación. (Calduch Cervera, 2012)

Método Inductivo

Mediante este método se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta o ley científica de índole general. El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo. (Calduch Cervera, 2012)

Método Deductivo

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas comparativamente. Calduch (2012) destaca que es imposible el desarrollo de cualquier ciencia, tanto desde la perspectiva de la investigación como de la transmisión de sus conocimientos, sin el empleo conjunto y complementario de ambos métodos. (Calduch Cervera, 2012)

Método Exploratorio

Los estudios exploratorios sirven para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados. (Hernández, Fernández, & Batista, 2010)

El método exploratorio aplica al trabajo de investigación que se realiza basado déficit económico y productivo de la empresa AQUAVI, con el mismo se pretende analizar detalladamente el fenómeno que causó la disminución de ingresos, permite conocer con exactitud el proceso que se desencadena a partir del fenómeno el cual lo llevó a la situación actual.

3.4 Técnica de investigación

3.4.1 Entrevista

La entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador. Esta definición, demasiado genérica y poco operativa, incluye cualquier encuentro entre dos personas, un investigador y su entrevistado, en el que el investigador hace preguntas que pueden ir desde las encuestas de opinión o los cuestionarios, es decir, instrumentos altamente estructurados, y las entrevistas abiertas donde es posible, incluso, que el investigador sea preguntado e interpelado por el informante.

En investigación cualitativa la entrevista no se basará en cuestionarios cerrados y altamente estructurados, aunque se puedan utilizar, sino en entrevistas más abiertas cuya máxima expresión es la entrevista cualitativa en profundidad, donde no sólo se mantiene una conversación con un informante, sino que los encuentros se repiten hasta que el investigador, revisada cada entrevista, ha aclarado todos los temas emergentes o cuestiones relevantes para su estudio. Un investigador que hace un abordaje desde la perspectiva cualitativa utilizará la entrevista en sus distintas formas de presentarse, pero sus preferencias irán orientadas hacia la entrevista en la que el entrevistado habla de forma abierta. (Denzin y Lincoln (2005, p. 643, tomado de Vargas, 2012))

3.4.2 Método Explicativo

Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los estudios con los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de éstos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia. (Hernández, Fernández, & Batista, 2010)

4. Diagnóstico de la Empresa

4.1 Aquavi

Es una empresa importadora directa, que se dedica a la venta de maquinaria, insumos y equipos para camaroneras a precios accesibles en el mercado local, convirtiéndose en un aliado estratégico para los productores camaroneros, ayudando a incrementar su producción, reduciendo costos y alcanzar sus objetivos en la ciudad de Machala.

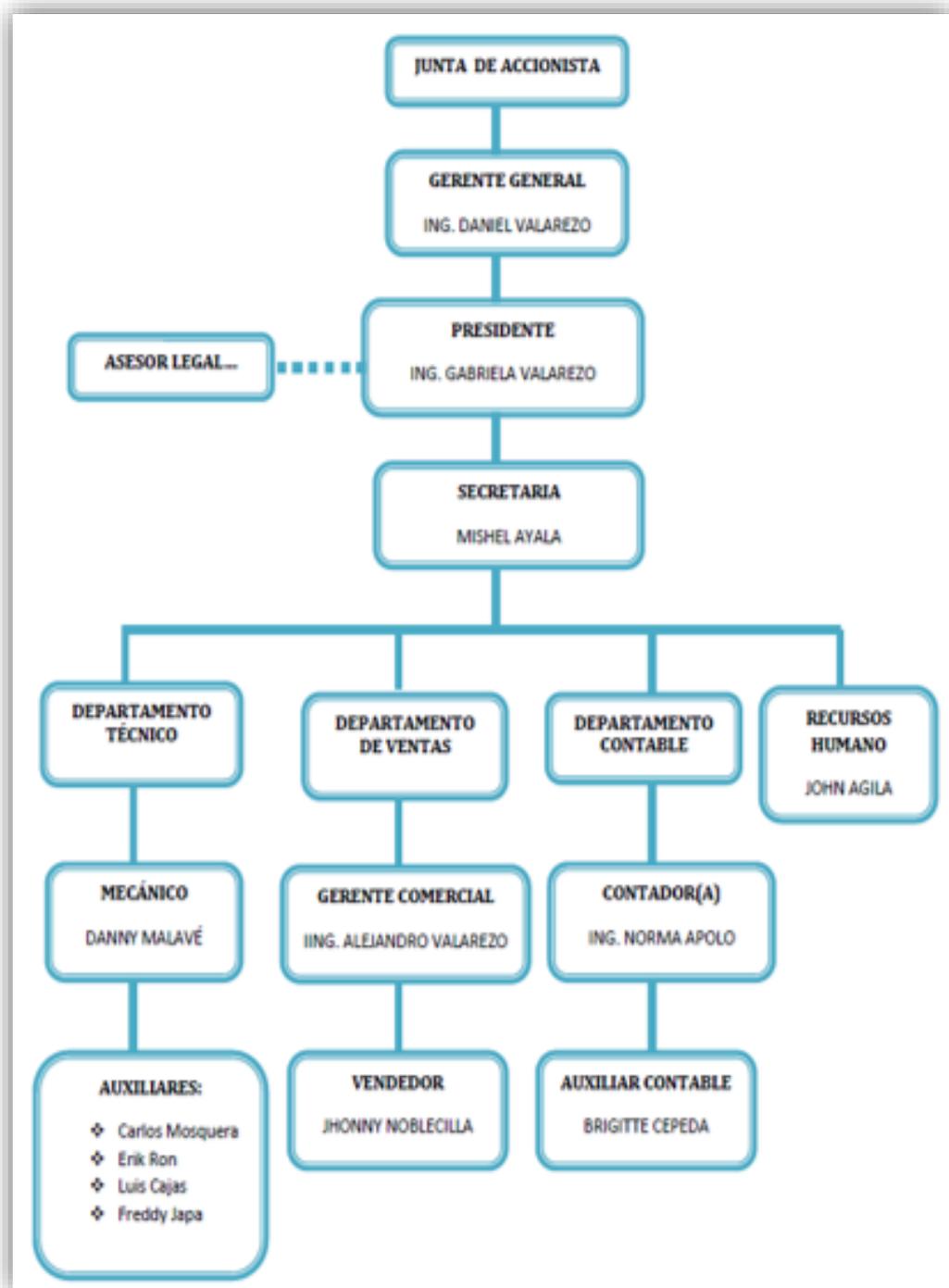
4.2 Misión

“Proveer al sector productivo acuícola del país herramientas como maquinaria, insumos y protocolos exitosos de trabajo, con el fin de aumentar la producción, cuidando el ecosistema donde se desarrolle la actividad”.

4.3 Visión

“Ser la empresa líder del país en soluciones eficientes a las necesidades y/o problemas del sector acuícola, donde el productor encontrará lo que requiera para la producción”.

4.4 Organigrama



4.5 Balance y Situación Financiera

En el año 2015, la organización atravesó problemas económicos debido a las altas cifras en endeudamiento a clientes y trabajadores, bajo índice de productividad, cifras altas en pasivos, sin rotación de inventarios y activos totales, y de manera paralela disminuyendo la liquidez, la cual fue el detonante de una mala

administración notoria. En toda empresa u organización existen altos y bajos, pero en este caso específico, se evidencia que no existió una mezcla uniforme entre la organización y las estrategias planteadas para marketing y publicidad, mercadeo y avances tecnológicos, teniendo en cuenta la difícil situación del país y la crisis petrolera del 2015, de la cual aún se siente las secuelas y la competencia.

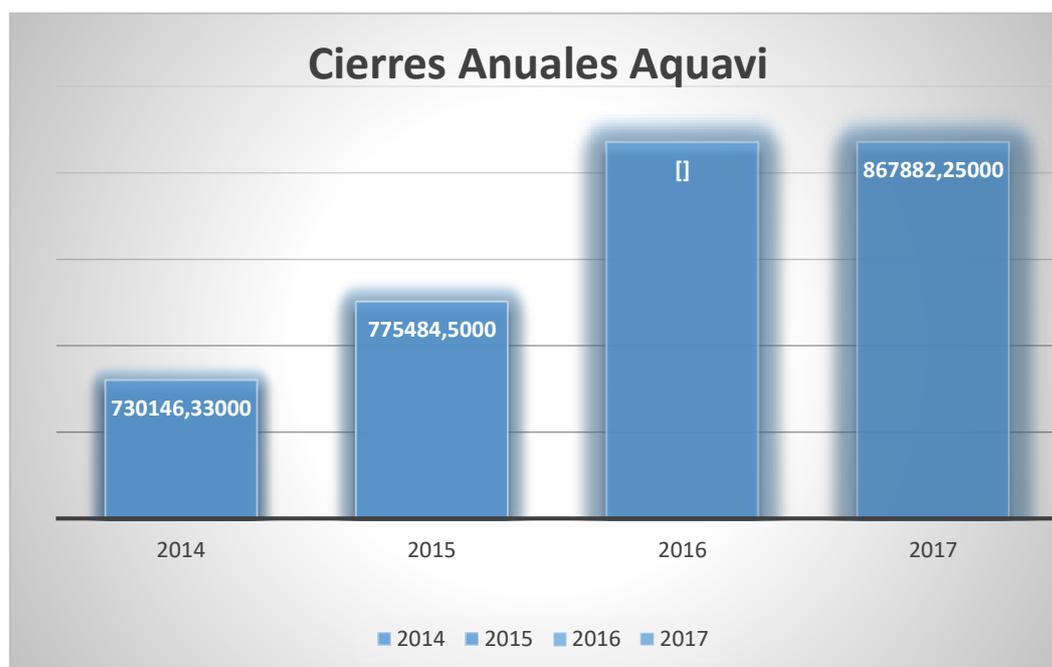
Si bien es cierto que la empresa es autosustentable y lo demostró en el año 2016 cuando su utilidad era baja y a paso lento, se pudo pagar los rubros que tenían falencias y continuar funciones operativas, por lo cual el 2015, Aquavi llegó a un déficit económico notable arrastrado desde 2014. En el 2016, con ciertas estrategias implementadas, se evidenció un mejor desenvolvimiento, con acciones drásticas que solo reflejan pequeños cambios, por ejemplo, el índice de actividad aumenta, puesto que se da una rotación de inventarios que no hubo en 2015 aun cuando, según estudios financieros, en una empresa u organización debe existir 3 o 4 rotaciones de inventario como mínimo anuales, hubo rotación de activos totales, las cuentas por cobrar aumentaron lo que denota que si existió un índice de liquidez pero como ya se mencionó, el año 2016 ayudó a pagar deudas, invertir en maquinarias y el aprendizaje para el desarrollo y mejoramiento de la situación económica de la organización.

Las ventas de este año, aun cuando muchas fueron a crédito, aparecen registradas con intervalos de tiempo de pago mucho menor a otros ejercicios fiscales, aparecen nuevos activos corrientes y disminuyen los pasivos corrientes, lo que hace pensar que el índice de endeudamiento que se traduce en la incapacidad de la empresa en cumplir sus obligaciones contraídas y verse en la obligación de intentar créditos financieros y contraer más obligaciones económicas, si se estudia desde el punto de vista de solventar las carencias se puede afirmar que el índice de rentabilidad también ha sido bueno puesto que se generó ingresos, hubo ventas, hubo ciertos pagos por adelantado, hubo créditos fiscales a favor de la empresa, aunque menos utilidad pero esa debilidad será una fortaleza para un próximo ejercicio fiscal ya que el mejoramiento ha sido a pasos pequeños pero se han ido mejorando situaciones de manera progresiva.

Por otro lado, en un mundo globalizado como en el que vivimos las exigencias en cuanto a mejoramiento, optimización, creación, variación y estímulo de

estrategias deben ser agresivas para dar un enfoque violento que permita al consumidor creer en la dependencia que tiene por el objeto o servicio que se presta, en este caso, el internet se ha convertido en la red comercial más grande de todos los tiempos a nivel mundial, a nivel empresarial no importa en cual se encuentre, siempre se debe ir de la mano con este monstruo que a diario plantea nuevas alternativas de mercado de manera que el desenvolvimiento sea óptimo para la empresa y para quien adquiere sus bienes o servicios en el caso puntual de Aquavi.

Ecuador, se ha perfeccionado de manera excelente en lo que respecta al sector acuícola, convirtiéndose así en uno de los más grandes productores de camarón a nivel mundial. Por ende, la competencia es grande, si bien es cierto que es un mercado sustentable, también es cierto que es un mercado abrazador, es decir, existe muchísima competencia y como anteriormente se hizo mención es muy importante la tecnología de los insumos, se requiere de innovación constante y de mucho trabajo de la mano de organización, es decir, trabajo organizado. No estaría mal, como de hecho fue así, que Aquavi se concentre aún más con lo que es el mercado camaronero, no solo ofrecer lo que ofrece, sino también ofrecer materia prima, o crear en algún momento oportuno su propio laboratorio para comercializar larvas o quizá los alimentos para el camarón, los químicos que la misma necesita.



4.5.1 Análisis de la entrevista

Se desarrolló una entrevista al Ing. Daniel Valarezo con el propósito de dar a conocer el estado actual que se encuentra la empresa, indicando sus necesidades financieras y logros alcanzados, para aplicar posibles soluciones la empresa.

Según la entrevista proporcionada, es una empresa que comercializa como producto principal Aireadores de 16 paletas a diésel con motor Chanfan y Sifan, que debido a la crisis económica que existe a nivel nacional no cumplieron al 100% con las estrategias iniciales, incluyendo la irresponsabilidad del personal.

Se han desarrollado 3 años de vida fiscal de manera fructífera, más no la que se esperaba obtener, manteniendo siempre su arduo trabajo y aprendizaje, por medio de capacitaciones y redes sociales, consideran ser innovadores y no quedarse en la monotonía realizando un marketing publicitario perfecto para posesionarse como marca en la mente del cliente y lograr el éxito deseado.

La entrevista determinó un resultado importante, en los años de la praxis de la empresa en el mercado camaronero, fue pionero en entregar nuevos productos que mejorarían la producción acuícola, sin embargo, la crisis económica que afectó al país debilitó un poco los ingresos en Aquavi como también el crecimiento de la competencia al notar que la producción nacional del camarón iba en aumento.

Esto ocasionó que vendedores de la empresa ofrezcan pagos de la venta a créditos aprobados con cheques post fechados contribuyendo a un incremento en la cartera de cobranzas, se implementó una restructuración de las metas y la forma de desarrollarlas para que la entidad llegue a un estado óptimo y estable financieramente. El gerente y los accionistas están dispuestos a innovar en ciertos ámbitos que la empresa tiene falencia en estos días.

4.5.2 Análisis Financiero

Como parte de los estados de resultados del año 2015 y 2016, puesto que son años trascendentales para la empresa; en el 2015 existe un valor muy alto en el inventario de importaciones de \$255.231,58. Las cuentas por cobrar a clientes fueron de \$295.313,54 y cuentas por cobrar a empleados \$10.515,46.

Es una situación que preocupó mucho a los socios y al replantear estrategias de ventas se observó que en el 2016, bajó el valor del inventario de mercadería a \$202.844,29, lo cual es un panorama óptimo para la empresa; pero, por otro parte aumentó la curva de cuentas por cobrar a \$375.301,36, lo que significa que no fueron ventas en efectivo, sino que vendieron a crédito, que posiblemente a los mismos clientes o captaron nuevos; Lo que ocasionó el incumplimiento de las metas, a pesar que se realizaron las ventas pero también aumentó la cartera de cobranzas.

Finalmente, las utilidades netas para el año 2015 fueron \$353.646,61 y en el 2016 de \$202.844.29, entonces se puede decir que el año 2015 fue mejor que el año 2016. Solo para el renglón que a utilidad se refiere y puesto que si bien es cierto, que posee una menor cifra en utilidad también es cierto que las demás se incrementaron

4.5.3 Índices de liquidez

Se puede destacar que ha existido una evolución favorable que se denomina: razón corriente y prueba ácida. Por ejemplo, en la Tabla 2 se puede observar que la cobertura que tenía la empresa era de 1,06 en comparación a sus pasivos corrientes, mientras que ésta incrementó 3 veces más al año siguiente, lo que muestra una eficiente diversificación de los pasivos corrientes de la empresa que le permitió incrementar los niveles de liquidez.

Tabla 2: Índice de Liquidez.

ITEM	2015	2016
Activos Corrientes	\$ 775,484.50	\$ 830,443.55
Pasivos Corrientes	\$ 728,534.80	\$ 230,499.51
Razón Corriente	1,06	3,60
Liquidez Inmediata	0,60	1,91

Tabla 3: Activos Corrientes

Activos corrientes	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Ingreso de actividades ordinarias	730,146. 17	--	--
ventas de bienes t12%	718,263. 05	--	--
Ventas de Mercaderia	719,023 .96	--	--
Vtas. Mercaderia tarifa 12 %	719,023 .96	--	--
venta de servicios t12%	1,264.24	--	--
vtas. servicios 12%	1,264.2 4	--	--
devoluciones en ventas	(2,025.1 5)	--	--
ventas netas tarifa 0%	11,883.1 2	--	--
ventas de bienes t0%	11,883.1 2	--	--
ventas de mercaderia t0%	11,883. 12	--	--
ventas de bienes t12%	1,264.24	--	--
ingresos no operacionales	0.16	--	--
ingresos financieros	0.16	--	--
rend. fin. en instituciones financieras	0.16	--	--

intereses ganados ctas. ctes.	0.16	--	--
Cajas	--	5.977,23	5.598,33
Bancos	--	7705,61	17.258,9 8
Activos corrientes	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Activos financieros	--	305.829,0 0	385.784, 79
Documentos y cuentas por pagar a clientes	--	295,313,5 4	375.301, 36
Cuentas por cobrar a clientes no relacionados	--	219,465, 56	337.361, 33
Cuentas por cobrar de cheques póstados	--	75.847,98	37.940,0 3
Cuentas por cobrar a empleados	--	10515,46	10.483,4 3
Anticipo empleados	-	5.448,91	7.753,84
Prestamo a empleados	--	5.066,55	2.729,59
Inv de mercaderia para la venta	--	353.646,6 1	202.844, 29
inv. De mercaderia importada	--	255.231,5 8	111.005, 26
Inv. De mercaderia nacional 12%	--	19,180,47	14.598,0 3
Inv. De mercaderia nacional 0%	--	79.234,56	77.241,0 0

Mercancia en transito	--	41.137,39	186.816,24
Seguros pagados por anticipado	--	622,92	186.816,24
Anticipo a proveedores	--	5.091,61	13.258,32
Credito tributario a favor de la empresa	--	508,51	13.258,32
Retencion de iva 30%	--	87,72	2.844,75
Activos corrientes	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Retencion en la fuente 1%	--	1.037,10	14.186,77
Retencion en la fuente 2%	--	261,97	1.047,86
Anticipo de impuesto sobre la renta	--	161,42	803,22

La denominada prueba ácida muestra la liquidez inmediata, dentro de la cual en los activos corrientes no se toman en cuenta los inventarios. La empresa se encuentra en una alta capacidad de cubrir las obligaciones adquiridas tanto a corto como a largo plazo.

4.5.4 Índices de actividad

Entonces así, es palpable que la rotación de inventarios tanto para el 2015 como para el 2016 fue baja, esta razón indica que hubo menos de 1 rotación de inventarios al año. En la mayoría de las empresas la rotación de inventarios se da varias veces al año, pero a pesar de esto se puede apreciar un periodo promedio de recuperación bastante bajo. Siendo que las empresas usualmente realizan 3 o 4 rotaciones de inventario al año esto depende de la demanda en cuanto a activos corrientes y ventas.

Tabla 4: Índice de Actividad

ITEM	2015	2016
Rotación de inventarios	0,30	0,31
Periodo promedio de cobro	0,20	0,22
Rotación de activos totales	1,88	2,00

Al estudiar en la empresa, periodos promedios de cobro bajos, esto pretende que la misma posee una alta capacidad de recuperar la cartera de manera ágil. Las cuentas por cobrar relacionadas con cheques post-fechaos son relativamente bajas en comparación con las actividades anuales. La gran diferencia fue que entre el año 2.015 los activos corrientes fueron de \$ 775,484.50 mientras que en el 2.016 fueron de \$830,443.55 lo que indica que hubo un ascenso en la curva de ingresos tomando en cuenta la rotación de inventarios, que fue muy baja, esto es un buen camino al mejoramiento económico de la empresa.

La rotación de activos totales posee un gran nivel de importancia ya que a través de ella se pueden identificar falencias e implementar mejoras conducentes a maximizar la utilización de los recursos de la empresa. Es decir que la rotación de los activos está diciendo cada cuántos días los activos de la empresa se están convirtiendo en efectivo ha incrementado, pero no significativamente lo cual representa que la empresa tiene altos márgenes de beneficio. En el caso que se mostrara niveles altos de rotación de activos totales esto representaría que existiesen bajos márgenes de beneficio. La rotación de activos totales se determina de la siguiente formula. (<https://www.gerencie.com/rotacion-de-activos.html>, 20017)

Ventas/Activos = Veces

Ejemplo: Suponer los siguientes valores:

Ventas en el 2016: 100.000.000

Activos en el 2016: 20.000.000

$$100.000.000/20.000.000 = 5$$

En cuestiones de las actividades de la empresa se puede destacar que se encuentra en un crecimiento económico, esto a pesar de la baja rotación de inventarios que se pudo observar. De haberse tratado en el caso de otro tipo de empresa tal vez eso mostraría un problema estructural que debería ser tratado y solucionado con prontitud.

4.5.5 Índice de endeudamiento

El nivel de endeudamiento de Aquavi es alto, cuando se compara la relación entre los activos y los pasivos corrientes del año 2.015 se logra dar cuenta que los pasivos están casi al mismo nivel de los activos. Esto puede causar una situación de endeudamiento complicada, al no tener la disponibilidad de los recursos para poder cubrir con los requerimientos necesarios. El año 2016, para Aquavi fue en teoría mejor que los anteriores hay cifras que podrían hacer parecer lo contrario, puesto que genera una utilidad más alta en 2015 en comparación a 2.016, pero en 2016 el índice de endeudamiento ha bajado considerablemente, así como los pasivos totales, se aumentan los activos corrientes y se da una rotación de inventarios, existen cuentas por cobrar a corto plazo entre otros

Tabla 5: Índice de endeudamiento

ITEM	2015	2016
Índice de endeudamiento	106.44%	94.49%
Razón de cargo de interés fijo	8.80	9.63

La razón de cargos de interés fijo, denominada en ocasiones razón de cobertura de intereses, mide la capacidad de la empresa para realizar pagos de intereses

contractuales. Cuanto más alto es su valor, mayor es la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones de intereses.

La razón de cargos de interés fijo se calcula de la manera siguiente:

Razón de cargos de interés fijo = **Ganancias antes de intereses e impuestos / Intereses**

La cifra de las ganancias antes de intereses e impuestos es la misma que la cifra de la utilidad operativa presentada en el estado de pérdidas y ganancias. Al aplicar esta razón, por otro lado, se puede analizar que la empresa cuenta con un alto nivel económico para poder cubrir sus necesidades de pago de intereses.

4.5.6 Índices de rentabilidad

El margen de rentabilidad y utilidad se han visto afectados por la altos niveles de desempeño de la empresa, es decir, el 2016 para la empresa fue un año para recuperar clientes, captar nuevos y pagar deudas por eso se ve afectada la utilidad, sin embargo, cuando solo se ha tomado en cuenta la utilidad operativa, es visible que el margen disminuye considerablemente. Sin embargo hay mejores avances para este ejercicio fiscal.

Tabla 6: Índice de Rentabilidad

ITEM	2015	2016
Margen de utilidad	92.82%	79.62%
Margen de utilidad operativa	2.77%	2.10%

4.5.7 Índice de Utilidad operativa.

La utilidad es el retorno positivo de la inversión originada por la empresa. En otras palabras, es la diferencia entre el precio de venta y todos los costos fijos y variables involucrados en la comercialización y en el mantenimiento de la empresa, hay dos tipos de márgenes; Margen de utilidad bruta: Es el precio del producto una vez deducidos los costos directos e indirectos de fabricación. En el caso de los servicios, es lo que resta de la cantidad abonada por la tarea después de deducir de todos los costos necesarios para su realización y Margen de utilidad neta: es la utilidad obtenida por la empresa después de pagar todos los gastos e impuestos. Además de los costos de producción que inciden directamente sobre el valor del producto, también deberás pagar las cuentas como el alquiler, el agua y la electricidad, los préstamos bancarios y los ingresos fiscales

La fórmula para el cálculo del margen de utilidad bruta es simple:

Ingresos totales – costo de los productos o servicios comercializados. Para calcular el margen porcentual, se debe hacer el siguiente cálculo: margen bruto porcentual = utilidad bruta / ingresos totales x 100.

5. Propuesta

Con los análisis realizados en este estudio de caso se plantea el siguiente Plan de mejora para las ventas y alcanzar el rendimiento total de la empresa:

La remodelación de la página web de la empresa, esto involucra una implementación acerca de todos los productos que se comercializan dentro del área de ventas para que el cliente pueda ingresar y revisar el producto o el servicio que necesite. Exponiendo todos los productos del catálogo a ofrecer, el cliente ya no

optará en buscar otras alternativas de la competencia. Basado en la necesidad cubierta por la empresa y el impulso de mercado. Esto genera, una estrategia que permita agilizar las ventas y satisfacer las necesidades de estos.

Para que los clientes estén más conectados con la empresa se les enviará información en línea de todo lo referente al producto estrella, posibles productos que se requieran de acuerdo a la situación climática o enfermedades que se presenten en las piscinas de los clientes, productos que apliquen descuentos, nuevas marcas de maquinarias, noticias nacionales referentes a la acuicultura y toda la información necesaria acerca de los beneficios de ser clientes de Aquavi. Esto motivado a las nuevas exigencias de cada situación personal, a nivel empresarial. La innovación de productos y servicios que vayan de la mano con la tecnología y las exigencias empresariales que de esta forma aceleren e incrementen la producción de manera satisfactoria

Es necesario también introducir la opción de pedidos en línea, un proceso innovador y útil para aquellos clientes que suelen hacer sus compras o pedidos en línea desde su hogar o lugar de trabajo; interesante para clientes que suelen ir directamente en oficina con un vendedor asignado, esto ayudaría asegurar la venta y que el cliente no sienta la necesidad acercarse a las oficinas para realizar el pedido o si el producto que necesita está en stock, porque lo podrá hacer desde su computador personal o celular. Con esto se logrará una mejor utilización de la página web y obtener resultados positivos dentro de la organización. Y de una manera u otra ampliar la cartera de clientes satisfechos generando confianza en los mismos

Las redes sociales, en especial Facebook e Instagram, son plataformas virtuales que deben manejar publicidad constante acerca de los productos que se comercializan y el servicio de mantenimiento de piscinas. Facebook es una red formal que ayudaría en comunicar eventos próximos en los cuales Aquavi será participe, además de publicar fotos y videos continuamente de los productos y trabajos que se realizan en diferentes camaroneras para comprobar el compromiso que se realiza con los clientes; Instagram por su parte, es una red enfocada al

marketing y publicidad de cada uno de los productos que se comercializan para que se expanda a nivel mundial.

En este mundo globalizado lo viable estaría en pagar por la publicidad de los productos y servicios en estas plataformas que está al alcance de todo público para que se extienda a otras provincias y captar clientes que serían importantes para el aumento de los ingresos en la empresa. De esta manera se está optimizando y ahorrando recursos de movilización de vendedores de un lugar a otro porque algunas ocasiones han tenido que movilizarse a la ciudad de Guayaquil para llegar a un acuerdo comercial o al cierre de un contrato

6. Conclusiones

Luego de haber realizado el presente estudio investigativo a la empresa Aquavi, se podrá concluir que:

La productividad en las organizaciones puede ser fomentada no solamente a través del capital humano, sino también de la utilización eficiente y eficaz de cada uno de los recursos de la empresa; de tal manera que el rendimiento genere como consecuencia una disminución de los egresos monetarios. También es

indispensable que los empleados se capaciten constantemente para mejorar los procesos organizacionales, y que los empleadores controlen y retroalimenten cada una de las funciones desarrolladas por los subordinados.

La empresa como las demás dentro del país, se sintió afectada por el periodo de recesión ocasionado por la caída de los precios de comercialización del petróleo que empezó a finales del 2015, por esto, la empresa tiene altos niveles de endeudamiento y de costos de operación, lo cual tiene un efecto negativo en los márgenes de las actividades internas. Se debe realizar los cambios para mejorar el sistema de "valores por cobrar" para que la empresa tenga captación de dinero en fechas establecidas, y no existan los plazos de pago extra correspondiente a las ventas.

Las estrategias establecidas inicialmente no fueron fructíferas y acertadas por sus socios, por lo que es necesario replantear dichas estrategias, capacitar al personal en técnicas de ventas y temas relacionados a la actividad camaronera, y contratar empleados especialistas en el área de ventas, tomando en cuenta la optimización de los recursos para que Aquavi continúe siendo líder en la comercialización de insumos, maquinarias y equipos para camaroneras, así como también los servicios de instalación y mantenimiento de las mismas. Además, es importante que la organización remodele la página web, exponer todos los productos del catálogo a ofrecer, enviar información en línea sobre nuevas marcas y noticias relacionadas a la acuicultura, incluir la opción de pedidos on-line, y utilizar las plataformas de Facebook e Instagram para su marketing y publicidad para fomentar las ventas e incrementar su participación de mercado.

Al proponer estrategias efectivas para mejorar las ventas se ayudará a la empresa para que aumente los ingresos por cada producto o servicio vendido, posicionarse en el mercado como empresa líder y en la mente del consumidor como una organización que aporta al desarrollo socio-económico de la ciudad, brindando

productos y servicio de calidad que garantice la rentabilidad esperada por los clientes.

7. Recomendaciones

- Contabilizar el inventario de los productos a ofrecer de manera trimestral para poder obtener resultados parcialmente, verificando las cifras y comparando esos valores para así, dar posibles soluciones o mejorar aquellos que se están manejando acorde a lo planeado. Asignando al personal responsabilidades para que las ventas cumplan con las metas planteadas y tomar decisiones acordes al resultado reflejado en el informe del inventario, sea por ejemplo, comercializar un

nuevo producto que sea beneficioso para el crecimiento de la larva y que logre la rentabilidad económica esperada por el cliente.

Mejorar la estrategia para cobrar su cartera vencida, haciendo un convenio de pago con el cliente de manera legal, para que se comprometa y tener la oportunidad de hacer más compras en la empresa; así mismo, informar a los altos directivos sobre el manejo de cobranzas que se está aplicando con los diferentes clientes y confirmar que se está cumpliendo, para lograr que la empresa se estabilice económicamente, a pesar que está en crecimiento, no cometa los errores del pasado y alcance el éxito deseado.

Aplicar correctamente las estrategias planteadas para que la empresa sea líder en el mercado y continúe aumentando su productividad en los siguientes años, optimizando sus recursos como capacitando al personal, realizar ofertas de productos por temporadas, descuentos especiales, incentivos laborales y premios a clientes fieles, para que la organización incremente sus ventas en maquinaria, insumos y equipos para camaronerías en la ciudad de Machala y todo el país.

8. Referencias

- Arando, S., Gago, M., Jones, D. C., & Kato, T. (2014). Estabilidad laboral y productividad en el grupo Eroski. *Revista de Estudios Cooperativos Revesco*, 35-58.
- Instituto de Promocion de Exportaciones e Inversiones. (2016). *Hectareas del camaron en Ecuador*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/PERFIL-DE-ACUACULTURA.pdf>
- Abad, A., & López, F. (2015). La cultura organizacional versus la organización como cultura. *Revista Ciencia UNEMI*, 113-121.
- Alvarez, R., Cobo, L., Sonnenholzner, S., & Stern, S. (2008). Estado actual de la acuicultura de moluscos bivalvos en Ecuador. *FAO Actas de Pesca y Acuicultura*, 14-17.
- Builes, A. P. (2015). Tendencias tecnológicas que influyen en el aumento de la productividad empresarial. *INGE CUC*, 84-96.
- Bunge, M. (s.f.). *la ciencia su metodo y su filosofia*.
- Calduch Cervera, R. 2.-C. (2.012). Calduch Cervera, Rafael. 2012. Métodos y Técnicas de Investigación en Relaciones Internacionales.
- Càmara Nacional de Acuicultura. (2016). Héctareas dedicadas al camaron. Recuperado de <http://www.cna-ecuador.com/estadisticas-cna/camaron?start=2>
- Cárdenas, S. (2016). Biología y acuicultura de corvinas en el mundo. España, *Revista AquaTIC*, 12-19.
- Coll, J. M. (2016). Actualidad y futuro de la acuicultura española. España, *Revista AquaTIC*, 14-16.
- Darrat, A. F. (1987). Are exports an engine of growth? Another look at the evidence. *Applied Economics*, 277-283.
- Durán, J. (2017). Estimación del empleo directo e indirecto asociado a las exportaciones del Ecuador a la Unión Europea. *Revista UNEMI*, 13-15.

Emiliani, M. L. (2000). Business-to-business online auctions: key issues for purchasing process improvement. *Supply Chain Management: An International Journal*, 176-186.

FOX. J. TREECE G. SANCHEZ. D. . (2012). *University. USA*. Recuperado de http://www.tuinventas.com/attachments/article/1066/es_04_shrimp_farming_methods.pdf.

Fox. J. Treece. Sanchez, 2. (2001). *Nutrición y manejo del alimento. Métodos para mejorar la camaronicultura en Centroamérica.*, 65-90.

fox. j. treeceg. sanchez. (2001). *Nutrición y manejo del alimento. Métodos para mejorar la camaronicultura en Centroamérica.*65-90.

González, M. M. (2016). Innovación, conocimiento y competitividad: análisis de la evolución y desarrollo del sector de la acuicultura en España. *Revista AquaTIC*, 37-43.

Hernández, R., Fernández, C., & Batista, L. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-Hill. Recuperado de <https://www.gerencie.com/rotacion-de-activos.html>. (20017).

Martín, J. M. (2016). *Revista AquaTIC* Consideraciones socio-económicas sobre el momento actual de la acuicultura marina en España, 10-12.

McNamara, R. (13 de septiembre de 2011). *academia.edu*. Recuperado de https://www.academia.edu/22719494/Conceptos_de_Administraci%C3%B3n_varios_autores

Miranda, J., & Toirac, L. (2015). Indicadores de productividad para la industria Dominicana. *Ciencia y sociedad*, 32-35.

Notarianni, E. (2006). Ecuador después de la Mancha Blanca. *Revista de Acuaicultura*, 21-23.

O'nnell, H. K. (13 de septiembre de 2011). *academia.edu*. Obtenido de https://www.academia.edu/22719494/Conceptos_de_Administraci%C3%B3n_varios_autores

Paez, P. (2016). Exportación de productos no tradicionales: enfoque camaron ecuatoriano a Alemania. *Revista Empresarial*, 21-24.

Pérez, J., Alfonsi, C., Sinatra, S., & Nirchio, M. (2013). Mejoramiento genético en acuicultura. *Revista de Acuicultura Europea*, 50-53.

Pollack, J., & Adler, D. (2014). Does project management affect business productivity? Evidence from Australian small to medium enterprises. *Project Management Journal*, 17-24.

Ponce, J. T., Romero, O., Castillo, S., & Arteaga, P. (2006). El desarrollo sostenible de la acuicultura en América Latina. *Revista Electrónica de Veterinaria*, 20-29.

Ramírez, C. (2014). *Fundamentos de Administración*. Mexico DF: McGraw Hill.

Summers D. 2006. Administración De La Calidad. Pearson educación. México. Pag 424

Sverdlik, H. S. (13 de septiembre de 2011). Recuperado de https://www.academia.edu/22719494/Conceptos_de_Administraci%C3%B3n_varios_autores

Tamayo, M. (2007). *Metodología de la Investigación*. México DF: Limusa.

Ventura, S. (1 de Noviembre de 2011). *Gestión*. Obtenido de ¿Qué es la exportación?. Recuperado de <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/comercio-internacional/5666/que-es-la-exportacion/>

zarain- herzberg . (2010). *Ciencia, Tecnología e innovación para el desarrollo. Mexico.*

9. Anexos

Anexo 1. Balance General Empresa Aquavi 2014

AQUAVI S.A.
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

4.	INGRESOS	730,146.33
4.1.	INGRESO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	730,146.17
4.1.1.	VENTAS DE BIENES T12%	718,263.05
4.1.1.01.	Ventas de Mercadería	719,023.96
4.1.1.01.01	Vtas. Mercadería tarifa 12 %	719,023.96
4.1.1.11.	VENTA DE SERVICIOS T12%	1,264.24
4.1.1.11.51	Vtas. Servicios 12%	1,264.24
4.1.1.41.	DEVOLUCIONES EN VENTAS	(2,025.15)
4.1.1.41.01	Devolución en ventas	(2,025.15)
4.1.2.	VENTAS NETAS TARIFA 0%	11,883.12
4.1.2.01.	VENTAS DE BIENES T0%	11,883.12
4.1.2.01.01	Ventas de Mercadería T0%	11,883.12
4.2.	INGRESOS NO OPERACIONALES	0.16
4.2.3.	INGRESOS FINANCIEROS	0.16
4.2.3.01.	REND. FIN. EN INSTITUCIONES FINANCIERAS	0.16
4.2.3.01.01	Intereses Ganados Ctas. Ctes.	0.16
5.	EGRESOS	696,379.80
5.1.	COSTOS	504,914.93
5.1.1.	COSTOS DE VENTAS	504,914.93
5.1.1.2.	COSTO DE VENTA SISTEMA	504,914.93
5.1.1.2.01	Costo de Venta de Merc. tarifa 12 %	493,078.12
5.1.1.2.02	Costo de Venta de Merc. tarifa 0 %	9,836.81
5.2.	GASTOS	191,464.87
5.2.1.	GASTOS ADMINISTRACION	106,677.85
5.2.1.01.	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	18,122.50
5.2.1.01.01	Sueldos y Salarios adm.	18,122.50
5.2.1.02.	APORTES A LA SEGURIDAD SOCIAL (incluido fondo de reserva)	2,193.80
5.2.1.02.01	Aporte a la seguridad social adm	2,193.80
5.2.1.03.	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	5,495.35
5.2.1.03.01	Décimo tercer sueldo adm	1,502.76
5.2.1.03.02	Décimo cuarto sueldo adm	918.53
5.2.1.03.03	Vacaciones adm	737.60
5.2.1.03.04	Uniformes Empleados adm	2,336.46
5.2.1.04.	GASTO DE PROVISIÓN POR JUBILACIÓN DESAHUO	592.32
5.2.1.04.01	Provisión Jubilación adm	74.09
5.2.1.04.02	Provisión Desahucio adm	518.23
5.2.1.05.	HONORARIOS PROFESIONALES	7,325.99
5.2.1.05.01	Honorarios Profesionales	7,325.99
5.2.1.08.	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	38,442.33
5.2.1.08.01	Mantenimiento y Reparaciones adm	38,442.33
5.2.1.10.	COMISIONES	740.13
5.2.1.10.01	Comisiones adm	740.13
5.2.1.12.	COMBUSTIBLE ADM	359.08
5.2.1.12.01	Combustible adm	359.08
5.2.1.15.	TRANSPORTE	286.00
5.2.1.15.01	Transporte adm	286.00
5.2.1.16.	GASTOS DE GESTIÓN (agencias a accionistas, trabajadores y clientes)	10,074.46
5.2.1.16.01	Cuotas, contribuciones e Incentivo Laboral adm	5,088.39
5.2.1.16.02	Capacitaciones adm.	4,986.07
5.2.1.18.	AGUA, ENERGÍA, Y TELECOMUNICACIONES	2,205.99
5.2.1.18.01	Agua, Energía y Telecomunicaciones adm	2,205.99
5.2.1.20.	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS ADM	206.62
5.2.1.20.01	Impuestos, Contribuciones y otros Adm	206.62
5.2.1.21.	DEPRECIACIONES	2,196.41
5.2.1.21.01	Depreciaciones Propiedad, Planta y Equipo adm	2,196.41
5.2.1.27.	OTROS GASTOS Y SERVICIOS VARIOS	18,436.87
5.2.1.27.01	Materiales y Suministros adm	13,959.37
5.2.1.27.02	Suministros de aseo y Limpieza adm	522.62
5.2.1.27.03	Otros gastos y servicios varios adm	3,883.67
5.2.1.27.10	Otros gastos y servicios varios Adm	71.21
5.2.2.	GASTOS DE VENTAS	78,868.20
5.2.2.01.	SUELDOS, SALARIOS Y DEMÁS REMUNERACIONES	11,898.51
5.2.2.01.01	Sueldos y Salarios	11,898.51
5.2.2.02.	APORTE A LA SEGURIDAD SOCIAL	1,453.74
5.2.2.02.01	Aporte al IESS Vta.	1,453.74
5.2.2.03.	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES	2,282.54
5.2.2.03.01	Décimo Tercer Sueldo Vta.	989.11
5.2.2.03.02	Décimo Cuarto Sueldo Vta.	736.61

5.2.2.03.03	Vacaciones Vta.	494.56
5.2.2.03.04	Uniformes personal Vta.	62.26
5.2.2.04.	GASTO PLANES DE BENEFICIOS A EMPLEADOS	285.67
5.2.2.04.01	Jubilación Patronal Vta.	45.67
5.2.2.04.02	Desahucio vta.	240.00
5.2.2.08.	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	4,271.28
5.2.2.08.01	Mantenimiento y Reparaciones VTA	4,271.28
5.2.2.10.	COMISIONES	8,911.12
5.2.2.10.01	Comisionistas	8,911.12
5.2.2.11.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	24,387.95
5.2.2.11.01	Promoción y Publicidad Vta.	24,387.95
5.2.2.12.	COMBUSTIBLES	704.08
5.2.2.12.01	Combustibles Vta.	704.08
5.2.2.13.	LUBRICANTES	2,389.87
5.2.2.13.01	Lubricantes, grasas Vta.	2,389.87
5.2.2.15.	TRANSPORTE	1,096.20
5.2.2.15.01	Gastos de transporte	1,096.20
5.2.2.17.	GASTOS DE VIAJE	2,046.73
5.2.2.17.01	Vícticos vta.	2,046.73
5.2.2.20.	IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTROS	1,864.41
5.2.2.20.01	IVA que va al gasto	1,864.41
5.2.2.27.	OTROS GASTOS	17,276.10
5.2.2.27.01	Materiales y Suministros VTA	7,429.17
5.2.2.27.10	Otros gastos y servicios varios Vta.	9,846.93
5.2.3.	GASTOS FINANCIEROS	2,002.81
5.2.3.01.	INTERESES	21.56
5.2.3.01.01	Intereses Bancarios	21.56
5.2.3.02.	COMISIONES	594.07
5.2.3.02.01	Comisión Bancaria	227.31
5.2.3.02.02	Servicios Bancarios	366.76
5.2.3.05.	OTROS GASTOS FINANCIEROS	1,387.18
5.2.3.05.01	Gastos por intereses a terceros	1,387.18
5.2.4.	GASTOS NO DEDUCIBLES	3,916.01
5.2.4.01.	GASTOS NO DEDUCIBLES	3,916.01
5.2.4.01.01	Gastos Varios	3,170.43
5.2.4.01.02	Servicios Básicos	743.38
5.7.1.01.01	Utilidad bruta	33,766.53
	Utilidad antes de impuestos	33,766.53
	15% Participación Trabajadores	5,064.98
	Total antes de impuestos	28,701.55
	(+) Gastos no deducibles	3,916.01
	Base Imponible para el Impuesto	32,617.56
	Impuesto a la Renta 22%	7,175.86
	Utilidad del Ejercicio	21,525.69

ING. DANIEL VALAREZO G.
GERENTE GENERAL
AQUAVI S.A

ING. NORMA APOLO G.
CONTADORA
REG.: 1011-13-1256496
AQUAVI S.A.

AQUAVI S.A.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

1	ACTIVO		775,484.50
1.1	ACTIVO CORRIENTE		775,484.50
1.1.1	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	13,682.84	
1.1.1.01	CAJAS	5,977.23	
1.1.1.01.01	Caja	5,827.23	
1.1.1.01.02	Caja Chica	150.00	
1.1.1.02	BANCOS LOCALES	7,705.61	
1.1.1.02.01	Bco. Guayaquil	7,092.12	
1.1.1.02.02	Bco. Internacional	22.56	
1.1.1.02.03	Bco. de Loja	590.93	
1.1.2.	ACTIVOS FINANCIEROS	305,829.00	
1.1.2.05	DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	295,313.54	
1.1.2.05.01	Cuentas por cobrar Clientes no relacionados	219,465.56	
1.1.2.05.02	Cuentas por cobrar por cheques posfechados	75,847.98	
1.1.2.09	CUENTAS POR COBRAR EMPLEADOS	10,515.46	
1.1.2.09.01	Anticipo a Empleados	5,448.91	
1.1.2.09.02	Prestamos a Empleados	5,066.55	
1.1.3.	INVENTARIOS	394,784.30	
1.1.3.01	INVENTARIO DE MERCADERIA PARA LA VENTA	353,646.61	
1.1.3.01.01	Inv. De Mercaderia Importada	255,231.58	
1.1.3.01.02	Inv. Mercaderia Nacional 12%	19,180.47	
1.1.3.01.03	Inv. Mercaderia Nacional 0%	79,234.56	
1.1.3.02	MERCADERIA EN TRANSITO	41,137.69	
1.1.3.02.01	Mercaderia en Transito	41,137.69	
1.1.4.	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS	5,714.53	
1.1.4.01	SEGUROS PAGADOS POR ANTICIPADO	622.92	
1.1.4.01.01	Seguros pagados por anticipados	622.92	
1.1.4.03	ANTICIPO PROVEEDORES	5,091.61	
1.1.4.03.01	Anticipo a Proveedores	5,091.61	
1.1.5	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	11,052.72	
1.1.5.01	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA	592.23	
1.1.5.01.02	Credito Tributario a favor de la Empresa	508.51	
1.1.5.01.03	Retencion IVA 30%	83.72	
1.1.5.03	IMPUESTOS ANTICIPADOS A LA RENTA	10,299.07	
1.1.5.03.01	Retención en la fuente 1%	10,037.10	
1.1.5.03.02	Retención en la fuente 2%	261.97	
1.1.5.05	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	161.42	
1.1.5.05.01	Anticipo Impuesto a la Renta	161.42	
1.2.	ACTIVO NO CORRIENTE	44,121.11	
1.2.1.	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	44,121.11	
1.2.1.02	MUEBLES Y ENSERES	16,485.97	
1.2.1.02.01	Muebles y Enseres	16,485.97	
1.2.1.04	EQUIPO DE COMPUTACION	6,995.13	
1.2.1.04.01	Equipo de Computación	6,995.13	
1.2.1.07	vehículos, EQUIPO DE TRANSPORTE	20,592.85	
1.2.1.07.01	Vehículos, Equipo de Transporte	20,592.85	
1.2.1.08	OTROS ACTIVOS TANGIBLES	9,253.30	
1.2.1.08.01	Otros Activos tangibles	9,253.30	
1.2.1.14	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDAD PLANTE Y EQUIPO	(9,230.29)	
1.2.1.14.01	(-) Depreciación Acumulada	(9,230.29)	
1.2.5.	ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	24.15	
1.2.5.01	ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	24.15	
1.2.5.01.01	Activo por Impuesto Diferido	24.15	
1.2.6.	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	300.00	
1.2.6.01	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES	300.00	
1.2.6.01.02	Depósitos en garantía	300.00	
2	PASIVO		728,534.80
2.1.	PASIVO CORRIENTE		728,534.80
2.1.3.	OBLIGACIONES OPERACIONALES	182,772.38	
2.1.3.01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	78,684.38	
2.1.3.01.01	Cuentas por pagar Exterior	11,134.75	
2.1.3.01.02	Cuentas por pagar locales	67,549.63	
2.1.3.05	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	104,088.00	
2.1.3.05.01	Otras cuentas por cheques por pagar	104,088.00	
2.1.7.	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES	40,338.91	
2.1.7.01	OBLIGACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	1,011.25	
2.1.7.01.03	Iva por pagar del mes	987.10	
2.1.7.01.04	Impuesto a la Renta por Activos	24.15	

2.1.7.02	RETENCIONES EN LA FUENTE POR RENTA	912.74	
2.1.7.02.01	Ret. 1% Imp. Rta	673.13	
2.1.7.02.02	Ret. 2% Imp. Rta	198.84	
2.1.7.02.03	Ret. 8% Imp. Rta	40.77	
2.1.7.03	RETENCIONES EN LA FUENTE IVA	523.44	
2.1.7.03.01	Ret. 30% Iva en Bienes	49.85	
2.1.7.03.02	Ret. 70% Iva en Servicios	473.59	
2.1.7.04	IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO	11,571.33	
2.1.7.04.01	Impuesto a la Renta por pagar	11,571.33	
2.1.7.05	OBLIGACIONES POR PAGAR CON EL IESS	2,792.81	
2.1.7.05.01	Aporte al IESS por pagar	2,792.81	
2.1.7.06	OBLIGACIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	5,181.46	
2.1.7.06.01	Beneficios Sociales por pagar	5,181.46	
2.1.7.07	PARTICIPACION DE TRABAJADORES POR PAGAR	6,049.64	
2.1.7.07.01	15% Part. Trabajadores	6,049.64	
2.1.7.10	ANTICIPO DE CLIENTES	12,296.24	
2.1.7.10.01	Anticipo de clientes	12,296.24	
2.2.	PASIVO NO CORRIENTE		
2.2.3.	OBLIGACIONES FINANCIERAS NO CORRIENTES		127,033.13
2.2.3.01	OBLIGACIONES FINANCIERAS LOCALES	127,033.13	
2.2.3.01.01	Prestamo Bancario L/p	127,033.13	
2.2.4.	CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS / RELACIONADAS		374,958.05
2.2.4.01.	CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS / RELACIONADOS LOCALES	374,958.05	
2.2.4.01.01	Cuentas por pagar diversas	374,958.05	
2.2.7.	PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS		3,432.33
2.2.7.01.	PROVISIÓN JUBILACIÓN PATRONAL	2,640.35	
2.2.7.01.01	Jubilación Patronal	2,640.35	
2.2.7.02	PROVISIÓN DESAHUCIO	791.98	
	Desahucio	791.98	
3	PATRIMONIO		46,949.70
3.1.	CAPITAL		22,325.69
3.1.1.	CAPITAL SOCIAL	800.00	
3.1.1.01.	CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	800.00	
3.1.1.01.01	Capital Suscrito	800.00	
3.4	RESERVAS	12,152.57	
3.4.1.	RESERVAS DE RESULTADOS	12,152.57	
3.4.1.01	RESERVA LEGAL	2,152.57	
3.4.1.01.01	Reserva Legal	2,152.57	
3.4.1.02.	RESERVA FACULTATIVA O ESTATUTUARIA	10,000.00	
3.4.1.02.01	Reserva Facultativa o Estatutuaría	10,000.00	
3.6.	RESULTADOS ACUMULADOS	9,373.12	
3.6.1.	GANANCIAS ACUMULADAS	9,373.12	
3.6.1.01	GANANCIAS ACUMULADAS	9,373.12	
3.6.1.01.01	Resultado del ejercicio 2014	9,373.12	
3.7.	RESULTADO DEL EJERCICIO		24,624.01
3.7.1.	RESULTADOS DEL EJERCICIO	24,624.01	
3.7.1.01	RESULTADOS DEL EJERCICIO	24,624.01	
3.7.1.01.01	Utilidad Bruta	24,624.01	
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		775,484.50

ING. DANIEL VALAREZO G.
GERENTE GENERAL
AQUAVI S.A

ING. NORMA APOLO G.
CONTADORA
REG.: 1011-13-1256496
AQUAVI S.A.

Anexo 3. Estado de Resultados Empresa Aquavi 2015

AQUAVI S.A.			
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL			
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015			
INGRESOS			1,352,430.18
VENTAS		1,458,178.67	
Ventas de Mercadería 12%	1,351,506.72		
Venta de Servicios 12%	4,419.59		
Venta de Mercadería 0%	102,252.36		
DEVOLUCIONES EN VENTAS		(105,748.49)	
(-) Devoluciones en Ventas	(105,748.49)		
INGRESOS NO OPERACIONALES			1,580.49
Intereses financieros		1,580.49	
TOTAL DE VENTAS			1,354,010.67
INVENTARIO INICIAL		104,763.74	
Inventario en Almacén	104,763.74		
COMPRAS DE MERCADERÍA		1,203,489.76	
Compras Importadas	943,450.66		
Compras Locales	260,039.10		
INVENTARIOS		(353,646.61)	
(-) Inventario Final	(353,646.61)		
UTILIDAD BRUTA			954,606.89
UTILIDAD ANTES DE COSTOS Y GASTOS			399,403.78
UTILIDAD ANTES DE GASTOS			
COSTOS Y GASTOS	VENTAS	ADMIN	TOTAL DE GASTO
SUELDOS			118,010.34
Sueldos Administrativos y ventas	79,102.08	22,254.64	
Horas Extras	3,005.12	35.53	
Bonificación Empresarial	5,262.19	400.46	
Comisiones en Ventas	7,950.32		
BENEFICIOS SOCIALES			15,008.22
Décimo Tercer Sueldo	7,944.97	1,891.07	
Décimo Cuarto Sueldo	4,158.52	701.12	
Otros Ingresos		181.00	
Vacaciones	78.24	53.30	
APORTE A SE. SOCIAL.-FOND. RESE.			18,261.13
Aportes Patronales	11,581.26	2,757.22	
Fondos de Reserva	2,455.99	1,466.66	
OTROS GASTOS			84,753.22
Honorarios Profesionales	2,454.24		
Promoción y Publicidad	41,813.58		
Impuestos y Contribuciones		2,987.09	
Gastos de IVA	5,670.36		
Gastos Financieros	23,048.78		
Seguros y Reaseguros	124.43	1,620.86	
Depreciaciones		7,033.88	
COMBUSTIBLES			4,980.72
Combustibles	1,567.68		
Lubricantes	3,413.04		
PROVISIONES LABORALES			2,580.78
Prov. Jubilación Laboral	1,965.38	555.21	
Prov. Por Desahucio	45.55	14.64	
SUMINISTRO Y MATERIALES			14,258.10
Materiales y Suministros	14,258.10		
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES			11,883.49
Varios mantenimientos	11,883.49		
GASTOS CON EL SECTOR PUBLICO			159.09
Agua, Luz, Teléfono		159.09	
OTROS GASTOS DE BIENES			11,758.15
Uniformes	1,369.99	772.78	
Gastos no deducibles	9,615.38		
OTROS GASTOS DE SERVICIOS			77,419.62
Cuotas, Contribuciones laborales,			
Capacitaciones	6,667.19		
Otros gastos de servicios	49,405.40		
Servicios de Internet	7,952.64		
Comisiones	5,354.25		
Viáticos	8,040.14		
Utilidad antes de impuestos			40,330.92
15% Participación Trabajadores			5,049.64
Total antes de Impuestos			34,281.28
(+) Gastos no deducibles			9,615.38
Base Imponible para el Impuesto			43,896.66
Impuesto a la Renta 22%			9,657.27
(-) Menos Retenciones del presente Ejercicio			10,299.07
Saldo a favor del contribuyente			(641.60)
ANTICIPO PAGADO			(161.42)
SALDO A FAVOR DEL CONTRIBUYENTE			(803.22)

ING. DANIEL VALAREZO G.
GERENTE GENERAL
AQUAVI S.A

ING. NORMA APOLO G.
CONTADORA
REG.: 1011-13-1256496
AQUAVI S.A.

Anexo 4. Balance General Empresa Aquavi 2016

AQUAVI S.A.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

1	ACTIVO		867,882.25
1.1	ACTIVO CORRIENTE		830,443.55
1.1.1	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFFECTIVO	22,857.31	
1.1.1.01	CAJAS	5,598.33	
1.1.1.01.01	Caja	5,560.98	
1.1.1.01.02	Caja Chica	37.35	
1.1.1.02	BANCOS LOCALES	17,258.98	
1.1.1.02.01	Bco. Guayaquil cta. Cte.	9,809.49	
1.1.1.02.02	Bco. Internacional cta. Cte	1.87	
1.1.1.02.03	Bco. de Loja cta. Cte.	4,442.16	
1.1.1.02.05	Bco. Austro Cta. De ahorros	3,005.46	
1.1.2.	ACTIVOS FINANCIEROS		385,784.79
1.1.2.05	DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	375,301.36	
1.1.2.05.01	Cuentas por cobrar Clientes no relacionados	337,361.33	
1.1.2.05.02	Cuentas por cobrar por cheques postfechados	37,940.03	
1.1.2.09	CUENTAS POR COBRAR EMPLEADOS	10,483.43	
1.1.2.09.01	Anticipo a Empleados	7,753.84	
1.1.2.09.02	Prestamos a Empleados	2,729.59	
1.1.3.	INVENTARIOS		389,660.53
1.1.3.01	INVENTARIO DE MERCADERIA PARA LA VENTA	202,844.29	
1.1.3.01.01	Inv. De Mercadería Importada	111,005.26	
1.1.3.01.02	Inv. Mercadería Nacional 12%	14,598.03	
1.1.3.01.03	Inv. Mercadería Nacional 0%	77,241.00	
1.1.3.02	MERCADERIA EN TRANSITO	186,816.24	
1.1.3.02.01	Mercadería en Transito	186,816.24	
1.1.4.	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS		13,258.32
1.1.4.03	ANTICIPO PROVEEDORES	13,258.32	
1.1.4.03.01	Anticipo a Proveedores	13,258.32	
1.1.5	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES		18,882.60
1.1.5.01	CREDITO TRIBUTARIO A FAVOR DE LA EMPRESA	2,844.75	
1.1.5.01.02	Credito Tributario a favor de la Empresa	2,844.75	
1.1.5.03	IMPUESTOS ANTICIPADOS A LA RENTA	15,234.63	
1.1.5.03.01	Retención en la fuente 1%	14,186.77	
1.1.5.03.02	Retención en la fuente 2%	1,047.86	
1.1.5.05	ANTICIPO DE IMPUESTO A LA RENTA	803.22	
1.1.5.05.01	Anticipo Impuesto a la Renta	803.22	
1.2.	ACTIVO NO CORRIENTE		37,438.70
1.2.1.	PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		37,438.70
1.2.1.02	MUEBLES Y ENSERES	17,522.99	
1.2.1.02.01	Muebles y Enseres	17,522.99	
1.2.1.04	EQUIPO DE COMPUTACION	7,616.47	
1.2.1.04.01	Equipo de Computación	7,616.47	
1.2.1.07	vehículos, EQUIPO DE TRANSPORTE	20,592.85	
1.2.1.07.01	Vehículos, Equipo de Transporte	20,592.85	
1.2.1.08	OTROS ACTIVOS TANGIBLES	9,744.38	
1.2.1.08.01	Otros Activos tangibles	9,744.38	
1.2.1.14	(-) DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE PROPIEDAD PLANTE Y I	(18,062.14)	
1.2.1.14.01	(-) Depreciación Acumulada	(18,062.14)	
1.2.5.	ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	24.15	
1.2.5.01	ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	24.15	
1.2.5.01.01	Activo por Impuesto Diferido	24.15	
2	PASIVO		820,083.05
2.1.	PASIVO CORRIENTE		230,499.51
2.1.3.	OBLIGACIONES OPERACIONALES	169,830.81	
2.1.3.01	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	96,608.83	
2.1.3.01.01	Cuentas por pagar Exterior	2,310.35	
2.1.3.01.02	Cuentas por pagar locales	94,298.48	
2.1.3.05	OTRAS CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	73,221.98	
2.1.3.05.01	Otras cuentas por cheques por pagar	73,221.98	

2.1.7.	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES		60,668.70	
2.1.7.01	OBLIGACIONES CON LA ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	232.17		
2.1.7.01.03	Iva por pagar del mes	208.02		
2.1.7.01.04	Impuesto a la Renta por Activos	24.15		
2.1.7.02	RETENCIONES EN LA FUENTE POR RENTA	1,091.11		
2.1.7.02.01	Ret. 1% Imp. Rta	903.76		
2.1.7.02.02	Ret. 2% Imp. Rta	91.35		
2.1.7.02.03	Ret. 8% Imp. Rta	96.00		
2.1.7.03	RETENCIONES EN LA FUENTE IVA	202.92		
2.1.7.03.01	Ret. 30% Iva en Bienes	56.96		
2.1.7.03.02	Ret. 70% Iva en Servicios	145.96		
2.1.7.04	IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR DEL EJERCICIO	10,842.60		
2.1.7.04.01	Impuesto a la Renta por pagar	10,842.60		
2.1.7.05	OBLIGACIONES POR PAGAR CON EL IESS	2,091.55		
2.1.7.05.01	Aporte al IESS por pagar	2,091.55		
2.1.7.06.	OBLIGACIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS	3,716.25		
2.1.7.06.01	Beneficios Sociales por pagar	3,716.25		
2.1.7.07.	PARTICIPACION DE TRABALADORES POR PAGAR	8,062.80		
2.1.7.07.01	15% Part. Trabajadores	8,062.80		
2.1.7.08.	DIVIDENDOS POR PAGAR	7,364.85		
2.1.7.08.01	Dividendo por pagar a Socios Ing. Daniel Valarezo	1,449.28		
2.1.7.08.03	Dividendo por pagar a Socios Ing. John Agila	2,799.28		
2.1.7.08.04	Dividendo por pagar a Socios Ing. Gabriela Valarezo	3,116.29		
2.1.7.10	ANTICIPO DE CLIENTES	27,064.45		
2.1.7.10.01	Anticipo de clientes	27,064.45		
2.2.	PASIVO NO CORRIENTE			589,583.54
2.2.3.	OBLIGACIONES FINANCIERAS NO CORRIENTES		208,030.03	
2.2.3.01	OBLIGACIONES FINANCIERAS LOCALES	208,030.03		
2.2.3.01.01	Prestamo Bancario L/p	208,030.03		
2.2.4.	CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS / RELACIONADAS		374,958.05	
2.2.4.01.	CUENTAS POR PAGAR DIVIERSAS / RELACIONADOS LOCALI	374,958.05		
2.2.4.01.01	Cuentas por pagar diversas	374,958.05		
2.2.7.	PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS		6,595.46	
2.2.7.01.	PROVISIÓN JUBILACIÓN PATRONAL	4,980.88		
2.2.7.01.01	Jubilación Patronal	4,980.88		
2.2.7.02	PROVISIÓN DESAHUCIO	1,614.58		
	Desahucio	1,614.58		
3	PATRIMONIO			47,799.20
3.1.	CAPITAL		12,952.57	
3.1.1.	CAPITAL SOCIAL	800.00		
3.1.1.01.	CAPITAL SUSCRITO O ASIGNADO	800.00		
3.1.1.01.01	Capital Suscrito	800.00		
3.4	RESERVAS	12,152.57		
3.4.1.	RESERVAS DE RESULTADOS	12,152.57		
3.4.1.01	RESERVA LEGAL	2,152.57		
3.4.1.01.01	Reserva Legal	2,152.57		
3.4.1.02.	RESERVA FACULTATIVA O ESTATUTUARIA	10,000.00		
3.4.1.02.01	Reserva Facultativa o Estatutuaría	10,000.00		
3.7.	RESULTADO DEL EJERCICIO		34,846.63	
3.7.1.	RESULTADOS DEL EJERCICIO	34,846.63		
3.7.1.01	RESULTADOS DEL EJERCICIO	34,846.63		
3.7.1.01.01	Utilidad Bruta	34,846.63		
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			867,882.25

ING. DANIEL VALAREZO G.
GERENTE GENERAL
AQUAVI S.A

ING. NORMA APOLO G.
CONTADORA
REG.: 1011-13-1256496
AQUAVI S.A.

Anexo 5. Estado de Resultados Empresa Aquavi 2016

AQUAVI S.A.
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

INGRESOS			1,664,974.69
VENTAS			1,735,336.13
Ventas de Mercadería 12%	1,165,093.96		
Venta de Servicios 12%	9,415.78		
Venta de Mercadería 0%	560,826.39		
DEVOLUCIONES EN VENTAS			(70,361.44)
(-) Descuentos en Ventas	(57,857.93)		
(-) Devoluciones en Ventas	(12,503.51)		
INGRESOS NO OPERACIONALES			1,983.49
Intereses financieros		5.46	
Otros ingresos		1,978.03	
TOTAL DE VENTAS			1,666,958.18
INVENTARIO INICIAL		353,646.61	
Inventario en Almacén	353,646.61		
COMPRAS DE MERCADERIA		1,129,777.12	
Compras Importadas	158,658.18		
Compras Locales	971,118.94		
INVENTARIOS		(202,844.29)	
(-) Inventario Final	(202,844.29)		
UTILIDAD BRUTA			1,280,579.44
UTILIDAD ANTES DE COSTOS Y GASTOS			386,378.74
COSTOS Y GASTOS	ADMIN	VENTAS	TOTAL DE GASTO
SUELDOS			108,775.02
Sueldos Administrativos y ventas	16,129.00	78,816.28	
Horas Extras	100.82	2,801.76	
Bonificación Empresarial	579.88	1,615.31	
Comisión en ventas		8,731.97	
BENEFICIOS SOCIALES			22,762.19
Décimo Tercer Sueldo	1,510.85	7,573.64	
Décimo Cuarto Sueldo	732.00	4,745.80	
Otros Ingresos que no graban IESS	60.00	1,581.73	
Indemnizaciones	1,206.00	1,098.00	
Vacaciones		2,365.33	
Uniformes		1,888.84	
APORTE A SE. SOCIAL.-FOND. RESE.			18,607.42
Aportes Patronales	3,799.88	9,416.76	
Fondos de Reserva	1,211.29	4,179.49	
OTROS GASTOS			67,504.11
Honorarios Profesionales	1,486.46	2,628.96	
Promoción y Publicidad		14,546.58	
Impuestos y Contribuciones		4,629.49	
Transporte		5,009.82	
Gastos de IVA		28,606.88	
Seguros y Reaseguros		1,764.07	
Depreciaciones	8,831.85		
COMBUSTIBLES			3,576.96
Combustibles		2,930.85	
Lubricantes		646.11	
PROVISIONES LABORALES			3,641.31
Prov. Jubilación Laboral	182.20	2,158.33	
Prov. Por Desahucio	188.94	1,111.84	
SUMINISTRO Y MATERIALES			10,576.00
Materiales y Suministros	495.58	10,080.42	
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES			9,315.92
Varios mantenimientos	1,005.06	8,310.86	
GASTOS CON EL SECTOR PUBLICO			12,605.97
Agua, Luz, Teléfono	1,527.45	11,078.52	
OTROS NE DEDUCIBLES			3,595.28
Gastos no deducibles		3,595.28	
OTROS GASTOS DE SERVICIOS			47,513.59
Arrendamiento Operativo		6,300.00	
Otros gastos de servicios	965.11	20,156.63	
Seguridad y Salud	375.00	6,111.52	
Comisiones		10,321.44	
Viáticos		3,283.89	
GASTOS FINANCIEROS			24,152.94
Gastos Financieros		24,152.94	
Utilidad antes de impuestos			53,752.03
15% Participación Trabajadores			8,062.80
Total antes de impuestos			45,689.23
(+) Gastos no deducibles			3,595.28
Base Imponible para el Impuesto			49,284.51
Impuesto a la Renta 22%			10,842.59
(-) Menos Retenciones del presente Ejercicio			16,037.85
Saldo a favor del contribuyente			(5,998.48)

ING. DANIEL VALAREZO G.
GERENTE GENERAL
AQUAVI S.A.

ING. NORMA APOLO G.
CONTADORA
REG.: 1011-13-1256496
AQUAVI S.A.

Anexo 6. Entrevista al Ing. Daniel Valarezo

¿Cómo surgió la idea de Aquavi, para qué?

La idea de Aquavi nació por las necesidades que se reflejaban en las empresas familiares que también son parte del sector camaronero, es así que se forma la idea de importar equipos de aireación para el sector.

¿Cuál es el producto estrella de la empresa?

Aireadores de 16 paletas a diésel con motor Chanfan y Sifan

¿Cuáles fueron las estrategias propuestas inicialmente para captar clientes?

La principal estrategia fue brindar servicio y asesoría técnica, realizar publicidad y participar en las AQUAEXPO GUAYAQUIL, MACHALA Y MANTA para darse a conocer en todo el país.

¿Por qué Aquavi no cumplió las metas planteadas en el tiempo indicado?

El año 2016 fue un año de crisis económica a nivel nacional, la inestabilidad económica fue un factor que no les ayudó a cumplir con nuestras metas.

¿Cree que el déficit de los ingresos se produjo por no ejecutar correctamente las estrategias?

Como mencioné anteriormente uno de los factores fue la crisis económica, la estrategia de ventas en este año se replanteó en el último trimestre del año, la cual ayudó a tener una visión más clara de lo que se puede lograr planteando y cumpliendo las estrategias.

¿Por qué el personal de la empresa dejó aumentar la cartera de cobranzas?

La empresa paso por personal no comprometido con la labor que desempeño, los mismos que causaron retrasos en los objetivos, dejándoles la experiencia de los errores cometidos.

¿Mejóro la situación de la empresa en estos dos últimos años?

La empresa ha cerrado 3 años fiscales, cada año ha sido fructífero, tal vez no de la forma anhelada financieramente, han sido tres años de arduo labor y aprendizaje.

¿Cómo lograron mejorar?

Para mejorar se ha necesitado de constantes capacitaciones, replantear estrategias de ventas y cobranzas.

¿Cree q la falta de información en la página web y redes sociales les afecta?

Por supuesto, vivimos en una era de tecnología al alcance de la mano. Si la gente quiere conocerte o conocer tu producto lo busca en tu web o redes. Si está no transmite lo que busca el cliente. Lo encontrará en otro lado.

¿Qué opina de introducir un producto innovador?

Nadie es amante de la monotonía, le encanta lo nuevo, por ello ser pionero es sinónimo de dinámica. Si no traes algo innovador para tu área estas condenado a ser la sombra del que si lo hace.

¿Es conveniente aplicar marketing publicitario para la empresa?

Si es necesario para posicionar marca o producto en la mente del cliente.