

**UNIVERSIDAD DEL PACIFICO
ESCUELA DE NEGOCIOS
INGENIERIA COMERCIAL**

TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

APERTURA DE SUCURSAL EN MANTA DE CONTROL DE PLAGAS

AUTOR:

ALEJANDRO CEVALLOS SANTIBAÑEZ

DIRECTOR:

DR. LUIS VARGAS CUEVAS

MARZO, GUAYAQUIL 2009

Índice

RESUMEN EJECUTIVO	5
CAPITULO I.....	7
1.1. ANTECEDENTES.....	7
MACROENTORNO.....	8
PROBLEMÁTICA DEL SECTOR, NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA.....	10
MERCADOS OBJETIVOS, DOMÉSTICOS Y NACIONALES.....	10
INFORMACIÓN MACROECONÓMICA DEL MERCADO ESTUDIADO.....	11
TAMAÑO Y POTENCIAL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA.....	12
1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS.....	13
1.3. OBJETIVOS.....	14
1.4. ALCANCE	15
1.5. HIPÓTESIS.....	15
1.6. METODOLOGIA	16
CAPITULO II	17
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	17
2.1. MARCO LEGAL.....	17
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA.....	17
2.3. PROPIEDAD ACCIONARIA.....	21
2.4. CONVERSION DE CAPITAL SOCIAL.....	22
CAPITULO III	27
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	27
3.1. HISTORIA DEL NEGOCIO.....	27

3.2. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVO DE LA EMPRESA	28
3.3. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA EN GENERAL Y DEL NEGOCIO EN PARTICULAR.	29
3.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.	31
3.5. ANÁLISIS FODA.....	32
3.6. CINCO FUERZAS DE PORTER.....	33
CAPITULO IV.....	37
EQUIPO GERENCIAL.....	37
4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	37
4.2. FUNCIONES.	37
4.3. EXPERIENCIA PREVIA DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO GERENCIAL.	39
4.4. CULTURA EMPRESARIAL.....	40
CAPITULO V.....	42
ANÁLISIS DE MERCADO.....	42
5.1. ESTUDIO ESPECIFICO DEL MERCADO.....	42
5.2. DESCRIPCIÓN DE LAS REGIONES, SEGMENTOS O NICHOS.	45
5.3. MERCADO OBJETIVO, NICHOS DE MERCADOS Y BLOQUES DE COMPRADORES.....	45
5.4. INVESTIGACION DE MERCADO, ENCUESTAS Y RESULTADOS.	46
5.5. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	51
CAPITULO VI.....	52
ESTRATEGIAS DEL MERCADO	52
6.1. CONSIDERACIONES INTERNACIONALES, NACIONALES Y LOCALES.	52
6.2. ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS, PRECIOS, Y ESTACIONALIDAD.....	53
6.3. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PENETRACIÓN Y VENTA PERSONAL.....	54
6.4. ESTRATEGIA DE PROMOCION, DISTRIBUCIÓN Y GASTOS.....	54

6.5. ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y DE COMERCIALIZACIÓN.....	55
CAPITULO VII.....	56
OPERACIONES.....	56
7.1. RIESGOS INTERNOS.....	56
7.2. RIESGOS EXTERNOS.....	57
7.3. PLANES DE CONTINGENCIA.....	58
7.4. PROVISIONES Y SEGUROS.....	59
CAPITULO VIII.....	60
ESTUDIO FINANCIERO.....	60
8.1. PRESUPUESTO E INVERSIONES.....	60
8.2. PROYECCIÓN A 5 AÑOS.....	64
8.3. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	65
8.4. FLUJO DE CAJA.....	66
8.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	67
8.6. BALANCES.....	70
8.7. TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL NETO.....	71
CAPITULO IX.....	73
ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO.....	73
9.1. REQUERIMIENTO DE CAPITAL.....	73
9.2. RAZONES FINANCIERAS.....	73
9.3. SENSIBILIDAD Y RENTABILIDAD.....	75
CAPITULO X.....	77
ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE.....	77
10.1. PROCESO, PROCEDIMIENTO E IMPACTO QUE SE SIGUIÓ Y CULMINÓ.....	77
10.2. RESULTADOS LOGRADOS.....	78

CAPITULO XI.....	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	79
11.1. CONCLUSIONES.....	79
11.2. RECOMENDACIONES.	80
BIBLIOGRAFIA.....	82
ANEXO DE MARKETING	84

RESUMEN EJECUTIVO

Ecuabiogen es una empresa que se dedica al control de plagas desde hace diez años en Guayaquil, y poco a poco se fue abriendo paso entre las grandes compañías que ofrecen el mismo servicio. Ha llegado a ganar prestigio de empresa seria, lo cual ha llevado a sus ejecutivos a pensar en la expansión de la empresa y se pensó en Manta como primera opción.

Durante la elaboración de este proyecto se pudo llegar a conclusiones prácticamente inobjetables como son: la existencia de un mercado medianamente atendido en la Provincia de Manabí, y a su vez con un importante y continuo crecimiento, lo que garantiza la rentabilidad de esta futura inversión, siempre y cuando se atienda a los clientes en forma oportuna y eficiente.

Las principales áreas a cubrir inicialmente son:

Portuaria: incluye instalaciones de barcos pesqueros y de cabotaje.

Industrial: que un 80% corresponde a fabrica relacionadas con productos elaborados del mar. Además, de otras industrias como: pasta de tomates, entre otras.

Área Turística: tiene que ver con todo lo relacionado con hospedaje, alimentación y recreación.

Comercial: involucra todo lo que es punto de ventas y distribución de alimentos en pequeñas y mediana escalas.

Estos mercados en la actualidad están siendo atendidos por 2 empresas locales y eventualmente por empresas de Guayaquil.

Para posicionarse adecuadamente en el mercado, recomendamos mantener la misma calidad del servicio que se presta en la actualidad en Guayaquil, observando las normas de seguridad de las personas, inocuidad de los productos y la protección del medio ambiente.

Es necesario indicar que en la elaboración de este estudio, se utilizó información histórica de la empresa Ecuabiogen, con la intención de minimizar el riesgo inicial de la operación, y también para poder sustentar el crecimiento rápido basado en las fortalezas obtenidas por la matriz en sus diez años de operación.

CAPITULO I

1.1. ANTECEDENTES.

Luego de cumplir 10 años en Guayaquil se considera que es el momento para expandir la operación de Ecuabiogen y entre los distintos mercados que se analizaron, se determinó que el puerto de Manta merece ser analizado como una primera opción para la apertura de una sucursal.

Ya la empresa ha realizado trabajos en este importante puerto, al cual lo vemos en un progreso continuo de crecimiento en el área pesquera, industrial, comercial, y turística, que son potenciales clientes de Ecuabiogen.

La mayor flota pesquera del país está ubicada en Manta, la cual es realmente el motor generador de grandes industrias que se han desarrollado en el medio, y esta flota demanda gran cantidad de alimento para su permanencia en el océano durante su procedimiento de pesca, lo que genera el desarrollo de plagas que a su vez obliga a realizar controles de plagas preventivos, los cuales deben realizarse durante la permanencia de los barcos en el puerto entre el proceso de descarga y aprovisionamiento de víveres y combustible.

Con respecto a la industria alimenticia es importante destacar que la mayoría esta orientada a productos elaborados del mar para el mercado de exportación, especialmente a los destinos de Estados Unidos y Europa, que así mismo son los más exigentes en cuanto al cumplimiento de normas que buscan la inocuidad de los alimentos. Sin descuidar las industrias relacionadas y no relacionadas como son: fábricas proveedoras de hielo, envases, aceite, pasta de tomate, y las no relacionadas como son; elaborados de tagua, café.

El área comercial en Manta se desenvuelve alrededor de la actividad pesquera en empresas encargadas de proveer bienes y servicios, y la comercialización de pescados que se distribuyen para las diferentes ciudades de nuestro País. Este comercio ha captado a la mayoría de los bancos, los cuales tienen presencia en Manta, así mismo el establecimiento de las grandes cadenas de supermercados.

El gran movimiento pesquero e industrial, además de extensas y hermosas playas ubicadas al sur de Manta ha desarrollado una industria turística muy importante que ha traído como consecuencia extensiones de cadenas de hoteles muy importantes, más hoteles ya existentes, hosterías, y el desarrollo de muchas casas residencias que albergan a turistas de bajo presupuesto.

MACROENTORNO.

Todas las actividades productivas que se realizan en el puerto de Manta giran alrededor de la pesca y el turismo, dos actividades que se consideran tienen un buen futuro debido a su importancia para las personas, ya que cada vez más se recomienda el pescado en la dieta diaria por su alto contenido de omega tres, y con la globalización se comercializa de mejor manera las bellezas turísticas que ofrece la provincia.

Se vive actualmente momentos muy duros debido a la crisis económica mundial que está afectando a todo el planeta, tanto es así, que los países más importantes de Europa han decidido apoyar con \$4 billones para el rescate de los bancos que se encuentran en una situación completamente crítica, y el Gobierno Americano está en un plan agresivo para salvar de la banca rota a las principales fábricas de automotores Americanos (17 mil millones de dólares). Pero considero que debido a la tendencia mundial con respecto a hábitos alimenticios, el pescado en sus

distintas presentaciones es un alimento insustituible y que es cada vez más demandado a nivel mundial, lo cual lo demuestran los volúmenes de exportación.

El turismo es una fuente de recurso inagotable, mientras no se altere la ecología ya que siempre las personas buscaremos disfrutar del atractivo del mar y debido a su poco impacto en el medio ambiente es una alternativa que debe ser desarrollada inevitablemente y a su vez es una gran fuente de generación de recursos. Manta tiene hermosas playas como son: Piedra Larga, Latiñoza, Santa Marianita, entre otras donde se está desarrollando infraestructura turística para recibir visitantes nacionales y extranjeros, no debemos olvidar que Ecuador por su posición geográfica tiene una temperatura agradable de 26° C prácticamente los 12 meses del año.

Por ser el puerto más externo en el Pacífico, fue considerado convertirlo en un puerto de transferencia de carga, que obliga a la construcción de nuevos muelles para que permitan el acceso de barcos de gran calado, que permitirá que a su vez ingresen barcos turísticos muy grandes, lo que convertirá a Manta en una opción interesante para los cruceros que transitan por esta zona del Pacífico. Según la cámara turística de Manta, el promedio de aporte a la provincia de Manabí es \$500 por turista en tres días siendo aproximadamente 10 cruceros con 3.500 personas cada uno por año, se vuelve un rubro muy importante para la región.¹

Es importante considerar, que en el sector se va a instalar un complejo petroquímico con una inversión de aproximadamente de 10 mil millones de dólares, según lo informó el Presidente de la República en la colocación de la primera piedra en el Aromo, lo que trae consigo la creación de un sin número de empresas de provisión de bienes y servicios, que serían potenciales clientes para la actividad de control de plagas.

¹ <http://www.camae.org/extranet/Boletines/Boletin.aspx?id=14> Nombre del Artículo: Manta recibe su primer crucero con turistas. Autor: Autoridad Portuaria de Manta.

PROBLEMÁTICA DEL SECTOR, NUESTRA VENTAJA COMPETITIVA.

La mayor problemática en Manabí es que los clientes no ven la necesidad de este servicio y quienes lo contratan por exigencia de las normas no esperan estándares de calidad por el bajo precio que están pagando; es decir, que ingresar al medio con precio más alto va a resultar inicialmente una tarea muy difícil.

Pero los puntos considerados como problemas en el sector, deberían ser también una oportunidad para ingresar en este mercado, ya que da la oportunidad para demostrar la diferencia en la calidad del servicio, lo cual debe ser realizado mediante un proceso muy bien analizado de promoción y venta del servicio.

MERCADOS OBJETIVOS, DOMÉSTICOS Y NACIONALES.

Nuestro objetivo actual se concreta específicamente en la apertura de esta sucursal, siendo al momento descartado el ingreso a otros mercados nacionales e internacionales.

Los grupos claves al que queremos llegar son:

- Área Comercial: grandes comisariatos de Manta y Portoviejo
- Área Portuaria: flota pesquera atunera que opera en el puerto de Manta, instalaciones en el área portuarias.
- Área Industrial: pequeña y gran industria dedicada a productos elaborados del mar, procesadora de oleaginosas, pasta de tomate, entre otras.

- Área Turística: hoteles y restaurantes de Manta y sus alrededores, y Portoviejo.

Además, debemos considerar el servicio a las áreas residenciales.

INFORMACIÓN MACROECONÓMICA DEL MERCADO ESTUDIADO.

Manta es el principal puerto marítimo del Ecuador; cuenta actualmente aproximadamente con 250.000 habitantes, y tiene una tasa de crecimiento de 3,4% anual que es superior a la media nacional, teniendo más de 30.000 personas en condición de habitantes flotantes. Debido a su gran crecimiento económico de los últimos años se ha convertido en una ciudad de inmigrantes de los distintos cantones manabitas, siendo alrededor el 80% de los habitantes personas de el resto de la provincia.^{2 3}

En Manta están radicadas las principales empresas atuneras como: Inepaca, Conservas Isabel, Seafman, Empesec, Conservera Tropical y Marbelise S.A., que son fuente de generación de puestos de trabajos de forma directa e indirecta.⁴

La flota pesquera de Manta es de aproximadamente de 400 barcos de 80 a 1500 toneladas⁵, siendo éstas las proveedoras de materia prima para las empresas procesadoras de productos del mar.

² <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/manabita/puertos2.htm> Nombre del Artículo: Puertos. Autor: Manabita.com

³ <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/97423-manta-86-anos-y-un-desarrollo-que-busca-apoyo-del-gobierno/> Autor: Eldiario.com

⁴ <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/97423-manta-86-anos-y-un-desarrollo-que-busca-apoyo-del-gobierno/> Autor: Eldiario.com

⁵ <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/207962/05/07/Eje-Manta-Manaos-alternativa-al-Canal-de-Panama-para-desarrollo-de-Amazonia.html> Autor: Chema Ortiz

Todas las actividades alrededor de la pesca generan gran cantidad de plagas debido a los olores fuertes que resultan de los procesos, así como los desperdicios, que se descomponen rápidamente debido a nuestras altas temperaturas, y se convierten en un verdadero postre para distintos tipos de plagas.

Esté crecimiento del puerto ha generado problemas en la provisión del liquido vital, tanto en calidad como en cantidad, lo cual acompañado a el deficiente sistema de alcantarillado, lo ha convertido en un lugar propicio para el desarrollo de ciertas plagas.

En el proyecto de la refinería de petróleo del aramo se calcula que se generarán entre puestos de trabajos directos e indirectos alrededor de 4000 plazas.⁶

Otra de las áreas importantes de generación de trabajo en Manta es el turismo el cual mantiene un crecimiento importante que se ha visto impulsado el ingreso de grandes cruceros que se espera que en el 2009 alcance una cifra de alrededor de 30, los cuales vienen con un promedio de 3000 personas por barcos y se espera que dejen en esta ciudad sobre US\$ 40 millones/año.

TAMAÑO Y POTENCIAL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA.

El inicio de las operaciones en el puerto de Manta, requerirá el desplazamiento de parte del personal que atiende el mercado de la Provincia del Guayas, hasta dejar operativa la sucursal de Manta con personal contratado en el medio. Para iniciar las operaciones, se busca establecer una estructura muy liviana que consistiría en un gerente de sucursal, una secretaria contable, un supervisor y una cuadrilla de

⁶ <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/207962/05/07/Eje-Manta-Manaos-alternativa-al-Canal-de-Panama-para-desarrollo-de-Amazonia.html> Autor: Chema Ortiz

tres personas, siendo el manejo de la parte comercial responsabilidad del gerente de sucursal, con el apoyo de la oficina principal de Guayaquil.

Se estima que en el transcurso de los primeros 6 meses se conforme una cuadrilla de aplicadores adicional con la cual podríamos cubrir el mercado de la provincia de Manabí de forma adecuada en los primeros 12 meses, e ir incrementando el personal de acuerdo a la demanda de servicios que se genere en el medio.

Nuestro objetivo es captar el 10% en los primeros 12 meses con la estructura antes mencionada, y en caso de requerirse personal adicional se lo contrataría, y de ser posible se aportaría con personal desde Guayaquil.

La intención es mantener una estructura que permita mantener bajo los costos fijos, ya que se requiere además comprar vehículo, equipos, alquilar oficina con bodega, y otras inversiones para la operación.

1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA TESIS.

En Manta existe la mayor flota pesquera del País, que a su vez provee de materia prima a las principales industrias de elaborados del mar, lo que ha traído consigo un crecimiento comercial importante. Además, la provincia de Manabí, cuenta con grandes y hermosas playas, así como una extensa y cautivante campiña, que la convierte en un punto turístico, que genera los respectivos servicios complementarios como hotelería, restaurants, entre otros.

Debido a los conocimientos, y a la experiencia que la empresa Ecuabiogen tiene en las actividades de control de plagas, se considera que la provincia, y en especial, Manta es un mercado sumamente importante para el control de plagas. Es importante indicar, que debido al mal manejo de las aguas residuales, esta ciudad presenta un grave problema de salud ambiental, que trae consigo la

proliferación de distintas plagas que están continuamente amenazando el bienestar de la salud de sus habitantes.⁷

El propósito de esta tesis es evaluar nuevos mercados para la prestación de servicios de control de plagas, ya que la empresa tiene como objetivo expandir su operación a nivel nacional, ahora que Ecuabiogen esta por cumplir 10 años en el mercado y tiene como meta hacer conocer la marca en otros lugares del País, respaldados por el prestigio y experiencia obtenida en todo este tiempo, lo cual acompañado de una correcta campaña publicitaria debería abrirnos el mercado materia de este análisis, en un tiempo relativamente corto.

1.3. OBJETIVOS

El objetivo de la tesis es determinar la factibilidad de negocio para la apertura de una sucursal en Manta de la empresa Ecuabiogen S.A., siendo la meta captar el 30% del mercado en un mediano plazo, basado en la poca atención que tiene este mercado en la actualidad.

Otro objetivo es brindar el mejor servicio con personal altamente capacitado, pesticidas de alta calidad y a su vez con equipos de última generación para poder realizar trabajos con los mayores estándares de calidad, que sirvan para mejorar considerablemente las condiciones sanitarias de los productos alimenticios, ambiente laboral de nuestros clientes, a través de un proceso de manejo integrado de plagas en el cual se establezcan los estándares de asepsia, exclusión, y la correcta aplicación de pesticida.

Inicialmente se empezaría atendiendo a sucursales de clientes que actualmente se atiende en la ciudad de Guayaquil y paralelamente montar la campaña de

⁷ <http://www.eluniverso.com/2008/10/01/0001/12/251690BFAAE8431B80B6676A236B8F47.html> Nombre del Artículo: Se cuestiona calidad del agua en tres cantones. Autor: Neptalí Palma.

promoción y publicidad la cual debe generar resultados a corto, mediano y largo plazo.

1.4. ALCANCE

Este estudio servirá como guía para la apertura de la sucursal de Manabí localizada en el puerto de Manta, ya que es una decisión de la empresa iniciar esta operación a mediados del año 2009, por lo que los resultados obtenidos en este proyecto serán analizados por los ejecutivos de Ecuabiogen responsables de la iniciación de la operación en Manta.

De ser estos resultados satisfactorios para los accionistas de Ecuabiogen, se iniciarán las operaciones involucrando a los responsables de la elaboración de este proyecto, y con los recursos requeridos en este estudio.

1.5. HIPÓTESIS.

El mercado de Manabí es atendido por las empresas grandes de control de plagas de forma esporádica, básicamente a clientes que mantienen sucursales en la Provincia de Manabí y, eventualmente, se realizan trabajos solicitados por clientes en esta Provincia.

Se considera que manteniendo una presencia directa deberíamos captar en los primeros 12 meses un 10% del mercado, que en los actuales momentos es de \$ 500.000 al año aproximadamente, y llegar a un 20% del mercado en los siguientes 24 meses. Se cree que existen clientes que no han venido utilizando este tipo de servicios, pero a corto plazo podrían ser parte de nuestra cartera de clientes. Refiriéndonos específicamente a restaurantes de mediano y gran tamaño, pequeños y medianos hoteles, hosterías, además de clientes particulares que

tienen distintos tipos de plagas, que poco a poco se están informando de los grandes riesgos que implica el no controlarlas.

Una oportunidad en este nuevo mercado es la ausencia de grandes empresas dedicadas a esta actividad, siendo el mercado atendido por pequeñas empresas locales y como se explicó desde Guayaquil.

La empresa piensa captar este mercado con una publicidad adecuada y acompañada de promociones que reflejen la calidad de nuestro trabajo dirigida a los grandes clientes existentes y a los nuevos potenciales clientes.

1.6. METODOLOGIA

Ya que existe la intención de participar en el puerto de Manta, es necesario partir de datos exactos, por lo que se procederá a la elaboración de un inventario de los potenciales clientes; además, de la elaboración de encuestas para determinar la cobertura que tiene dicho servicio en esta ciudad, y con esta información poder determinar nuestra estrategia de venta. Además, consideramos que debe repetirse en cierta forma las estrategias que se aplicaron al inicio de la operación en la ciudad de Guayaquil como son: trabajos gratuitos para mostrar la calidad de la empresa, la publicidad de boca a boca, garantizar resultados, que dio los resultados esperados, pero en el caso actual debemos lograr resultados en forma más rápida, ya que contamos con un gran patrimonio que es el prestigio, el cual puede ser confirmado por nuestros clientes.

CAPITULO II

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

2.1. MARCO LEGAL.

Debido a que lo que se va a implementar es una sucursal de Biogenética del Ecuador en el Puerto de Manta, ésta funcionará al amparo del marco legal de la conformación inicial de la compañía, la cual detallamos a continuación.

La sociedad anónima es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo. Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta el monto del capital aportado.

2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA.

En términos generales, las sociedades anónimas por lo general son mercantiles, aun cuando se formen para la realización de negocios de carácter civil.

En la mayoría de las legislaciones, y en la doctrina, se reconoce como principales características de este tipo de sociedad las siguientes:

- Limitación de responsabilidad de los socios frente a terceros.
- División del capital social en acciones.

- Negociabilidad de las participaciones.
- Estructura orgánica personal.
- Existencia bajo una denominación pública.

Biogenética del Ecuador S.A. es una empresa constituida el 28 de diciembre de 1998 e inscrita en el registro mercantil del cantón de Guayaquil el 26 de enero de 1999. La empresa está autorizada para industrialización o fabricación, importación, exportación, venta, distribución, empaque, representación, comercialización, prestación de servicios como: control de plagas, desinfección, entre otros.

Biogenética del Ecuador esta dentro de la figura legal de Sociedad Anónima constituida el 28 de Diciembre de 1998 en la ciudad de Guayaquil frente al notario Abogado Marcos Díaz Casquete, Notario Titular vigésimo Primero de este Cantón, comparecen los señores: Economista Norman David Cevallos Guillén, casado, economista; y, Ingeniero Alvaro Jose Bucaram Carbo, soltero, ingeniero. Los comparecientes ecuatorianos, mayores de edad, domiciliados en esta ciudad capaces para obligarse y contratar, a quienes identifico por la exhibición que me hacen de sus documentos de identidad. Bien instruidos sobre el objeto y resultado de esta Escritura, a la que proceden por sus propios derechos, con amplia y entera libertad, para su otorgamiento me presentaron la minuta del tenor siguiente:- Señor Notario: Sírvase insertar en el registro de Escrituras Publicas a su cargo una de la que conste la constitución de una Sociedad Anónima que se contrata al tenor de las siguientes cláusulas: **Primera: Contratantes.-** Comparecen al otorgamiento de la presente escritura publica y manifiestan su voluntad de constituir una sociedad anónima, las siguientes personas: el Ec. Norman Cevallos ; y, y el Ing. Alvaro Bucaram, todos de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Guayaquil, de estados civil casado el primero, y soltero el ultimo **Segunda: Estatutos Sociales.-** Los accionistas fundadores han resuelto aprobar el siguiente Estatuto Social: **Artículo Primero: denominación.-** La sociedad se llama Biogenética del Ecuador Ecuabiogen S.A.- **Artículo Segundo: Objeto Social.-** La compañía se dedicara a: A) La industrialización o fabricación, importación, exportación, compra, venta, distribución, empaque,

consignación, representación y comercialización de lo siguiente: 1) De productos agroquímicos, farmacéuticos de toda clase, derivados de hidrocarburos, equipos de prospección, exploración y explotación de recursos naturales; 2) De teléfonos, cables, redes, centrales telefónicas; equipos, materiales, repuestos y accesorios de sistemas de comunicación y telecomunicaciones, así como de seguridad industrial; 3) De equipos e instrumentos médicos y quirúrgicos, medicamentos de uso de humano y animal, reactivos de laboratorio; 4) De equipo especial contra incendios, suministros para bomberos y seguridad industrial; 5) De toda clase de equipos náuticos; de implementos y equipos para la pesca y la construcción de barcos; 6) De toda clase de insumos, materiales y suministros para la industria metalmecánica, manufacturera, camaronera y agrícola; de cables, cabos, sogas, piolas; 7) De productos alimenticios para consumo humano, vegetal y animal; 8) De toda clases de productos agropecuarios, manufacturados, agroindustriales y alimenticios; 9) De computadoras e impresoras; así como sus partes, repuestos, suministros; y, todas las partes internas que las integran; así como de los medios para la conservación de información; 10) De materiales eléctricos, de ferretería; y, de construcción; 11) De productos lácteos, jugos de frutas, bebidas gaseosas, aguas minerales y aguas purificadas; 12) De ropa confeccionada y de tejidos; 13) De hielos en todas sus formas, tanto para consumo humano como para consumo industrial; 14) De toda clase de licores; 15) De artículos deportivos; 16) De implementos, útiles, y equipos de oficina, sus repuestos y accesorios; 17) De menajes de casa y de todo tipo de juguetes; 18) De maquinarias y equipos industriales de la rama metalmecánica; 19) De automotores de cualquier tipo y de maquinarias de uso agrícola; 20) De insumos para la explotación agrícola, avícola y pecuaria; 21) De joyas, bisutería y artículos conexos en la rama de joyería; 22) De artículos de bazar, perfumes y todo tipo de cosméticos; 23) De productos dietéticas, agrícolas industrialicen las ramas alimenticias, metalmecánica, textil; 24) De libros, equipos de imprenta y sus repuestos; 25) De productos de cuero; artesanías; y, de instrumentos de música. **Artículo Tercero:** El plazo de duración de la Sociedad es de 50 años contados a partir de la fecha de inscripción del presente contrato en el registro mercantil de Guayaquil. No obstante, la Junta

podrá disminuir o prorrogar este plazo previo al cumplimiento de los requisitos legales.- **Artículo Cuarto: Domicilio y nacionalidad.**- El domicilio principal de la Sociedad será la ciudad de Guayaquil, canto Guayaquil, provincia del Guayas.- **Artículo Quinto: Capital Autorizado y Suscrito.**- El capital autorizado de la compañía será de 10 millones de sucres. El capital suscrito de la Sociedad será de 5 millones de sucres dividido en 5000 acciones ordinarias y nominativas de un mil de sucres cada una.- **Artículo Sexto: Del Gobierno y la Administración de la Compañía.**- El Gobierno de la Compañía estará a cargo de la Junta General, la misma que constituye su órgano supremo. La administración de la compañía estará a cargo del Presidente y del Gerente General. **Artículo Séptimo:** La Junta General deberá ser convocada por el presidente o el gerente general de la empresa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía. Será presidida por el Presidente y actuara de secretario el Gerente General. **Artículo Octavo:** No se requerirá de convocatoria previa cuando se trate de Juntas Generales universales, de conformidad con el artículo 280. **Artículo Noveno:** Salvo disposición en contrato de la ley o del presente estatuto, las resoluciones se tomaran por simple mayoría del capital pagado concurrente. **Artículo Décimo: Representación Legal.**- la representación legal de la compañía será ejercida individualmente, por el Presidente y por el Gerente General quienes podrán ser o no accionistas y duraran 5 años en sus funciones. **Artículo Undécimo: Atribuciones de la Junta General.**- a) Asignar y remover al presidente y al gerente general b) Designar un comisario principal y uno suplente c) aprobar las cuenta y los balances d) resolver acerca de reparto de utilidades e) acordar el aumento o disminución del capital social f) autorizar la transferencia, enagenación y gravamen a cualquier titulo de los bienes de la compañía g) las demás contenidas en la ley y el presente estatuto. **Artículo Duodécimo: Del Presidente y del Gerente General.**- El Presidente y el Gerente General de la compañía tendrán las mas amplias facultades para administrarlas y ejercerán la representación legal, judicial y extrajudicial de la Sociedad. **Artículo Decimotercero:** La Compañía se disolverá por las causas señaladas en la ley de

compañías. Artículo Décimo Cuarto: En todo en lo que no se encuentre pactada en la presente la Sociedad se sujetara a lo previsto en las leyes de la República.

2.3. PROPIEDAD ACCIONARIA.

En la ciudad de Guayaquil, a los 9 días del mes de Julio, a las 10H00 en las oficinas de la compañía BIOGENETICA DEL ECUADOR “ECUABIOGEN” S.A., ubicado en la Av. Constitución y Juan Tanca Marengo, Edificio Executive Center, segundo piso, oficina # 205, de esta ciudad, se reúnen los siguientes accionistas: Sr. Ec. Norman David Cevallos Guillén, representando 2500 acciones ordinarias y nominativas de un mil sucres cada una; Sr. Jaime Isaac Cevallos Guillén representando 2000 acciones ordinarias y nominativas de un mil sucres cada una de ellas; y, Sra. Maritza Guillén Hidrovo, representando 500 acciones ordinarias y nominativas de un mil sucres cada una de ellas. Cada acción da derecho al accionista aun voto en las deliberaciones de la Junta, los mismos que comparecen por sus propios derechos y son de nacionalidad ecuatoriana. En consecuencia, se encuentra presente en esta Junta las 500 acciones ordinarias y nominativas que constituyen el Capital Social de la Compañía que es de s/ 5 000.000 de sucres. Preside la Junta el Sr. Ing. Jaime Isaac Cevallos Guillén y actúa como Secretario el Sr. Ec. Norman David Cevallos Guillén en calidad de Gerente General de la misma, quien elabora la lista de los accionistas presentes con indicación del valor de sus acciones y el número de votos que les corresponden, dejando constancia que se encuentra completo el quórum de instalación de la Junta.

Biogenética del Ecuador consta de un capital social de US \$1000 dividido en mil acciones ordinarias y nominativas de un dólar cada una.

Los accionistas son:

Ec. Norman Cevallos	500 acciones
Ing. Jaime Cevallos	400 acciones
Sra. Maritza Guillén	100 acciones

2.4. CONVERSION DE CAPITAL SOCIAL

CONVERSION DE CAPITAL SOCIAL, ELEVACION DEL VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES, AUMENTO DE CAPITAL SOCIAL SUSCRITO, FIJACION DE CAPITAL AUTORIZADO, Y DE REFORMA PARCIAL DE LOS ESTATUTOS SOCIALES DE LA COMPAÑÍA BIOGENETICA DEL ECUADOR S.A..

CUANTIA

CAPITAL SUSCRITO: US\$ 1.000.00

CAPITAL AUTORIZADO: US\$ 2.000.00

En la ciudad de Guayaquil, cabecera cantonal del mismo nombre, Provincia del Guayas, República del Ecuador, hoy dieciséis de Septiembre del año dos mil cuatro, ante mí. **Doctor Rodolfo Pérez Pimentel**, Notario Publico Titular Decimo Sexto de este Cantón, comparece: el señor **Norman David Cevallos Guillen**, quien declara ser ecuatoriano, de estado civil casado, de profesión Economista, en su calidad de **GERENTE GENERAL** y Representante Legal de la Compañía **BIOGENÉTICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.**, según consta del nombramiento debidamente aceptado e inscrito que se adjunta en esta Escritura como documento habilitante y debidamente autorizado por la Junta General Universal y Extraordinaria de Accionista, celebrada el día nueve de Julio del año dos mil cuatro.- El compareciente es mayor de edad, domiciliado en esta ciudad de Guayaquil, capaz de obligarse y contratar a quien de conocerlo doy fe.- Bien instruido en el objeto y resultados de esta escritura a la que procede con amplia y entera libertad para su otorgamiento me presenta la minuta que es del tenor siguiente: **SEÑOR NOTARIO**.- En el Registro de Escrituras Publicas a su cargo, sírvase autorizar e incorporar una de **CONVERSION DE CAPITAL SOCIAL**,

ELEVACION DEL VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES, AUMENTO DE DE CAPITAL SOCIAL SUSCRITO, FIJACION DE CAPITAL AUTORIZADO, Y REFORMA PARCIAL DE LOS ESTATUTOS SOCIALES de la Compañía **BIOGENÉTICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.**, la misma que se otorga al tenor de las siguientes cláusulas: **CLÁUSULA PRIMERA: INTERVINIENTE.-** Interviene en este acto el Señor Economista **NORMAN DAVID CEVALLOS GUILLEN**, de nacionalidad ecuatoriano, en su calidad de **GERENTE GENERAL** y Representante Legal de la Compañía **BIOGENÉTICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.**, según consta del nombramiento debidamente aceptado e inscrito que se adjunta en esta Escritura como documento habilitante y debidamente autorizado por la Junta General Universal y Extraordinaria de Accionista, celebrada el día nueve de Julio del año dos mil cuatro, con domicilio y residencia en esta ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas, con capacidad jurídica para celebrar toda clase de actos y contratos, cuya copia del Acta Certificada también se adjunta como documento habilitante.- **CLAUSULA SEGUNDA: ANTECEDENTES.- a).- BIOGENÉTICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.**, se constituyó mediante Escritura Pública otorgada por el Notario Titular Vigésimo Primero del Cantón Guayaquil, Abogado Marcos Díaz Casquete, el día veintiocho de Diciembre de mil novecientos noventa y ocho, la misma que fue inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Guayaquil, el día veintiséis de Enero de mil novecientos noventa y nueve, con un Capital Social Inicial de **CINCO MILLONES DE SUCRES**, dividido en **CINCO MIL ACCIONES** ordinarias y nominativas de **UN MIL SUCRES** cada una de ellas, que es el capital actual; y, **b).** En sesión de Junta General Universal y Extraordinaria de Accionistas de la Compañía **BIOGENÉTICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.** celebrada el día nueve de Julio del año dos mil cuatro, resolvió por unanimidad entre otros puntos, los siguientes: **UNO.-** Aprobar la **CONVERSION DEL CAPITAL SOCIAL DE LA COMPAÑÍA DE SUCRES A DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA; DOS.-** Aprobar la **ELEVACION DEL VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES DE CUATRO CENTAVOS DE DÓLAR A UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA; TRES.-** Aprobar el Aumento

del Capital Social Suscrito de la Compañía, la Suscripción de nuevas Acciones, la forma de pago y establecer el **CAPITAL AUTORIZADO** de la Compañía; **CUATRO.-** Aprobar la Reforma Parcial de los Estatutos Sociales de la Compañía en lo que se refiere al **CAPITAL**; y, **CINCO.-** Autorización al **GERENTE GENERAL** de la Compañía, señor Economista **NORMAN DAVID CEVALLOS GUILLEN**, para la suscripción de la Escritura de **CONVERSION DE CAPITAL SOCIAL, ELEVACION DEL VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES, AUMENTO DE CAPITAL SOCIAL SUSCRITO, FIJACIÓN DE CAPITAL AUTORIZADO, Y REFORMA PARCIAL DE LOS ESTATUTOS SOCIALES.** Que como consecuencia de la **CONVERSION DE CAPITAL SOCIAL, ELEVACION DEL VALOR NOMINAL E LAS ACCIONES, AUMENTO DE CAPITAL SOCIAL SUSCRITO, FIJACIÓN DE CAPITAL AUTORIZADO, Y REFORMA PARCIAL DE LOS ESTATUTOS SOCIALES,** se reforma el **ARTICULO QUINTO,** atinente al **CAPITAL** de la Compañía y se autoriza al **GERENTE GENERAL** de la misma para que se otorgue y suscriba la correspondiente Escritura Pública en los términos establecidos en dicha Junta General. Acta que se agrega e incorpora a la presente Escritura Pública como documento habilitante.- **CLAUSULA TERCERA: DECLARACIONES.-** Con los antecedentes expuestos en la Cláusula anterior, el compareciente señor Economista **NORMAN DAVID CEVALLOS GUILLEN**, por los derechos que representa en su calidad de **GERENTE GENERAL** de la Compañía **BIOGÉNÉTICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.** declara: **UNO** Que se aprueba la Conversión del Capital Social de la Compañía de sucres a dólares de los Estados Unidos de América, de tal modo que siendo de CINCO MILLONES DE SUCRES, dividido en cinco mil acciones ordinarias y nominativas de un mil sucres cada una, en virtud de la **CONVERSION** pasa a ser de DOSCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, dividido en CINCO MIL acciones ordinarias y nominativas de CUATRO CENTAVOS DE DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA cada un; **DOS.-** Que se elevó el valor nominal de las acciones de CUATRO CENTAVOS DE DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, A UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA; **TRES.-** Que el Capital Social Suscrito de la Compañía ha sido

aumentado en la cantidad de **OCHOCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA** cada una de ellas, de manera que el nuevo **CAPITAL SOCIAL SUSCRITO** de la misma sea de **UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA** cada una de ellas, de manera que el nuevo **CAPITAL SUSCRITO** de la misma sea de **UN MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**, dividido en **MIL ACCIONES** ordinarias y nominativas de **UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA** cada una de ellas; **CUATRO.-** Que se fija el nuevo **CAPITAL AUTORIZADO** en la suma de **DOS MIL DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**; **CINCO.-** Que las **OCHOCIENTAS** nuevas acciones ordinarias y nominativas de **UN DÓLAR DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA** cada una de ellas, han sido suscritas y pagadas en la forma que consta en Acta de Junta General Universal y extraordinaria de Accionista de la Compañía **BIOGENÉTICA DEL ECUADOR S.A.**, celebrada el día nueve de Julio del año dos mil cuatro; **SEIS.-** Que como consecuencia de lo anterior queda reformado el **ARTICULO QUINTO**, atinente al **CAPITAL** de la Compañía **BIOGENETICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.**, en la forma establecida en el Acta General Universal y Extraordinaria de Accionista de fecha nueve de Julio del año dos mil cuatro; y, **SIETE.-** Yo, Ingeniero Comercial **NORMAN DAVID CEVALLOS GUILLEN**, de nacionalidad ecuatoriana de estado civil casado, en mi calidad de **GERENTE GENERAL** de la Compañía **BIOGENÉTICA DEL ECUADOR ECUABIOGEN S.A.**, ante usted y dentro del tramite de **CONVERSION DE CAPITAL SOCIAL, ELEVACION DEL VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES, AUMENTO DE CAPITAL SOCIAL SUSCRITO, FIJACION DE CAPITAL AUTORIZADO, Y REFORMA PARCIAL DE LOS ESTATUTOS SOCIALES** de mi representada, **DECLARO BAJO JURAMENTO** sobre la correcta integración del aumento de Capital en los términos acordados en la Junta General Universal y Extraordinaria de Accionistas de fecha nueve de Julio del año dos mil cuatro, cuya Acta Certificada consta incorporada como documento habilitante; así mismo declaro que mi representada **NO MANTIENE CONTRATACION PÚBLICA NI DEUDA PENDIENTE CON NINGUNA INSTITUCION DEL ESTADO.** Dejo constancia que el pago del Aumento de

Capital esta registrado e ingresado en la Contabilidad de la Compañía en un cien por ciento, en la forma que consta en el Acta de Junta General Universal y Extraordinaria de Accionistas de fecha nueve de Julio del año dos mil cuatro.

CAPITULO III

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

3.1. HISTORIA DEL NEGOCIO.

A fines del año de 1998, se decide arrancar con un proyecto que había sido analizado con meses de anticipación. Inicialmente, fue un negocio paralelo para los accionistas manejando muy pocas cuentas, que así mismo requerían poco tiempo de trabajo.

Fue a fines del año 2001 que se decide estructurar la empresa con una visión de negocio productivo ante lo cual se nombra un Gerente de Ventas, se contrata oficina y se inicia un proceso de visitas a posibles clientes y publicidad a través de correo directo y páginas amarillas. Todo esto empieza a rendir frutos a corto plazo, lo cual obligo a ingresar nuevo personal, adquisición de nuevos equipos y compra de vehículos. A partir de este momento, la decisión interna fue buscar la excelencia en el servicio para que nuestros clientes sean nuestra mejor publicidad, lo cual se dio hasta un cierto punto, es decir, estaba limitado al entorno que nos estábamos desarrollando que era doméstico.

Luego de este primer paso, se tomo la decisión de ingresar en el mercado de la construcción, realizando trabajos preventivos contra la termita subterránea, el cual nos tomo menos tiempo de lo esperado. Esto nos obligó a buscar nuevos clientes, esta vez en el área comercial de alimentos, supermercados, comisariatos, que es actualmente en el medio donde más nos desenvolvemos y que consideramos es el cliente más exigente para el servicio de control de plagas. Crecer en este

segmento es lento y de atención constante al cliente, pero consideramos que de tener satisfechos a los mismos permite ganarse un gran espacio en el mercado, ya que todas las empresas de control de plagas atienden esta actividad por lo que es donde todos somos evaluados y el premio al mejor servicio es el incremento de locales comerciales alimenticios.

Durante el proceso de crecimiento de la empresa, nos dimos cuenta de espacios en nuestros horarios que permitían atender nuevos segmentos de mercado y es en ese momento que apuntamos a la parte portuaria y naviera, donde hemos crecido modestamente y consideramos que existe un mercado importante por conquistar.

Hoy, luego de diez años de creación de la empresa, considero ha crecido en forma moderada pero sostenida y se esta logrando que el nombre comercial de ECUABIOGEN sea relacionado directamente con calidad, por lo que pienso es el momento oportuno de cosechar lo logrado en estos años, y pensar en crecer fuera de la provincia del Guayas, en este caso específico contar con presencia directa en Manta provincia de Manabí.

3.2. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVO DE LA EMPRESA.

Misión.

Controlar las plagas de la manera más eficiente, generando el menor impacto ambiental al ser humano y al medio ambiente.

Visión.

Ser la mejor opción del cliente a través de un servicio de alta calidad.

Objetivo.

Lograr la satisfacción total de nuestros clientes, sin afectar la salud de las personas ni dañar el medio ambiente y lograr el crecimiento constante de todo el personal de nuestra empresa.

3.3. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA EN GENERAL Y DEL NEGOCIO EN PARTICULAR.

El servicio de control de plagas no es una industria en si mismo, pero está ligado directamente a la industria de pesticidas, de equipos de seguridad industrial y de equipos de aplicación como son bombas de distintos tipos.

La estructura del negocio está dividida básicamente en tres grandes partes, que son:

- **Ciente:** que a su vez pueden provenir de distintas actividades como son, la industria, comercio, turismo, construcción, portuario y doméstico, siendo todos y cada uno de ellos sumamente importantes. Es importante acotar que éstos deben ser atendidos de distinta manera, ya que sus exigencias en cuanto al trabajo son distintas.

Por poner un ejemplo, un control en un supermercado debe ser realizado en tiempo muy corto por cuanto éste se lo realiza siempre al final de la jornada y el personal del establecimiento como es lógico está agotado y desea retirarse a descansar, en cambio en los trabajos en casas, el cliente por lo general espera que se dedique más tiempo del necesario.

- **Empresa de control de plagas:** debe seleccionar proveedores de los distintos productos y equipos que se utilizan para brindar siempre lo mejor a los clientes. Debe tener claro los conceptos de atención al cliente, ser

sumamente serio y responsable en cuanto a los productos y métodos que se utilizan durante el proceso.

- **Proveedor:** en la actualidad existen proveedores de distinta procedencia, pero sin desmerecer producto alguno, preferimos trabajar con empresas reconocidas y con representantes en nuestro País, ya que inclusive nos brindan soporte técnico y nos mantienen informados sobre innovaciones en la industria de pesticidas.

En cuanto a la estructura particular del negocio, podríamos definirla como de una estructura liviana de mucha versatilidad en cuanto a labores, ya que el personal de la empresa se ha involucrado de tal manera que siente a la empresa como propia y trata de aportar a ella en lo que más pueda.

Esta se compone de:

- **Área administrativa:** en Guayaquil esta conformada por cuatro personas, que manejan la parte contable, financiera y comercial. En Manta esta área estaría conformada por dos personas. También contamos con asesoría externa para dosificación y aplicación de pesticida, como también en entomología, que darían soporte a la sucursal.
- **Área operativa:** contamos con dos supervisores que son responsables de la correcta ejecución de los trabajos y de la seguridad del personal. Contamos con seis aplicadores, responsables de realizar los trabajos divididos en tres equipos de dos personas cada uno, los cuales cuentan con un vehículo, una bomba ULV, una bomba fogger, dos bombas mochila grande, una bomba de presión constante pequeña y los respectivos uniformes y equipos de seguridad. Estos equipos la mayor parte del tiempo trabajan por separado, pero dependiendo la magnitud del trabajo pueden juntarse dos de ellos y en ciertos casos los tres. En el caso de la sucursal

de Manta contaríamos con un supervisor y dos aplicadores, los cuales tendrán a su cargo equipos de las mismas características de los utilizados en Guayaquil.

3.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.

La empresa como producto tiene una serie de cualidades en el área de control de diversas plagas como son: utilización de productos y equipos de última generación, ya que el servicio que se da busca brindar soluciones para acabar con el problema de raíz, nos referimos a tratar el problema desde las causas para actuar preventivamente y evitar en lo posible realizar tratamientos correctivos.

Entre las cualidades anteriormente mencionadas, es sin duda la seriedad de la empresa, el servicio oportuno, eficaz, con personal responsable y preparado, además el cuidado permanente de las personas y el medio ambiente, lo que marca la diferencia con la competencia.

Se considera que el no escatimar recursos en insumos de calidad, seguridad de nuestro personal y del cliente, utilización de equipos adecuados y preparación correcta, dan como resultado un buen servicio, que es lo que estamos pretendiendo brindar en la provincia de Manabí.

Para el levantamiento de información, se contara con 4 personas dedicadas a realizar las encuestas programadas en los sectores naviero, comercial, industrial, residencial, cuyos resultados deberán darnos la información que determine los problemas atender y en que área se debe enfocar la principalmente la empresa.

3.5. ANÁLISIS FODA.

Fortalezas.

Una fortaleza es la seriedad con la que el cliente percibe a la empresa. Una empresa seria lo que proyecta es confianza, honestidad y de tener esta dos cualidades más la calidad de los productos, personal responsable y preparado, da como resultado un gran servicio, que es en lo que hay que trabajar constantemente para que el servicio no decaiga y se mantenga óptimo en el tiempo.

Oportunidades.

El medio de Manta hasta el momento ha sido considerado como un cliente marginal, pero nosotros creemos que existe la oportunidad cierta de convertirlo en un cliente potencial.

Al momento de exportar, los países destinatarios van a exigir que los productos tengan un historial de que han sido cuidadosamente manejados con un alto grado de asepsia, como que las plantas procesadoras han sido tratadas constantemente por empresas que le controlen los diferentes tipos de plagas. Esta es una oportunidad que tiene Biogenética del Ecuador frente a la competencia, pero es allí cuando la empresa tiene que ver como llegar a estos clientes de forma diferenciada, ya que la empresa cuenta con auditores HACCP (análisis y control de puntos críticos), que es una exigencia la aplicación de este sistema para todas las plantas exportadoras a USA y Europa, con lo cual estos mercado minimizan toda posible contaminación de los productos alimenticios.

Debilidades.

Una debilidad se considera la falta de cultura con respecto a la necesidad de este servicio, ya que es una ciudad en la que prácticamente no hay muchas empresas que se dediquen a esto.

Otra debilidad puede ser el no reconocimiento de la marca en esta región, lo que dificulta el inicio de operaciones.

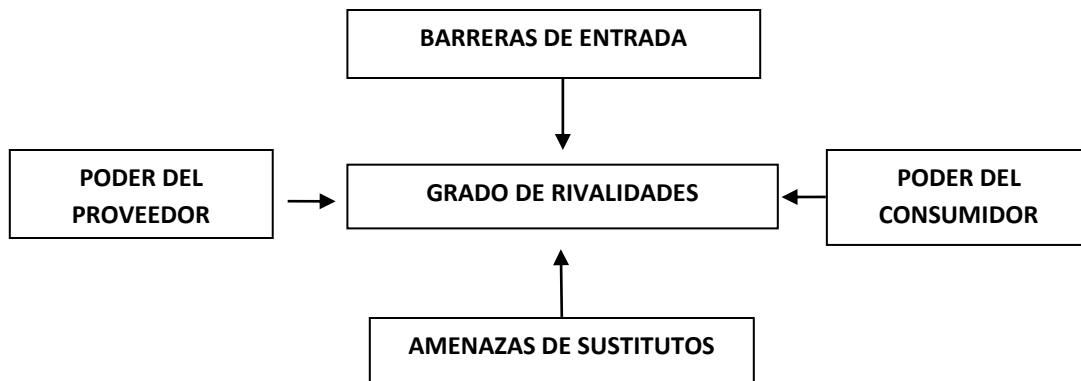
Amenazas.

La principal amenaza de empresa prestadora de servicios es no cumplir con las expectativas de los clientes y para minimizar este riesgo es necesario tomar todas las precauciones que el caso amerita.

Otra amenaza a considerar en el medio es que gran parte del mercado es manejada por relaciones de amistad o familiar, situación que es propia de ciudades pequeñas donde todo el mundo se conoce.

3.6. CINCO FUERZAS DE PORTER.

Este método fue desarrollado con el fin de descubrir qué factores determinan la rentabilidad de un sector industrial y de sus empresas. Existen 5 diferentes tipos de fuerzas que marcan el éxito o el fracaso de un sector o de una empresa.



1. AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.

Actualmente existe una competencia en el medio que maneja precios muy bajos debido a su pobre infraestructura, lo cual complica inicialmente llevar este servicio a un nivel más empresarial que implica el manejo de la venta, el servicio, la postventa y la respectiva garantía que es la mayor fortaleza que brinda nuestra empresa en el mercado. Somos conscientes que una vez superado este problema de precios trataran de ingresar al mercado nuevos competidores con la consabida guerra de precios que se genera cuando se pretende obtener parte de un mercado.

Debido a la experiencia existente, la mayoría de empresas que han ingresado han tenido una vida muy corta o se han limitado atender a los mercados domésticos, ya que para permanecer en el mercado se requiere entrar en mayores inversiones y contar con profesionales de muy alto nivel en esta área.

2. LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.

Considero que la competencia en el Puerto de Manta debe ser observada desde un punto de vista distinto al convencional , esto quiere decir, que el rival a vencer no son las empresas prestadoras de este servicio, sino la cultura existente en el

medio con respecto al servicio de control de plagas, ya que existe poca consciencia de los daños que ocasionan las plagas cuando se salen de control, pero debido a las tendencias existentes no va a demorar el momento en que se exijan a través de las autoridades respectivas controles periódicos de plagas en negocios que brinden servicio de alimentación, hospedaje, elaboración de alimentos, entre otros.

En el caso específico de ECUABIOGEN, se maneja un principio muy claro que es el de prestar el mejor servicio posible y que al cliente se lo pierde cuando no se lo atiende correctamente, y no promocionar nuestro servicio a través de precios bajos, sino a través de calidad garantizada.

3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES.

Los proveedores de pesticidas, equipos de seguridad industrial y de aplicación de pesticidas son empresas muy grandes y sus clientes más fuertes están en el sector agrícola, siendo para ellos el mercado de control de plagas urbanas poco representativas en sus niveles de facturación, por lo que no admite posibilidad de mejorar precios por volúmenes de compra. En nuestro caso, hemos logrado la obtención de crédito que bien manejado es un beneficio para la empresa.

Consideramos a los proveedores locales un socio muy importante para el desarrollo de nuestra actividad.

Con respecto a proveedores internacionales estos son más grandes aun y la única opción de beneficio es aprovechar las promociones de precios que realizan continuamente.

4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES.

El poder de negociación de nuestros clientes radica en el abanico de opciones con servicios de precios bajos que están disponibles en el mercado y que usualmente el cliente lo utiliza para obtener descuentos significativos en la contratación del servicio, ya que existen empresas muy pequeñas que llegan a ofrecer sus servicios hasta por una tercera parte del valor del mercado. Esto logra que ciertos clientes prueben estas opciones y existen muchas empresas que han accedido a esta guerra de precios, lo cual no sucede en nuestro caso.

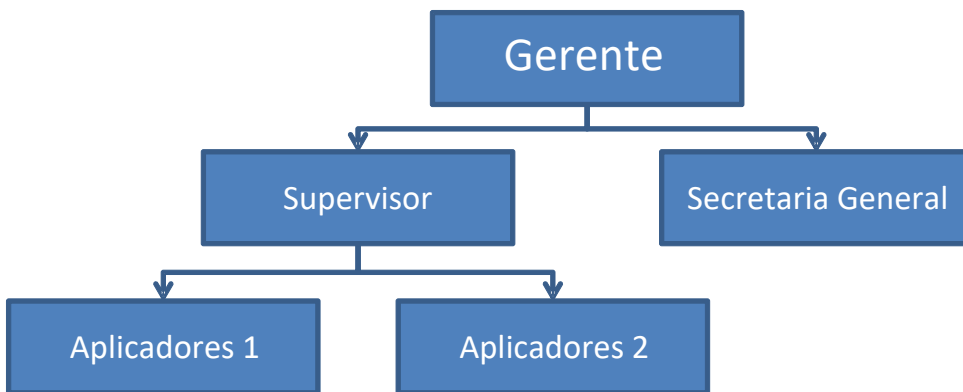
5. AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Desde hace algunos años han tratado de ingresar empresas ofreciendo productos 100% libre de químicos y han cautivado inicialmente al cliente. A muy corto plazo estos clientes han vivido un desencanto, ya que hasta el día de hoy no es posible realizar esta actividad sin la utilización de pesticidas 100% libres de químicos, por lo que aun los países más desarrollados en cuanto a protección ambiental los permiten, pero con exigencias muy fuertes con respecto a su nivel de residualidad y el impacto al medio ambiente, razón por la que los procesos el día de hoy deben ser considerados **amigables con el medio ambiente**. Esperamos que a muy corto plazo se logre obtener pesticidas 100% libres de químicos y de alta eficiencia.

CAPITULO IV

EQUIPO GERENCIAL

4.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



4.2. FUNCIONES.

A continuación se especifican las distintas funciones que cumplen los diferentes funcionarios de la empresa, no sin antes anotar, que al momento no existe un manual de funciones, que debe ser elaborado considerando la cultura empresarial existente hasta el momento en la empresa, que considera una flexibilidad en cuanto a las funciones que cada persona desempeña. Esto con la intención de preparar a todos y cada uno en distintas funciones, ya que consideramos que ninguna ausencia puede detener el normal desenvolvimiento de la empresa.

La junta de accionistas se reúne una vez al año y tiene entre sus responsabilidades el evaluar el desenvolvimiento de la empresa en relación a las metas fijadas, evaluar resultados económicos, y plantear los nuevos objetivos, tanto en la parte económica como en bienestar del personal.

- **Gerente:** es responsable absoluto de la ejecución de todas las políticas y objetivos de la empresa y del cumplimiento de los presupuestos anuales. Debe dar un informe anual frente a los accionistas para explicar la operación anualizada, además de presentar nuevos proyectos relacionados con la actividad. Es responsable del manejo de todos los recursos de la empresa, tanto humano, económico y de tiempo.

- Se hace cargo de la operación en la Provincia de Manabí. Entre sus principales competencias está el de manejar la parte administrativa y comercial.

- **Secretaria General:** responsable del manejo de la información emitida y recibida de la empresa, además de mantener vigente todo tipo de autorización de funcionamiento y la información oportuna a los clientes de los vencimientos de garantía y las nuevas fechas de refuerzos.

- **Supervisor:** es el responsable de cumplir los cronogramas establecidos previamente con nuestros clientes, además de controlar la calidad del trabajo en los momentos de realizarlos. Tienen como obligación primordial controlar que el personal cumpla con todas las medidas de seguridad, tanto en la utilización de los equipos de seguridad, como en evitar todo tipo de contaminación cruzada que pueda darse.

- **Aplicadores:** consiste en un aplicador y un ayudante por grupo. Este ayudante será contratado dependiendo las necesidades, es decir cuando el aplicador requiera ayuda. También son responsables de ejecutar los procesos de control de plagas a los clientes fijos u ocasionales, para lo cual deben observar todas las normas de seguridad industrial y así evitar todo tipo de accidente o incidente. Son responsables de mantener en perfecto estado técnico y limpieza de los vehículos, equipos y uniformes.

4.3. EXPERIENCIA PREVIA DE LOS MIEMBROS DEL EQUIPO GERENCIAL.

Debido al tamaño, la empresa cuenta al momento con una sola persona a nivel gerencial, el Ing. Jaime Cevallos, cuya experiencia detallamos a continuación:

- Jefe de turno en DAN QUIMICA Manabí.
- Asistente de gerencia técnica en Sergio Pérez Valdez (trituration y asfalto).
- Subgerente de SETECSA.
- Gerente de servicio de EICA.
- Gerente de ventas de EICA.

Como asesor técnico esta el Sr. Norman Cevallos Guillen, que tiene un Bachelor en Food and Resorts Economics en la Universidad de Florida en los Estados Unidos, y ha estado relacionado directamente en el mercado de agroquímicos por 23 años, habiendo ocupado los siguientes cargos:

- Gerente de producto de DOWCHEMICALS para Ecuador.
- Gerente comercial de FARMAGRO (cargo actual).

4.4. CULTURA EMPRESARIAL.

Durante los años de existencia de esta empresa se ha buscado incansablemente establecer ciertos principios como norma de conducta cotidiana, como son:

- **Honradez:** incluye esto la seriedad para cumplir compromisos con nuestros clientes y en los procedimientos para mantener en alto el nombre de la empresa.
- **Puntualidad:** los compromisos que adquirimos con nuestros clientes deben ser atendidos en los horarios pactados. Puede esperar nuestro personal, más no nuestro cliente.
- **Verdad:** nuestro personal está obligado a no mentir en ninguna situación por que consideramos que de hacerlo, deterioraría tanto a la persona como la empresa.
- **Imagen:** en todas las distintas áreas de la empresa se exige que nuestro personal, equipos e infraestructuras se mantengan limpios y bien presentados, no aceptando justificación alguna para quien no lo haga.

Todos estos principios señalados anteriormente, han permitido tener un crecimiento moderado pero continuo y a su vez afrontar las amenazas del mercado, ya que la disciplina genera ventajas. Es necesario recalcar que ante estos principios no existe tolerancia dentro de la empresa.

La forma en que se ha llegado a que nuestros colaboradores hayan aceptado e incorporado estos principios en su vida es que ellos han sentido la empresa como

propia, ya que cuando han vivido necesidades urgentes o han querido satisfacer necesidades reprimidas, la empresa dentro de sus posibilidades los ha atendido más allá de sus expectativas.

Existe un mensaje muy claro para todo el personal que es que todos están obligados a tomar decisiones, para lo cual se ha preparado al personal de tal manera que no afecte el normal funcionamiento de la empresa la ausencia de una persona.

CAPITULO V

ANÁLISIS DE MERCADO

5.1. ESTUDIO ESPECÍFICO DEL MERCADO.

En el caso específico del mercado de Manta debemos analizarlo partiendo de las actividades económicas más importante de esta ciudad, las cuales después de realizar un estudio en el cual se considera la incidencia por actividad en la economía local llegamos a la conclusión que en orden de importancia son:

- **Naviera y portuaria:** en este sector encontramos toda la flota pesquera de atún, pesca blanca, sardineros, camareros, de transportes de combustible, de cabotaje, y de turismo. Estas embarcaciones se mantienen en constante proceso operativo, lo cual implica estar fuera de puerto en su faena de pesca por varios días, dependiendo de la capacidad de autonomía de las embarcaciones. El permanecer en mar abierto obliga a llevar provisiones para el periodo de pesca, siendo parte fundamental el llevar suficiente alimento para satisfacer las necesidades de este orden para la tripulación, dentro de los alimentos hay aquellos que se conservan en refrigeración y los que simplemente son conservados a temperatura ambiente que son los mas propicios atraer los distintos tipos de plagas, por lo que éste es un problema común en todas las embarcaciones. Además, la tripulación requiere de los otros servicios vitales como son; la limpieza diaria que genera los concebidos desechos orgánicos que también son gran atractante de las plagas. Por lo expuesto, estas embarcaciones una vez que arriban a puerto deben realizar las distintas labores propias de la actividad como son; descarga de la pesca, retiro de residuos orgánicos e inorgánicos, limpieza profunda, control de plagas, y luego las labores para

reiniciar su viaje para las nuevas faenas de pesca, es decir, aprovisionarse de alimento, combustibles y otros.

- **Portuaria:** es importante recalcar que por ser el punto de partida y de llegada de todas las embarcaciones de Manta se mantiene en proceso continuo de actividad que a su vez genera gran cantidad de desechos orgánicos e inorgánicos, que a su vez atraen a los distintos tipos de plagas propias de nuestro clima, lo cual obliga que se realice un manejo integrado de plagas para poder garantizar un ambiente adecuado para los clientes del puerto que traen alimento al granel, como el trigo, o los clientes que exportan sus productos como atún, sardinas, y además de asegurar un ambiente óptimo de trabajos para las miles de personas que ingresan al puerto continuamente.
- **Industrial alimenticia:** Manta tiene la mayor capacidad instalada de planta procesadoras del producto del mar, esto como consecuencia lógica de ser el principal puerto marítimo pesquero del País. Estas industrias tienen distintos tipos de procesos yendo desde el simple filetear hasta el proceso de enlatados, que en cualquiera de los casos es un gran generador de residuos orgánicos que generan olores muy fuertes y se vuelven (un manjar para las plagas). En un 80% aproximadamente estas industrias producen para el mercado de exportación el cual mantiene normas muy rígidas para procurar la inocuidad de los productos alimenticios, debiendo pasar auditoría internacionales para poder calificarlas como cumplidora de las normas HACCP que es un sistema con el cual se evita toda posible contaminación de los alimentos, dentro de sus normativas este procedimiento exige que debe realizarse un manejo integrado de plagas (MIP) con empresas calificadas en el medio, además que prohíbe el mantener cualquier tipo de pesticidas dentro de las instalaciones industriales, convirtiendo la responsabilidad del manejo y el almacenamiento de estos productos para la empresa de control de plagas.

- **Turística:** esta actividad en el medio genera mucha mano de obra, ya que se han creado nuevos centros turísticos alrededor de Manta mas que nada en la zona sur y esta actividad requiere manejarse dentro de parámetros muy altos de asepsia, ya que el futuro de un establecimiento turístico depende de la satisfacción de los clientes. Es por esto que tanto hoteles, hosterías, restaurants, bares, están obligados a mantener su ambiente libres de plagas. Es necesario indicar que se estima que al puerto de Manta ingresen entre sesenta mil turistas entre nacionales y extranjeros.⁸

- **Comercial alimenticia:** además del cliente que normalmente hace sus compras semanales en las distintos supermercados de la localidad, existe un gran movimiento de víveres que se adquieren para la gran flota pesquera existente en este puerto, lo que obliga a los comercializadores de alimentos a manejar gran inventario, lo que convierte a este sector en un consumidor continuo al servicio de control de plagas, para evitar el deterioro en los alimentos y todo tipo de enfermedad que pueda ser transmitida a través de distintos tipos de plagas.

- **Domiciliaria:** En Manta esta claramente identificado los lugares residenciales de clase media alta, quienes mantienen residencias de tamaños considerables y por lo general tienen, algún tipo de mascota que por lo general trae consigo distintos tipos de plagas. Además, no existe una recolección de basura diaria lo que obliga a mantener la basura por periodos mayores a los recomendados volviendo los hogares en ambiente propicio para el desarrollo de plagas domesticas.

⁸ <http://archivo.eluniverso.com/2007/11/03/0001/12/B72D8818D1C5468C9C5D404D9ED10A14.aspx>
Nombre del Artículo: El nuevo auge turístico tiene 10 años en Manta. Autor: Xavier Ramos por eluniverso.com

5.2. DESCRIPCIÓN DE LAS REGIONES, SEGMENTOS O NICHOS.

Manteniendo una presencia en la ciudad de Manta se tratara de atender básicamente dos regiones, que serian:

- Portoviejo y sus alrededores, entendiéndose las distintas industrias que existen en las afueras de Portoviejo, así como la infraestructura turística del balneario de Crucita.
- Manta y sus alrededores incluyen la parte industrias que están vía Montecristi, parque industrial vía los Esteros, la parte turística del Aromo, Santa Marianita, San Lorenzo.

Los segmentos quedarían claramente definidos en las cuatro grandes actividades mencionadas en el primer capítulo que son:

- Naviera y Portuaria.
- Industrial Alimenticia.
- Turística.
- Comercial Alimenticia.
- Domiciliaria.

5.3. MERCADO OBJETIVO, NICHOS DE MERCADOS Y BLOQUES DE COMPRADORES.

El mercado objetivo es todo el relacionado a la actividad pesquera, que en realidad el 80 % de la economía en Manta gira alrededor de esta actividad, la cual genera ingresos por 300 millones de dólares al año, y es así mismo la que

demanda la mayor parte de bienes y servicios, dentro de los cuales se encuentra el de control de plagas en las distintas etapas del sector de la pesca.⁹

Existen ciertos nichos de mercado que están por ser desarrollados, casas y negocios que no acostumbran a realizar trabajos contra las plagas, pero que en corto plazo serán clientes de este servicio debido a que el calentamiento global vuelve a nuestro medio un lugar propicio para el desarrollo de distintas plagas, además de exigencias a las empresas de alimentos, que en su intención de mantener inicuo sus productos inevitablemente tendrán que realizar control de plagas en forma periódica entrando en lo que se conoce como programa de manejo integrado de plagas que involucra a la empresa que brinda el servicio en cuestión y al cliente, teniendo como intención principal con este programa anticiparse a el desarrollo de plagas en el área seleccionada, así como determinar procedimientos de mejora en la infraestructura, y establecer procedimientos con respecto a manejo de desechos, almacenamiento de materia prima, y demás actividades que puedan generar el desarrollo de plagas en la empresa.

5.4. INVESTIGACION DE MERCADO, ENCUESTAS Y RESULTADOS.

Esta encuesta se realizó en Manta una muestra de 60 personas que considero nos da una pauta de la situación actual con el respecto al servicio; dividido en diferentes sectores como son; el Residencial, Comercial, Industrial y Naviero. Cuenta con 7 preguntas que son de suma importancia para la empresa, en la cual arroja como resultado lo siguiente; el 80% de las personas han detectados algún tipo de plagas en su entorno y en su mayoría son las cucarachas, moscas, mosquitos, hormigas, ya sea en cualquiera de estos 4 sectores. Con respecto a la solución que las personas decidieron tomar fue del 80% por si mismo y tan solo el

⁹ <http://archivo.eluniverso.com/2007/11/03/0001/12/B72D8818D1C5468C9C5D404D9ED10A14.aspx>
Nombre del Artículo: El nuevo auge turístico tiene 10 años en Manta. Autor: Xavier Ramos por eluniverso.com

20% por contrato a servicio especializado, lo cual dio como resultado tan solo un 10% de satisfacción sobre el servicio. Una pregunta que refleja una buena oportunidad para la empresa, es que un 80% de personas consideran necesario realizar controles preventivos para plagas ya sea en su domicilio o negocio. La pregunta con la que culmina la encuesta trata de si las personas estarían interesadas en contratar servicios profesionales y la conclusión es que un 70% estarían dispuestos a optar por este servicio.

Dado a las encuestas realizado puedo observar que el problema de las plagas es un mal común en nuestro medio y esto me da la certeza que de realizar bien las cosas desde un comienzo, los frutos saldrán a la vista.

5.4.1. La Encuesta

Con el objetivo de detectar cuales son los requerimientos, niveles de edad, gustos y preferencias del cliente potencial, se elaboró una encuesta – servicio orientado a la población de los estratos medio, medio alto y alto que promedian 110.000 personas, de ellos se supone que un 20% usará nuestro servicio.

La muestra será seleccionada mediante la aplicación del método del muestreo aleatorio simple de una población¹⁰:

$$n = \frac{1}{\frac{N-1}{N n_0} + \frac{1}{N}}$$
$$n_0 = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Donde:

N es el tamaño de la población.

10.L. Vargas. Marketing, pag 203

- p es la estimación a priori del porcentaje que se quiere estimar. Cuando no se tiene estimaciones previas se recomienda utilizar $p=0,5$ ya que da el tamaño de muestra más grande posible, dado un conjunto de parámetros determinados.
- d es el error de diseño aceptado. Generalmente se usa 0,05, es decir, el porcentaje real estaría 5 puntos porcentuales por debajo o por encima de la estimación obtenida.
- z es el valor de una variable distribuida normal estándar tal que la función de probabilidad acumulada en ese punto es $F(z) = 1 - \alpha/2$. Usando un nivel de confianza de 90%, $\alpha = 0,1$ y z sería 1,64.

Aplicando la formula, se puede establecer que haremos 60 entrevistas. Hemos decidido, según el mercado al que estaremos dirigidos, hacer 10 encuestas al sector residencial, 10 al industrial, 20 al comercial y 20 al sector naviero

Encuesta sobre servicios de control de plagas.

Favor contestar las siguientes preguntas:

Recordamos que esta encuesta es anónima.

Sector: ___ Residencial ___ Comercial ___ Industrial ___ Naviero

1) Ha detectado algún tipo de plaga en su residencia o negocio?

- Si
- No
- Alguna vez

2) Que tipo de plaga ha detectado?

- Moscas
- Mosquitos
- Cucarachas
- Hormigas
- Roedores
- Otros

3) Que tipo de acción tomó para el control de plagas?

- Realizó el control por si mismo
- Contrato servicio profesional

4) La acción tomada lleno sus expectativas?

- Si
- No

5) Considera necesario realizar controles preventivos para plagas en su domicilio o negocio?

- Si
- No

6) Con que frecuencia desearía realizar control de plagas en su domicilio?

- Mensual
- Trimestral
- Semestral
- Anual

7) Estaría dispuesto a contratar una empresa nueva que le ofrezca garantía sobre su servicio?

- Si
- No

5.4.2. TABULACION.

ENCUESTAS DE LA TESIS

Universo de 60 Personas

Sector	Residencial	10
	Comercial	20
	Industrial	10
	Naviero	20

Pregunta 1	SI 48	NO 4	Alguna vez 8		
Pregunta 2	Moscas 48%	Mosquitos 36%	Cucarachas 48%	Hormigas 36%	Roedores 30%
Pregunta 3	Control si mismo 48%	Servicio Profesional 12%			
Pregunta 4	SI 6%	NO 54%			
Pregunta 5	SI 48%	NO 12%			
Pregunta 6	Mensual 8%	Trimestral 20%	Semestral 24%	Anual 8%	
Pregunta 7	SI 42%	NO 18%			

Análisis de la Encuesta.

La evaluación de los resultados está en el punto 5.4.

5.5. ANALISIS DE LA COMPETENCIA.

Al momento en el puerto de Manta operan 5 empresas de control de plagas de las cuales son una extensión de empresas de Guayaquil y las otras 3 son; OCAMAC, RCR del Ecuador Pest Control, Complag propias del medio y son las que tienen la mayor parte del mercado que está utilizando este servicio en la actualidad. Ocamac está prácticamente dedicada atender industrias de elaborados del mar y supermercados, las otras empresas atienden otras labores como por ejemplo el servicio a domicilio para ser atendido en su gran mayoría por personas que se dedican a la limpieza de cisternas, arreglos de jardines y fumigación.

De las investigaciones realizadas en el medio podemos deducir que la mayoría de las empresas se han conformado con los clientes que atienden actualmente y a su vez respetan el ámbito de acción de cada una de estas empresas, lo cual indica claramente que a muy corto plazo esto va hacer alterado por alguna empresa que esté interesada en participar en todos los segmentos del medio, que en este caso somos nosotros.

CAPITULO VI

ESTRATEGIAS DEL MERCADO

6.1. CONSIDERACIONES INTERNACIONALES, NACIONALES Y LOCALES.

Con respecto al mercado internacional, debemos aclarar que no es un objetivo a corto plazo para Ecuabiogen, ya que consideramos como objetivo prioritario expandir la empresa a nivel nacional y nuestro primer paso es Manta, ya que es un mercado muy atractivo por cuanto a tenido un crecimiento económico sostenido en los últimos años.

Nuestra empresa esta orientada a atender actualmente el mercado local, entiéndase la provincia del Guayas, con la intención de expandirnos como siguiente paso a Manta, Manabí. Esto considerando la gran cantidad de industrias de elaborados del mar que existe en dicha localidad y que requiere de este servicio.

Los puntos que consideramos como determinantes para esta decisión son: las exigencias de calidad que están siendo cada vez más fuertes para las industrias, y lo mismo para los encargados de brindar servicio de alimentación y de hospedaje.

6.2. ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS, PRECIOS, Y ESTACIONALIDAD.

En términos generales todas las empresas prestadoras de cualquier tipo de servicios están expuestas a una evaluación continua, ya que el cliente espera resultados inmediatos con respecto al servicio contratado.

Como empresa prestadora del servicio de control de plagas estamos obligados a mantener un grado muy alto de satisfacción del cliente por lo que estamos continuamente buscando la excelencia en el servicio.

Como política de la empresa buscamos brindar el mejor servicio, pero bajo ningún concepto pretendemos ser los más baratos; lo que si es completamente comprobable por los clientes que atendemos es que somos la mejor opción en cuanto al costo beneficio.

En nuestro País contamos con un solo clima modificado en cierta época del año, por factores como corrientes marinas frías. Desde diciembre hasta mayo tenemos temperaturas altas y gran precipitación pluvial, siendo los meses de mayor lluvia febrero y marzo, estos dos factores lluvias y temperaturas altas ayudan al incremento de plagas de estación como son; el mosco, la mosca, grillos, estos últimos incrementan la demanda del servicio de control de plagas.

Los meses restantes son por lo general de temperatura más baja y ausencia de lluvias por lo que las plagas antes mencionadas aminoran su impacto y otras como el caso del grillo prácticamente desaparece, pero así mismo hay otras plagas que se manifiestan mayormente en esta época del año como; roedores, cucarachas, entre otros.

6.3. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN, PENETRACIÓN Y VENTA PERSONAL.

Tratándose de un mercado nuevo la estrategia para ingresar en este estaría dividida en:

- **Presencia en medios masivos:** nos referimos a tener presencia en dos de los principales periódicos de la provincia, es decir, el Mercurio y Diario Manabita, con una publicidad en la cual se deje constancia de que tenemos muchos clientes satisfechos y que nuestro servicio es garantizado.
- **Correo directo:** se enviará información de nuestra empresa en un tríptico en el cual se exaltarán fortalezas y llegar a las principales empresas.
- **Promoción:** a negocios o actividades que tengan sucursales en caso de empresas pesqueras que tengan varios barcos ofreceremos un trabajo completamente gratis para poder demostrar con resultados la calidad de nuestro trabajo, de esta manera conseguiremos entrar a empresas muy importantes.

6.4. ESTRATEGIA DE PROMOCION, DISTRIBUCIÓN Y GASTOS.

La empresa tiene pensado a promocionarse con volantes que tengan una presentación corta de la empresa y cuenten con un ticket que al presentarse goce de un descuento, pero este volante es para un segmento determinado el cual es el sector residencial.

En cuanto al gasto en el servicio gratis promocional, la empresa absorbe este gasto, ya que sabemos que haciendo un buen trabajo tendremos una recuperación casi inmediata y la buena reputación en este negocio es fundamental.

Además, como ya se ha explicado se realizarán trabajos de demostración gratis a aquellas empresas que tengan sucursales, o flotas de barcos atuneros de más de 300 toneladas.

6.5. ESTRATEGIA PUBLICITARIA Y DE COMERCIALIZACIÓN.

Con respecto a la parte publicitaria nos concentramos específicamente en:

Páginas amarillas de guía local, en la cual debe constar nuestro arte, similar al que aparece en la guía de Guayaquil.

Publicidad en medios de comunicación escrito, uno de Manta y otro de Portoviejo, consiste en pautar cuatro domingos seguidos durante un mes, con un mensaje que debe reflejar la seriedad de la empresa mediante la garantía de dos meses en todos los trabajos realizados, y recalcando los 10 años de permanencia en el mercado de Guayaquil, haciendo referencia de los segmentos en que nos desenvolvemos, y luego pautaremos una vez al mes en forma continuada por los próximos seis meses.

Nuestra seriedad obliga a garantizar la inversión de nuestros clientes.

Actualmente, la empresa cuenta con una página Web en la cual se deberá incluir la sucursal de Manta y a su vez es un medio de publicidad que ayuda a la venta de nuestros servicios.

(www.ecuabiogen.com)

La comercialización será realizada por el gerente regional para lo cual se seleccionará una persona conocida en el medio, y será apoyado con las promociones y la campaña publicitaria previamente explicada.

CAPITULO VII

OPERACIONES

7.1. RIESGOS INTERNOS.

Las empresas dedicadas al control de plagas están expuestas a muchos riesgos siendo el mayor el uso o no uso de equipos de seguridad industrial. Aunque las dosis de pesticidas utilizadas en las labores son muy bajas, siempre es imprescindible el uso de protección adecuada, y debe tenerse un control muy estricto al respecto; en nuestro caso una falta de este tipo obliga a la inmediata separación de la empresa a quien no acató las normas de seguridad.

Debido al tipo de cliente que tratamos, debemos ser muy meticulosos al momento de seleccionar el personal, ya que durante los trabajos nos quedamos completamente solos en ambientes donde hay inventario de distinto tipo que puede ser tentación para personas de poco valor ético, y de existir un faltante sería un desprestigio muy fuerte para nuestra empresa que le ha tocado ganarse un nombre con mucho esfuerzo y es lo que nos ha abierto puertas que de no actuar correctamente se cerrarían muy rápido.

Otro riesgo, que hay que considerar es el de pensar que tenemos clientes cautivos y esta forma de pensar lleva a no atender adecuadamente a los clientes, y a su vez a perderlos, por lo que siempre hay que estar evaluando la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

7.2. RIESGOS EXTERNOS.

En los actuales momentos se vive una incertidumbre a consecuencia de la crisis económica mundial y no deja de ser un riesgo para nuestra actividad, ya que tenemos gran cantidad de empresas ecuatorianas productoras de alimentos que se dedican a la exportación.

En el caso específico de Manta, las empresas más importantes que están dedicadas a la producción de elaborados de mar, envían sus productos en la gran mayoría al mercado estadounidense y europeo, siendo estos mercados muy exigentes con respecto al cumplimiento de normas sanitarias, contempladas en los manuales BPM (buenas normas de manufacturas), en las cuales se observa el correcto manejo de los desechos, estándares de asepsia, hábitos personales de limpieza.

Ello obliga a mantener un control estricto de las plagas, y al restringirse estos mercados se restringen las exportaciones y en consecuencia todos los servicios que la actividad conlleva.

Otro riesgo a considerar son los horarios en el cual se realizan la mayoría de los trabajos que es a partir de las 20:00 horas y se termina pasada la media noche, lo cual expone al personal a cualquier acto de tipo delictivo, para lo cual enviamos siempre mínimo dos personas y se mantiene los vehículos con identificación y sus respectivos seguros.

7.3. PLANES DE CONTINGENCIA.

Ante los riesgos tanto internos como externos debemos prepararnos para responder frente a cualquier eventualidad, pronto y adecuadamente, para lo cual Ecuabiogen tiene dividido su universo de clientes de tal forma que existe un responsable por cada 10 clientes fijos para atender estas cuentas ante cualquier eventualidad durante los 365 días del año pero siempre teniendo en cuenta que lo mejor es actuar preventivamente, como es el caso del control de plagas.

Las mejores medidas preventivas son el concienciar al cliente acerca de la importancia que tiene el manejo de las buenas practicas de manufacturas , especialmente en cuanto a la asepsia y la correcta exclusión de las áreas a proteger.

Lo que consideramos nos obliga a preparar al cliente en estos temas y a estar en constante contacto para informar de cualquier deficiencia en los procedimientos.

Debemos tener muy claro que nuestro principal patrimonio es el cliente satisfecho, y que a pesar de cualquier evento exógeno, el cliente satisfecho guarda lealtad con quien le responde de acuerdo a sus expectativas.

Por lo expuesto anteriormente, los puntos que son absolutamente controlados por nosotros para afrontar cualquier contingencia son: la calidad en el servicio, la respuesta oportuna ante cualquier situación emergente, la honradez profesional que es el cobrar lo justo, no queremos con esto decir cobrar barato, sino establecer precios que contemplen la utilización de buenos productos, personal preparado, utilización de equipos adecuados, garantía en del trabajo y utilidad adecuada.

Consideramos que el cliente debe tener clara las razones por la cual está pagando una factura y no ser engañado con precios bajos que esconden deficiencia en calidad de insumos y preparación profesional.

7.4. PROVISIONES Y SEGUROS.

La sucursal a operar en Manta será manejada independientemente en cuanto a la parte financiera, por lo que deberá tomar todas las provisiones del caso, siendo inicialmente financiada en su operación por la matriz, y apoyada en cuanto a los créditos de proveedores que tenemos en la actualidad, y por el tamaño inicial de la operación procuraremos que cuente con los recursos suficientes para este inicio.

Todo el personal será afiliado al seguro social, lo mismo los vehículos y equipos contarán con su respectivo seguro y se tendrá una póliza por daños a terceros por \$ 10000 en caso de algún incidente o accidente en las instalaciones de nuestros clientes.

CAPITULO VIII

ESTUDIO FINANCIERO

8.1. PRESUPUESTO E INVERSIONES.

En este punto presentamos la tabla de presupuesto e inversiones, con sus respectivas tablas de depreciación y amortización.

Tabla 1: Inversión

		Cuadro de Inversión
Vehículo		17500
Maquinaria Fumigación		1810
Equipo de seguridad industrial		400
Celular		120
Alquiler de Oficina		400
Computadoras		500
Telefax		150
Línea de Teléfono e Internet		80
Mobiliario de Oficina		1600
Aire Acondicionado		600
Publicidad		1550
Insumos para fumigación		300
Sueldos		
Gerente		700
Secretaria		300
Supervisor		350
Aplicadores 2		600
Otros (sobretiempo)		200
Total		27160

Elaboracion: propia

Fuente: Ecuabiogen

Depreciación de Activos Fijos

Tabla 2: Depreciación Vehículo

Año 2009	
Vehículo	\$ 17.500
Valor Residual	\$ 3.500

Período	Años	Valor	Valor Anual de Depreciación	Saldo
	0			17500
2009	1	2800	2800	14700
2010	2	5600	2800	11900
2011	3	8400	2800	9100
2012	4	11200	2800	6300
2013	5	14000	2800	3500

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

Tabla 3: Depreciación Equipo de Fumigación

Año 2009	
Equipo de Fumigación	\$ 1.810
Valor Residual	\$ 362

Período	Años	Valor	Valor Anual de Depreciación	Saldo
	0			1810
2009	1	289,6	289,6	1520,4
2010	2	579,2	289,6	1230,8
2011	3	868,8	289,6	941,2
2012	4	1158,4	289,6	651,6
2013	5	1448	289,6	362

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

Tabla 4: Depreciación Computadoras

Año 2009	
Computadoras	\$ 500
Valor Residual	\$ 166

Período	Años	Valor	Valor Anual de Depreciación	Saldo
	0			500
2009	1	111	111	389
2010	2	222	111	278
2011	3	333	111	167

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

Tabla 5: Depreciación Telefax

Año 2009	
Telefax	\$ 150
Valor Residual	\$ 50

Período	Años	Valor	Valor Anual de Depreciación	Saldo
	0			150
2009	1	33,33	33,33	116,67
2010	2	66,66	33,33	83,34
2011	3	99,99	33,33	50,01

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

Tabla 6: Depreciación Mobiliario de Oficina

Año 2009	
Mobiliario de Oficina	\$ 1.600
Valor Residual	\$ 160

Período	Años	Valor	Valor Anual de Depreciación	Saldo
	0			1600
2009	1	144	144	1456
2010	2	288	144	1312
2011	3	432	144	1168
2012	4	576	144	1024
2013	5	720	144	880
2014	6	864	144	736
2015	7	1008	144	592
2016	8	1152	144	448
2017	9	1296	144	304
2018	10	1440	144	160

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

Tabla 7: Depreciación Aire Acondicionado

Año 2009	
Aire Acondicionado	\$ 600
Valor Residual	\$ 200

Período	Años	Valor	Valor Anual de Depreciación	Saldo
	0			400
2009	1	133,33	133,33	266,67
2010	2	266,66	133,33	133,34
2011	3	400,00	133,34	0

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

AMORTIZACIÓN DE VEHÍCULO

Tabla 8: Amortización Vehículo

Vehículo	\$ 17.500
Cuota Inicial	\$ 7.500
Saldo a Financiar	\$ 10.000
Tasa de Interés	12,50%
Plazo	5

Período	Cuota	Interés	Amortización	Saldo
0	-	-	-	10.000,00
1	2.808,54	1.250,00	1.558,54	8.441,46
2	2.808,54	1.055,18	1.753,36	6.688,10
3	2.808,54	836,01	1.972,53	4.715,57
4	2.808,54	589,45	2.219,09	2.496,48
5	2.808,54	312,06	2.496,48	-

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

8.2 PROYECCIÓN A 5 AÑOS.

Se realizó una proyección con experiencias previas de la empresa y haciendo un estudio en el mercado ha establecerse. En las ventas se estima un crecimiento del 40% con relación al año 2009, mientras que para el año 2011 se espera un crecimiento del 30% y para los próximos años un crecimiento del 20%. Estos porcentajes son estimados por la empresa debido a experiencias previas y a la desatención a la Provincia de Manabí.

En los costos se estima un incremento del 13% anual.

Tabla 9: Proyección a 5 años

% INCREMENTO EN VENTAS		40%	30%	20%	20%
Años	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas					
Ingresos por venta (Captar el 10% de Manabí)	52200	77280	100474	120556	144667

Total de Ventas		52200	77280	100474	120556	144667
Costo de ventas** (Ver punto 8.5)		25770	29120	32906	37183	42017
Total costo de Ventas		25770	29120	32906	37183	42017
Gastos de Administración y Ventas		30698	32843	35244	37930	40940
Depreciación						
Equipos y Vehículos		3378	3378	3378	3234	3234
Total Gastos de Administración y Ventas		34076	36221	38622	41164	44174
Utilidad antes de Intereses e Impuestos		-7645,93	11939,07	28946,07	42209,4	58476,4

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

8.3. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

La intención de determinar las cantidades mínimas a facturar en esta nueva sucursal, procederemos a determinar el punto de equilibrio que es cuando las ventas cubren los costos variables y los costos fijos. Es decir buscar el nivel de facturación a partir del cual la empresa empezará a tener beneficios.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ingresos por Ventas})}$$

Tabla 10: Punto de Equilibrio

	2009	2010	2011	2012	2013
Ingresos por Ventas	52200	77280	100474	120556	144667

Costos Variables	25770	29120	32906	37183	42017
Costos Fijos	31521	33846	36246	38655	41665
Punto de Equilibrio	62255	54311	53898	55895	58719

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

Con respecto a la tabla 10 podemos observar que la empresa se encuentra bien, ya que el punto de equilibrio esta por debajo de las ventas, solo el primer año el punto de equilibrio esta por encima de las ventas, pero también se debe a que la empresa primer año siempre es difícil establecerse en el mercado.

8.4. FLUJO DE CAJA.

Tabla 11: Flujo de Caja

	2009	2010	2011	2012	2013
Caja Inicial	27.160,00	11.861,46	27.932,82	60.793,32	106.524,55
Ingresos					
Ventas	52.200,00	77.280,00	100.474,00	120.556,00	144.667,00
Total de Recursos disponibles	79.360,00	89.141,46	128.406,82	181.349,32	251.191,55
Egresos Operacionales					
Sueldos y Beneficios	30.420,00	34.374,60	38.843,30	43.892,93	49.599,00
Alquiler de Oficina	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Combustibles y Lubricantes	3.000,00	2.034,00	2.298,42	2.597,21	2.934,85
Mantenimiento de Vehículo	-	1.356,00	1.532,28	1.731,48	1.956,57
Teléfono	880,00	-	-	-	-
Agua - luz y Teléfono	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05
Compras de Insumos	3.600,00	4.068,00	4.596,84	5.194,43	5.869,70
Servicios de Fumigación	2.400,00	2.712,00	3.064,56	3.462,95	3.913,14
Cuotas de Equipo de Fumigación	1.810,00	-	-	-	-
Computadoras	500,00	-	-	-	-

Cuotas de mobiliario de oficina	1.600,00	-	-		
Telefax	150,00	-	-		
Teléfono celular	120,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Equipo de Trabajo	400,00	452,00	510,76	577,16	652,19
Aire Acondicionado	600,00	-	-		
Teléfono	80,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Publicidad	1.550,00	1.751,50	1.979,20	2.236,49	2.527,23
Cuerpo de Bomberos	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Municipio 1.5 por mil	-	48,08	48,08	48,08	48,08
Varios	3.570,00	3.701,92	3.890,92	4.089,37	4.297,74
Total Egresos Operacionales	57.190,00	58.400,10	64.804,96	72.016,23	80.137,44
Egresos Financieros					
Amortizaciones (Intereses)	1.250,00	1.055,18	836,01	589,45	312,06
Amortizaciones (Capital)	1.558,54	1.753,36	1.972,53	2.219,09	2.496,48
Cuota Inicial de Vehículos	7.500,00	-	-	-	-
Total Egresos Financieros	10.308,54	2.808,54	2.808,54	2.808,54	2.808,54
Total Egresos	67.498,54	61.208,64	67.613,50	74.824,77	82.945,98
Saldo Final de Caja	11.861,46	27.932,82	60.793,32	106.524,55	168.245,57

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

El flujo de caja analiza las entradas y salidas de dinero que se producen en una empresa. Además, toma en cuenta el valor de esos movimientos y el momento en que se realizan.

8.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

A continuación se presenta el es Estado de Perdidas y Ganancias desde el año 2009 al 2013, teniendo como objetivo observar las utilidades netas del proyecto.

Tabla 12: Estado de Pérdidas y Ganancias

	2009	2010	2011	2012	2013
INGRESOS					
Ventas	52.200,00	77.280,00	100.474,00	120.556,00	144.667,00
COSTO DE VENTAS					
Costos de personal					
Sueldos	11.400,00	12.882,00	14.556,66	16.449,03	18.587,40
Beneficios Sociales	3.420,00	3.864,60	4.367,00	4.934,71	5.576,22
TOTAL	14.820,00	16.746,60	18.923,66	21.383,73	24.163,62
Costos de ventas					
Insumos	3.600,00	4.068,00	4.596,84	5.194,43	5.869,70
Equipo de trabajo	400,00	452,00	510,76	577,16	652,19
Combustible y Lubricantes	1.800,00	2.034,00	2.298,42	2.597,21	2.934,85
Manten de vehículos y equipos	1.200,00	1.356,00	1.532,28	1.731,48	1.956,57
Servicio de fumigación	2.400,00	2.712,00	3.064,56	3.462,95	3.913,14
Publicidad	1.550,00	1.751,50	1.979,20	2.236,49	2.527,23
TOTAL	10.950,00	12.373,50	13.982,06	15.799,72	17.853,69
TOTAL COSTOS DE VENTAS	25.770,00	29.120,10	32.905,71	37.183,46	42.017,30
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gastos de personal					
Sueldos	12.000,00	13.560,00	15.322,80	17.314,76	19.565,68
Beneficios Sociales	3.600,00	4.068,00	4.596,84	5.194,43	5.869,70
TOTAL	15.600,00	17.628,00	19.919,64	22.509,19	25.435,39
Gastos de Oficina					
Alquiler	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Telefonia e Internet	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Agua, luz, telefono	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05
Telefono Celular	120,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Varios	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
TOTAL	11.160,00	11.652,00	11.979,60	12.323,58	12.684,76
Depreciacion activos fijos					
Equipos, Vehiculos y Bodega	3.511,26	3.511,26	3.511,26	3.233,60	3.233,60
TOTAL	3.511,26	3.511,26	3.511,26	3.233,60	3.233,60
Gastos Financieros					
Amortizaciones 2009 (int.)	1.250,00	1.055,18	836,01	589,45	312,06
TOTAL	1.250,00	1.055,18	836,01	589,45	312,06
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	31.521,26	33.846,44	36.246,51	38.655,82	41.665,81
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMP	5.091,26	14.313,46	31.321,78	44.716,72	60.983,89
Participación Trabajadores 15%		2147,019	4698,267	6707,508	9147,583
Impuesto a la Renta 25%		3578,365	7830,444	11179,180	15245,972
Utilidad Neta		8.588,08	18.793,07	26.830,03	36.590,33

8.6. BALANCES.

Tabla 13: Balances

	2009	2010	2011	2012	2013
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA-BANCOS					
Caja	11.861,46	27.932,82	60.793,32	106.524,55	168.245,57
PROPIEDAD-PLANTA Y EQUIPOS					
Equipo de Computacion y Electronicos	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00
Vehiculos	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00	17.500,00
Equipos de Oficina	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00
Equipos de Fumigacion	1.810,00	1.810,00	1.810,00	1.810,00	1.810,00
DEPRECIACION ACUMULADA					
Dep. Acumulada Propiedad-Planta y Equipos	- 3.511,26	- 7.022,52	- 10.533,78	- 13.767,38	- 17.000,98
OTROS ACTIVOS					
Otros Activos	2.792,70	1.737,52	901,51	312,06	-
TOTAL DEL ACTIVO	33.302,90	44.807,82	73.321,05	115.229,23	173.404,59
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
CUENTAS POR PAGAR					
Produbanco	11.234,16	8.425,62	5.617,08	2.808,54	-
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL					
Capital	27.160,00	27.160,00	27.160,00	27.160,00	27.160,00
Utilidad o Perdida de ejercicios anteriores	-	- 5.091,26	9.222,20	40.543,97	85.260,69
Perdida del Ejercicio	- 5.091,26	-			
Utilidad del Ejercicio	-	14.313,46	31.321,77	44.716,72	60.983,90
TOTAL PATRIMONIO	22.068,74	36.382,20	67.703,97	112.420,69	173.404,59
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	33.302,90	44.807,82	73.321,05	115.229,23	173.404,59

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

8.7. TASA INTERNA DE RETORNO Y VALOR ACTUAL NETO.

Tabla 14: TIR y VAN

	Inversión	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas Netas		52200	77280	100474	120556	144667
Costos de Ventas		25770	29120	32906	37183	42017
Gastos Administrativos		26760	29280	31899	34833	38120
Participación de Utilidades			2147,019	4698,257	6707,508	9147,583
Impuesto a la renta			3578,365	7830,444	11179,180	15245,972
Depreciación		3511,26	3511,26	3511,26	3233,6	3233,6
Amortización de Capital		1250	1055,18	836,01	589,45	312,06
Inversión	27100					
Total Flujo de Caja	-27100	1931	15611	25815	33298	43058

VAN	\$ 76.316,12
TIR	52%

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

VAN

En este cuadro podemos observar que el VAN es positivo, ya que es superior a la inversión que es de \$27100, lo que nos indica que es un proyecto rentable.

TIR

Con lo que respecta a la TIR podemos ver que la tasa es de 52%, superior a la tasa del 9,2%, la cual obtuvimos en la página web del Banco Central del Ecuador.

CAPITULO IX

ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

9.1. REQUERIMIENTO DE CAPITAL.

El capital requerido para iniciar la operación será aporte de los accionistas que esperan tener un rendimiento y retorno adecuado similar a la inversión que se realizó en la matriz de Guayaquil.

9.2. RAZONES FINANCIERAS.

$$\text{Rendimiento sobre Activos} = \frac{\text{Utilidad antes de impuesto}}{\text{Activos Totales}} \times 100$$

$$\text{Rendimiento sobre Activos} = \frac{14.313,46}{44.807,82} \times 100$$

$$\text{Rendimiento sobre Activos} = 31.94\%$$

Rendimiento sobre activos muestra la capacidad de los activos de generar ganancias.

$$\text{Rentabilidad sobre Rec. Propios} = \frac{\text{Utilidad antes de impuesto}}{\text{Capital Social}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidad sobre Rec. Propios} = \frac{14.313,46}{27.160} \times 100$$

$$\text{Rentabilidad sobre Rec. Propios} = 52.70\%$$

Mide la rentabilidad que tienen los accionistas en los fondos invertidos en la Sociedad.

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad antes de impuesto}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidad sobre Ventas} = \frac{14.313,46}{77.280} \times 100$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = 18.52\%$$

Es un coeficiente que nos da una pauta respecto a la eficiencia operativa de la empresa.

$$\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Liquidez} = \frac{27.932,82}{8.425,62}$$

$$\text{Liquidez} = \$3.31$$

Muestra la capacidad de la empresa para afrontar obligaciones a corto plazo. Cuando mayor es el índice mayor es dicha capacidad.

9.3. SENSIBILIDAD Y RENTABILIDAD.

Sensibilidad es el efecto que tienen los cambios en una variable sobre el riesgo y rendimiento de una inversión.

Este análisis nos permite ver el comportamiento financiero bajo distintos escenarios y poder decidir dentro de estas condiciones la viabilidad del negocio

Tabla 15: Sensibilidad y Rentabilidad

VARIABLES	TIR	VAN	DECISIÓN
10% Ventas, 15% Costos	49%	75772	Aceptar
12% Ventas, 15% Costos	54%	82507	Aceptar
10% Ventas, 18% Costos	44%	68930	Aceptar
15% Ventas, 18% Costos	55%	85766	Aceptar

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

PRI (PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN)

Tabla 16: PRI

AÑO	INV. INICIAL	FLUJO DE CAJA	INTERÉS ANUAL	FÓRMULA	VALOR PRESENTE	VALOR PRESENTE ACUM.
0	27100					
1		1931	9,20%	$P=F(1+i)^n$	1768	1768

2		16511	9,20%	$P=F(1+i)^n$	13846	15614
3		25815	9,20%	$P=F(1+i)^n$	19825	35439
4		33298	9,20%	$P=F(1+i)^n$	23417	58856
5		43058	9,20%	$P=F(1+i)^n$	27729	86585

Elaboración: propia

Fuente: Ecuabiogen

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo que necesita una empresa para recuperar la inversión neta.

Esta tabla nos sirve para saber en que año se recuperaría la inversión, la cual en el tercer año se recuperaría.

CAPITULO X

ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE.

10.1. PROCESO, PROCEDIMIENTO E IMPACTO QUE SE SIGUIÓ Y CULMINÓ.

Una continua preocupación para todas las actividades industriales es proteger el medio ambiente, por lo que obliga a los prestadores de servicios relacionados con esta actividad a tomar todas las precauciones que el caso amerita, siendo la actividad de control de plagas realizada la mayoría de las veces con productos químicos, exige se realice los trabajos considerando una serie de medidas de seguridad, tanto para el medio ambiente como para los aplicadores, entre las cuales podemos destacar las siguientes:

Utilización de productos adecuados. Es decir, utilizar solamente pesticidas específicos para la plaga a tratar, y evitar dañar distintas especies alrededor que pueden ser inclusive benéficas, así mismo utilizar productos sistémicos, es decir no son absorbibles por las plantas, ni por las hojas, ni raíces.

Todos los productos a utilizarse deben tener aprobación EPA (asociación de protección del medio ambiente), esta asociación califica los pesticidas de acuerdo a su grado de toxicidad, y su el tipo de aplicación de cada producto, por eso cuando se va a realizar un control de plagas con pesticidas es necesario tener las respectivas hojas de seguridad del producto a utilizar en la cual consta los antídotos para casos de intoxicación, y las restricciones de utilización por los posibles daños ambientales.

Procesos correctos de control de plagas. En el proceso de control de plagas el último recurso es la utilización de pesticidas, siendo el objetivo mantener áreas específicas libres de plagas, deben realizarse procedimientos estrictos de exclusión y la elaboración de procedimientos estándar de asepsia, los cuales deben ser rigurosamente controlados.

10.2. RESULTADOS LOGRADOS.

Las empresas dedicadas a esta actividad pueden ser fácilmente evaluadas en cuanto a los daños que pueden generar al medio ambiente y a la ecología, ya que en todos los trabajos que se realizan existen potenciales riesgos de contaminación si no se actúa con responsabilidad y profesionalismo.

En la nueva sucursal a abrir en Manta esperamos actuar con la misma responsabilidad y profesionalismo que lo hemos venido haciendo, de tal manera que podamos al cabo de 10 años de labores repetir lo que actualmente decimos como uno de los principales logros de la empresa que es que hasta el día de hoy no hemos tenido ningún accidente ni incidente con respecto al medio ambiente, ecología, ni de personal. Para mantener estos resultados es necesario trabajar mucho con el personal para concientizarlo con respecto al uso de productos, dosificación, utilización de equipos adecuados, la no utilización indiscriminada de pesticidas.

CAPITULO XI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. CONCLUSIONES.

Luego de la elaboración de este proyecto, de la confirmación de los datos utilizados, más el aporte de la experiencia y los conocimientos de los ejecutivos de la empresa que son quienes la formaron y la dirigen en la actualidad, podemos ver que el proyecto es viable, y que además es un paso que tendrá que darse tarde o temprano.

De los datos obtenidos del análisis del PRI (periodo de recuperación de la inversión), claramente se puede apreciar que el primer año será complicado por la facturación, ya que será deficitaria con respecto a los costos de operación, pero a partir del segundo año, donde empiezan a funcionar factores como la publicidad boca a boca, es decir, se ha ganado prestigio en el medio, mas el soporte publicitario, y las correctas gestiones de ventas, los resultados serán los esperados, es decir, que se empiezan a generar los ingresos para que a partir del tercer año se obtengan rentabilidad.

Además, es incuestionable el continuo y gran crecimiento que está teniendo el puerto de Manta, ya que según información proporcionada por el hotel Howard Johnson el crecimiento turístico en Manta es de un promedio del 10% anual desde el año 2004, así mismo el rubro mas importante del medio que es la pesca mantiene un crecimiento desde el 2003 con respecto a la captura del 4% promedio

y un incremento en el precio del atún de alrededor del 10% anual¹¹, lo que garantiza que los clientes se incrementarán en una relación directamente proporcional con el crecimiento del puerto y de todas las actividades que giran alrededor de éste, y se debe sumar lo relacionado con la parte de los trabajos que se puedan realizar en el resto de la provincia, en especial en Portoviejo, que es la capital y está a apenas 30 minutos de Manta.

11.2. RECOMENDACIONES.

Se considera que es necesario observar ciertos puntos para iniciar la operación en Manabí de manera eficiente, para lo que se recomienda lo siguiente:

- Crear una campaña de expectativa, la cual debe consistir en hacer llegar la información de la empresa a los distintos responsables del área de control de plagas en las distintas empresas, hoteles, flotas pesqueras, y demás actividades que se piensa atender.
- Estar completamente listos para el inicio de operaciones, es decir personal preparado, completamente uniformados, vehículo identificado con los logotipos correspondientes, las líneas de teléfonos habilitadas y paralelamente la publicidad previamente analizada debe aparecer en los medios seleccionados, es decir, evitar crear una falsa expectativa ya que es muy difícil cambiar una primera mala impresión.
- El inicio de las operaciones en Manta requiere del soporte directo del gerente general por lo que se considera que sería oportuno su traslado por lo menos un par de días a la semana durante el primer mes, y una vez quincenalmente durante los siguientes dos meses, para brindarle la seguridad necesaria al nuevo personal, y a su vez absolver

¹¹ Fuente: BCE/SIM Elaboración: CORPEI - CICO

cuestionamientos que son nuevos para el personal contratado, pero son de rutina para el gerente nacional.

- Es necesario ser muy riguroso con respecto a la selección de personal, por cuanto es de suma importancia para la permanencia en un mercado el contar con personal honrado, y extremadamente responsable, es sumamente importante mantener el buen nombre de la empresa.
- Es necesario insistir en la utilización de **equipos de protección personal (EPP)** que cumplan con la norma NIOSH (**National Institute for Occupational Safety and Health**) y de observar las recomendaciones y contraindicaciones de las **hojas de seguridad (MSDS)**, las cuales deben cargarlas consigo los aplicadores para de esta manera realizar una aplicación correcta y evitar cualquier tipo de intoxicación. Es de suma importancia observar las recomendaciones con respecto a los desechos como envases de pesticidas, los cuales deben ser lavados 3 veces y perforados para evitar su reutilización, y deben ser entregados en los respectivos centros de acopio.

BIBLIOGRAFIA

1. MARKETING ESTRATÉGICO, Borrero, Julio editorial San Marcos, Perú, 2001.
2. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, <http://www.bce.fin.ec>
3. Bigné, Font y Andreu, Marketing
4. COMPETITIVIDAD SISTÉMICA, Dirk Klaus Wolfgang y Messer Esser Hillebrand; Alemania, 1994.
5. ECUARURAL, <http://www.ecuarural.gov.ec>
6. FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS, <http://www.fao.org>
7. <http://www.abcdelinternet.com/stats.htm#mundo>.
8. http://www.aca.com.uy/publicaciones/revista_40_situacion_mundial.htm
9. <http://www.camae.org/extranet/Boletines/Boletin.aspx?id=14>
10. <http://www.eluniverso.com/2008/10/01/0001/12/251690BFAAE8431B80B6676A236B8F47.html>
11. <http://www.fao.org/es/ess/top/commodity.html?lang=es&item=27&year2005>
12. <http://www.lukor.com/not-neg/sectores/0804/02175042.htm>
13. <http://www.mgap.gub.uy/opypa/ANUARIOS/Anuario06/docs>
14. INFODESARROLLO, <http://www.infodesarrollo.org>
15. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS, <http://www.inec.gov.ec/>
16. MARKETING , Vargas Luis, Edit. Gestión, Guayaquil, 2003
17. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, <http://www.ambiente.com>
18. SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROPECUARIA DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA DEL ECUADOR, <http://www.sica.gov.ec>
19. SISTEMA INTEGRADO DE INDICADORES SOCIALES DEL ECUADOR, <http://www.siise.gov.ec>
20. www.cert.org.
21. www.cretertours.com
22. www.falmotour.com

23. www.Kleintours.com.
24. www.zoco.com
25. <http://www.dlh.lahora.com.ec/paginas/manabita/puertos2.htm>
26. <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/97423-manta-86-anos-y-un-desarrollo-que-busca-apoyo-del-gobierno/>
27. <http://www.eldiario.com.ec/noticias-manabi-ecuador/97423-manta-86-anos-y-un-desarrollo-que-busca-apoyo-del-gobierno/>
28. <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/207962/05/07/Eje-Manta-Manaos-alternativa-al-Canal-de-Panama-para-desarrollo-de-Amazonia.html>
29. <http://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/207962/05/07/Eje-Manta-Manaos-alternativa-al-Canal-de-Panama-para-desarrollo-de-Amazonia.html>
30. <http://archivo.eluniverso.com/2007/11/03/0001/12/B72D8818D1C5468C9C5D404D9ED10A14.aspx>

ANEXO DE MARKETING

Contáctenos

Av. Constitución y Juan Tanca Marengo, Plaza Del Sol
Edificio Executive Center 2do. Piso Oficina 205.

Teléfonos: (593 - 4) 2690541
2690264

Celular: 099482126

E-Mail: ecuabiogen@ecuaenlace.com



ECUABIOGEN
Biogenética del Ecuador



**GARANTIZAMOS
RESULTADOS**

**INSPECCION
GRATUITA**

www.ecuabiogen.com

Guayaquil - Ecuador



NUESTRA SERIEDAD OBLIGA A GARANTIZAR LA INVERSION DE NUESTROS CLIENTES

Quienes Somos Quienes Somos



Somos una empresa legalmente constituida en el año 1999 y afiliada a la **National Pest Management Association Inc.** desde el año 2000, dedicada a la salud pública en cuanto a sanidad y al manejo de plagas con tecnología adaptada a nuestro medio.



Cabe señalar que los productos utilizados por nuestra empresa cuentan con sus respectivas calificaciones **EPA**, aceptados por la **FDA**, son de poca toxicidad y de muy bajo impacto ambiental.

Contamos con personal especializado en el extranjero para el manejo de pesticidas, así como en:

- BPM (Buenas Prácticas de Manufacturas).
- SSOP (Procedimientos Operacionales Estándares de Limpieza y Sanitización).
- HACCP (Análisis de Puntos Críticos de Control).
- Además contamos con Auditores Internos HACCP.

Objetivo Objetivo



Ecuabiogen tiene como principal objetivo proteger a las personas y al medio ambiente, por lo que nuestras propuestas consideran un manejo integrado de plagas en el cual el uso y aplicaciones de **PRODUCTOS PESTICIDAS** es el estrictamente necesario.

Plagas Plagas



Cucarachas

Las cucarachas pueden medir hasta 4 cm. El ciclo de vida de esta especie es relativamente largo. Estas pueden ser portadoras de enfermedades bacterianas y virales tales como diarrea, lepra, colitis, hepatitis infecciosa, salmonela y tuberculosis.



Moscas

Las moscas se alimentan de heces, basura, fruta en descomposición y de cualquier otra cosa que ingiera el hombre, ésta tiene partes bucales absorbentes y se alimenta regurgitando fluidos en sus alimentos, que disuelven los mismos, para posteriormente ser ingeridos. Transportan en sus cuerpos gran número de bacterias, y luego de saber que se posan sobre heces y se alimentan de basura, es suficiente para que quienes estén delante de insectos de este tipo, se preocupen.



Mosquitos

Las hembras son importantes transmisoras de patógenos causantes de enfermedades humanas, como fiebre amarilla, paludismo, malaria, filariosis, dengue, encefalitis. Se considera que es una de la plagas que mas muertes ocasiona en el mundo.



Ratas

Roedores días más tarde al apareamiento pueden engendrar de 5 a 14 crías.

Las ratas son animales destructivos del orden rodentia, que además de comer, destrozan y echan a perder los alimentos con sus excretas, orines y pelos.



Garrapatas

En su boca, las garrapatas tienen una estructura que les permite engancharse firmemente al lugar del que están chupando sangre. Tirar de una garrapata a la fuerza puede hacer que partes de la garrapata se desprendan y se queden en la mordedura, a menudo el aparato bucal entero, lo cual puede producir infección.



Termitas

Un termitero está compuesto por muchas "células", llamadas termitas, que juntas forman un "organismo", el termitero. Los termiteros vienen por debajo de la tierra y suben por el interior de las paredes para acceder a la madera de las casas.

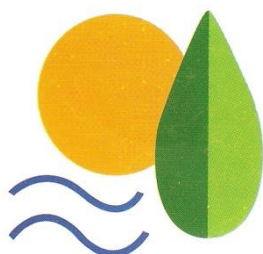
Se estima que en el estado de Florida, los daños ocasionados por las termitas ascienden a cientos de millones de dólares anuales.

¡ ATENCIÓN !

PROTEJA SU INVERSIÓN
REALIZANDO UN CONTROL
OPORTUNO CONTRA LAS
TERMITAS (COMEJEN)
LLAMANDO
A LOS ESPECIALISTAS.
ADEMÁS REALIZAMOS
TODO TIPO DE
CONTROL DE PLAGAS
SOLICITE INFORMACIÓN SOBRE
NUESTROS PLANES DE
FINANCIAMIENTO
PARA URBANIZACIONES

TELFS : 2690-541 2690-264

Email: ecuabiogen@ecuaenlace.com



ECUABIOGEN

Biogenética del Ecuador



NATIONAL
PEST
MANAGEMENT
ASSOCIATION Inc.

Av. Constitución y Juan Tanca Marengo, Plaza del Sol.
Edificio Executive Center 2do. Piso Oficina 205