



**INFORME AÑO 2015**

***INDUSTAHL CIA LTDA***



**Los negocios son un medio, el único medio, de incrementar la cantidad de bienes disponible para preservar la vida y hacerla más agradable.....**

Ludwig Von Mises

Economista Austriaco

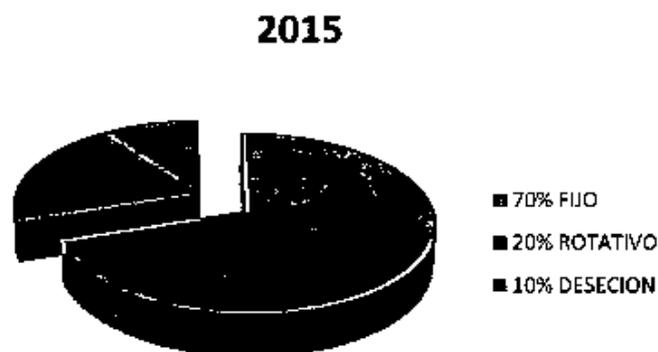
Basado en las palabras del economista antes citado basaremos este informe un análisis exhaustivo en cuanto a los parámetros cualitativos y cuantitativos de la organización empresarial denominada *INDUSTAHL INDUSTRIAS STAHL CIA LTDA*, así como los principales aspectos que conforman sus procesos, tendremos en cuenta además los resultados alcanzados durante el año 2015, el análisis FONDA y una proyección del desarrollo planificado para dicha entidad durante el año 2016.



Como primer aspecto a señalar está el análisis de nuestro principal recurso el cual sin él hubiese sido totalmente imposible lograr los resultados alcanzados por ello evaluaremos esta actividad de RR.HH.

La primera medida a resaltar que ha permitido el mejoramiento de esta actividad ha sido la creación de un departamento que pueda rectorar esta importante actividad, logrando así una visión distinta de como conformar la estructura organizativa que impera en la entidad.

Por lo cual la estructura en cuanto a la rotación de los trabajadores se comportó según describe este gráfico



Nótese que el personal por deserción es apenas de un 10% demostrando el deseo por la permanencia y la estabilidad que brinda INDUSTAHL como entidad contratante.

Los colaboradores de la empresa se forjan un desempeño laborioso en lo que trata a cada una de sus áreas, con ayuda externa ya sea por contratación de terceras personas, cursos de capacitación o por intervención telefónica. De acuerdo a las personalidades de cada uno de los individuos se toma una modalidad de tratar con ellos.

En cuanto a la ayuda entre colaboradores se refleja un gran compañerismo al momento en que sea uno u otro de los departamentos que lo necesite, o bien mismo la empresa necesite del personal humano fuera de horas de trabajo.

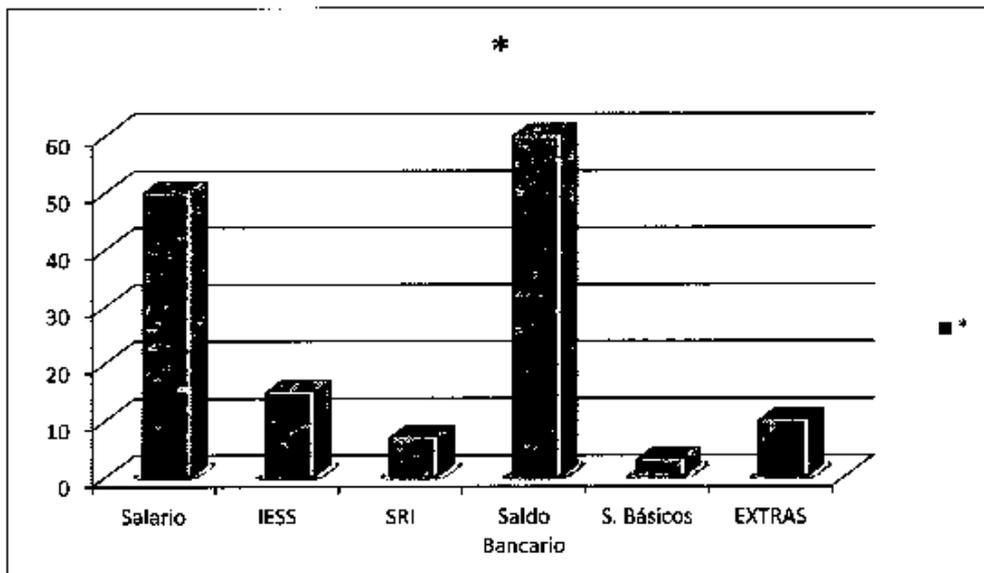


Por ello para estimular el buen trabajo y hacerlo de la manera apropiada se implementó el PES ósea el plan de estimulación salarial.

Se ha verificado toda la documentación y los procesos que intervienen en la contratación, apostando además por la creación de un personal mucho más cualificado para el desempeño de esta función , por ello se envió a capacitación a la especialista que atiende esta área de trabajo.

Actualmente nos mantenemos al día en cuanto a los deberes y responsabilidades tanto de empleados y empleadores, se ha revisado y divulgado el reglamento interno y demás normas vigentes en el ámbito de política laboral

En el presupuesto para el otro año por mes está previsto de gastos en cuanto al tema deudas bancarias, salarios, servicios básicos y aportes del IESS/SRI un total aproximada de \$ 13.000,00 DOLARES ESTADOUNIDENCES.



Refiriéndonos a EXTRAS como gastos no contemplados dentro del presupuesto previsto pero son necesarios para la movilización, viajes, viáticos, etc.

El principal aspecto financiero está marcado hoy por la seria situación de la recuperación de cartera con relaciona los gastos directos e indirectos de la compañía. Los cuales a pesar de dicho desbalance se ha logrado alcanzar una mediación aplicando estrategias de negociación mas no una conciliación de valores, la misma ha



resultado imposible ya que la fuente de los ingresos se ha visto colapsada por la falta de fondos de nuestro cliente y a su vez del cliente final.

Por ello analizaremos la siguiente tabla de interpretación financiera del año 2015:

Indicador	Valor	Resultado
<b>Liquidez</b>		
ACTIVO CORRIENTE	\$382016.91	\$0.79
PASIVO CORRIENTE	\$486586.69	
<b>Prueba Acida</b>		
ACT CORRIENTE - INVENTARIO	\$382016.91	\$0.79
PASV CORRIENTE	\$486586.69	
<b>Capital de Trabajo</b>		
ACT CORR – PASV CORR	\$382016.91 - \$486586.69	\$104 569.78
<b>Solvencia</b>		
PASIVO	\$486586.69	\$0.59
ACTIVO TOTAL	\$827014.85	
<b>Índice de Rentabilidad</b>		
UTILIDAD	\$35481.08	\$0.69
PATRIMONIO	\$51556.17	

Basa en estos parámetros obtenidos el estados de resultados real del 2015 podemos entender que tenemos un gran déficit en nuestra capacidad para cubrir deudas en tiempo ya que solo contamos la cantidad de 0.79/1.00 para realizar pagos , nos referimos a dinero líquido real , lo cual no solo nos perjudica en la seriedad y prestigio de la empresa que se ha podido asegurar por las gestiones de negociación con los acreedores sino que nos pone en una situación de riesgo para optar por créditos ante las instituciones bancarias.

Un aspecto a señalar es el valor negativo de -\$104569.78 el cual se deriva del capital de trabajo lo cual nos indica de un desequilibrio patrimonial. El estar el Activo Corriente inferior al pasivo corriente nos da la idea que la empresa tiene más deudas que activos corrientes o de activos líquidos comercializables para pagar. Esto nos pone en alerta la necesidad de aumentar cuanto antes los activos corrientes esto se lograría de varias maneras, con la venta de activos inmóviles, apertura a nuevos inversores o la ampliación del capital. Cabe señalar que en nuestro caso solo sería aplicable esta última, la cual se lograría con una estabilidad en ventas y cobros oportunos. Ya que este indicador es de carácter fundamental pues es el único que garantiza la



continuidad de las operaciones, la salida ante emergencias financieras o técnicas y sobretodo nos impediría de estar en la banca rota.

Más analizando con respecto al año 2014 hemos tenido un mejora en cuanto a varios aspectos ya que la liquidez de 0.53 subimos 0.79, el capital de trabajo del déficit bajo unos 20 mil con relación al 2015, la solvencia bajo de un 0.92 al 0.59 y los más puntual el índice de rentabilidad subió de 0.42 en el 2014 al 0.69 con relación al 2015. Esto está comprendido por la un incremento del activo corriente lo cual sostiene el planteamiento anterior. Lo cual se manifestó en el aumento de capital de 15.000 a 50.000 y la adquisición de un terreno en valor de \$376 800.69.

Actualmente la empresa mantienen una deuda de \$417 432.80 de los cuales solo se cuenta con un activo corriente real de \$205 625.16 lo que representa una cobertura de solo 49.25% de las deudas contraídas desde el año 2013. Las cuales relacionamos de la siguiente manera:

Origen de la Deuda	Valor
Dra. Hilda Sánchez	\$60 000.00
Banco Internacional	\$134 706.99
Alianza del Valle	\$33 576.38
Proveedores Varios	\$170 103.69
Dr Stahl	\$19 045.74
Total	\$417 432.80

Por ende proponemos que en los próximos cobros intercalar pagos de proveedores con pagos bancarios ya que los pagos bancarios generar intereses los cuales deterioran bastante nuestros indicadores de resultados, así como cumplir con el presupuesto aprobado de 2016 en los epígrafes de pagos a las deudas contraídas las cuales dicho sean de paso representan actualmente el 70% de los gastos fijos de esta entidad. Aun nado ha eso como medida las utilidades alcanzados durante el periodo 2015 que correspondería los socios se reutilizaran en la entidad como capital de trabajo aumentado así el activo corriente. En cuanto a las utilidades correspondientes a los trabajadores eran pagas en los montos que el departamento contable calcule en las fechas estipuladas tal y como indica la ley.

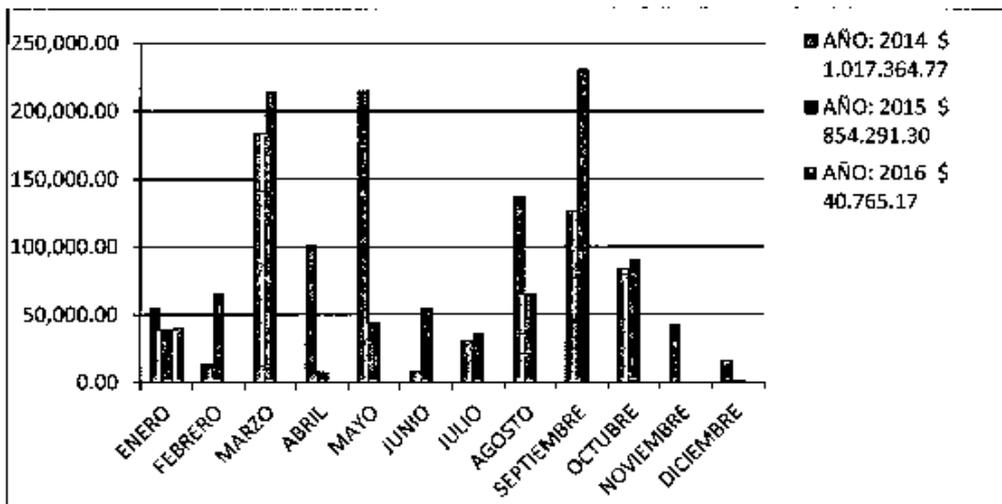
En el ámbito de comercialización columna vertebral de esta organización hemos logrado avanzar en varios aspectos y en otros aún no se concretan.



### **Resultado de Ventas 2015**

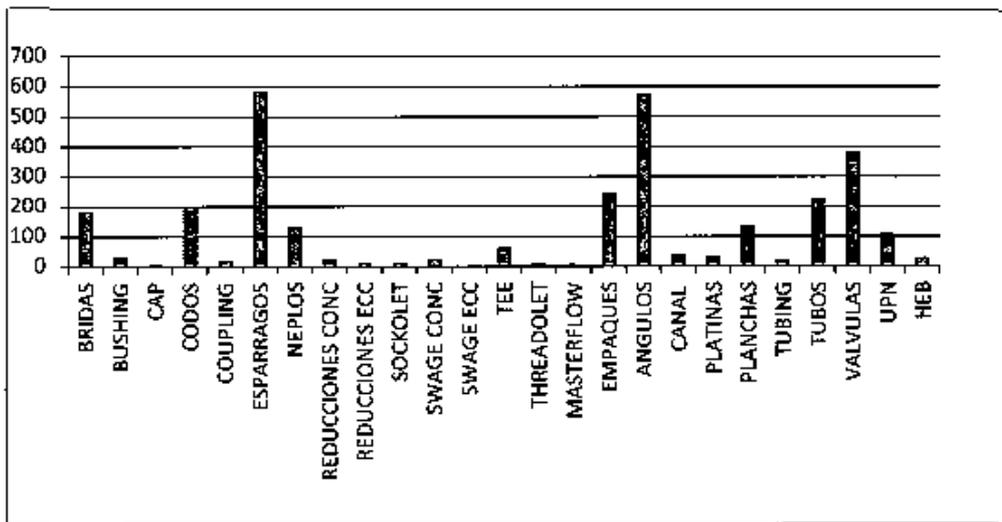
La crisis petrolera mundial actualmente se ha acrecentado sin duda, debido a diversos factores como lo son la gran demanda y menor productividad, razones geopolíticas, mala planificación por parte de los gobiernos, etcétera. El porcentaje en Ventas 2015 vs Ventas 2014 dio como resultado **-16.03%**

En el mes de octubre por indicaciones de la Gerencia general, no se avaló el despacho de material por un valor de \$53.707.11 a AZULEC S.A. por cartera vencida, este afecto el porcentaje de venta para el año en un 5.28%.



**Línea de producto con mayor rotación 2015**

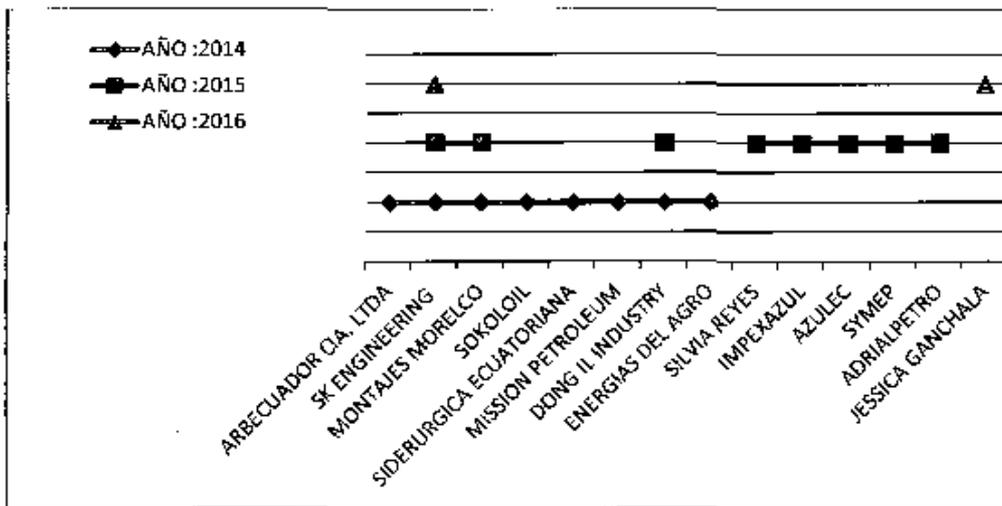
Al revisar la base de datos con respecto a los materiales de mayor rotación, encontré que la línea de producto "Accesorios" es la que tiene mayor impacto de venta, siendo los Espárragos los de mayor porcentaje y los Cap. en menor compra.





### Cientes 2015

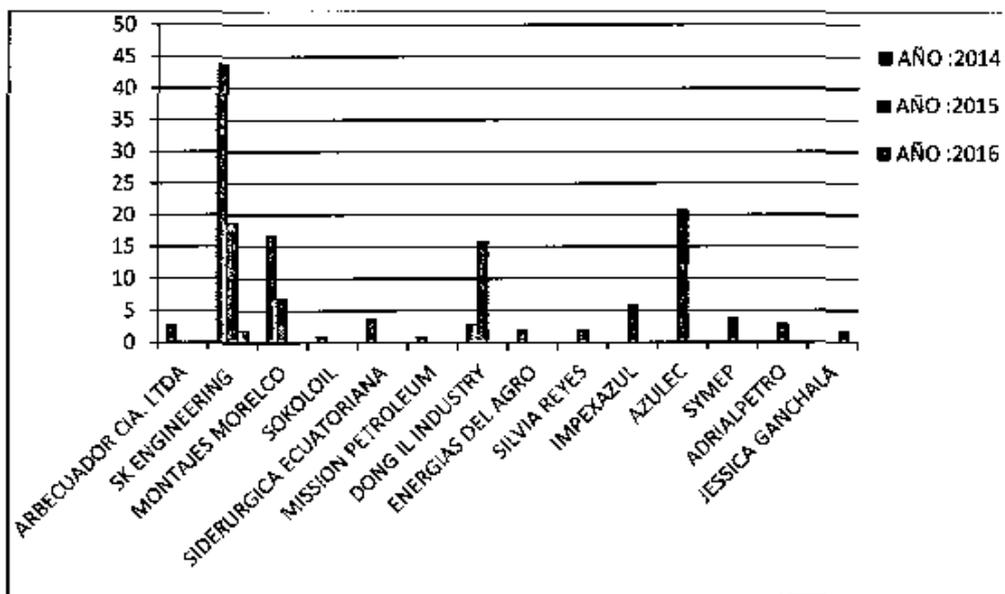
En el año 2015 hubo un incremento del 62.5% en clientes nuevos y la fidelización del cliente antiguo solo del 37.5% con relación al año 2014.





### Órdenes de compra 2015

Aquí podríamos ver el comportamiento de compra por cliente, el cual nos ayudara a buscar estrategias para la fidelización del mismo. En este registro falto incluir 6 órdenes de compra de AZULEC, las cuales no se procedieron a despachar por cartera vencida.





### **Análisis interno "Debilidades y Fortalezas"**

**Debilidades:** aquí comentare los elementos o actividades que la hace potencialmente vulnerable a los movimientos de los competidores o a las variaciones del entorno.

- \* Nos cuesta convencer a mas clientes de que compren nuestros productos; creo que se debe a lo poco atractiva que es nuestra pagina web, los trípticos, el brochure y la falta de la política de marketing.
- \* La importación de la empresa es muy reducida.
- \* Los competidores son mejores en áreas como en el descuento y stock.
- \* No hay un porcentaje de ganancia unificado.
- \* Capacidad económica baja para atender grandes demandas.

**Fortalezas:** aquí analizare los elementos o actividades que posibilitan una mejor actuación de la misma en relación a nuestros competidores directos.

- \* Buenas relaciones comerciales y personales con la mayoría de clientes.
- \* La calidad de nuestros materiales.
- \* Disponemos de una amplia y segura bodega de almacenamiento.
- \* El equipo de trabajo esta conformado de personas comprometidas y con visión de futuro.
- \* La retroalimentación y apoyo por parte de la Gerencia General sin ninguna objeción.
- \* Muy bajo porcentaje por devolución o rechazo de nuestros productos.

### **Análisis externo "Amenazas y Oportunidades"**

**Amenazas:** busco hechos potenciales que impiden el logro de los objetivos del área comercial.

- \* Los bajos precios de la competencia.
- \* La fuerte competencia de empresas extranjeras, con relación a las importaciones.
- \* La creación de nuevas empresas dedicadas a lo mismo que nosotros.



\* Hay cierta incertidumbre en la industria petrolera por la crisis que actualmente vivimos.

**Oportunidades:** busco hechos potenciales que facilitan la determinación y logro de los objetivos.

\* Aprovechar lo que nuestros clientes requieren y la competencia no lo tiene.

\* La continua y creciente inversión por parte de los socios y/o accionistas.

\* La fidelidad y captación de nuevos clientes, se relaciona a la calidad y precio de nuestros materiales.

**Informe cualitativo:** Este método se basa en los logros, conocimientos y comportamiento en el entorno.

Hemos conseguido tener una apertura en empresas importantes del País, logrando reconocimiento e invitaciones a licitaciones de gran impacto.

- Azulec – licitación para proyecto año 2016
- Halliburton – licitación de tubería por un periodo de 3 años (Código de proveedor calificado HS007981)
- Repsol – Licitación de accesorios de tubería por un periodo de 3 años (Código de proveedor calificado VENTAS80)

Adicional a esto, estamos registrados para participar en subastas de mínima y alta cuantía en el SERCOP (INDUSTAH101), de acuerdo a las nuevas proyecciones de la empresa para este 2016.

En cuanto al comportamiento por la mora de nuestros deudores, hemos realizado la gestión de cobro de manera personal, verbal y escrita, la cual no ha superado las expectativas planteadas pero se ha logrado bajar el porcentaje de endeudamiento.

#### **PROPUESTAS DE MEJORAMIENTO**

1. Capacitar al vendedor(es) para que aprendan técnicas y estrategias de ventas, eso permitirá ser más efectivos en cada oportunidad.
2. Crear una cultura de competencia sana entre los colaboradores. Ofrecer incentivos al compañero y/o vendedor del mes.
3. Premiar a los clientes más fieles; brindando un descuento.



4. Brindar una gestión oportuna cuando se presente una queja, reclamo y sugerencia.
5. Organizar algún evento; campeonatos de futbol, voleibol o caminatas.
6. Ofrecer regalos promocionales que sean útiles como memorias USB, bolígrafos, calendarios, etc.
7. Descubrir cuál es la necesidad del cliente, algunos buscan eficiencia, otros atención, bajos precios, calidad y hay quienes prefieren todo.
8. Realizar encuestas de satisfacción, así sabremos si lo estamos haciendo bien y qué debemos mejorar.
9. Con la nueva visión como empresa en diversificarnos en la industria en general, tener muy claro, qué estamos ofreciendo y conocer muy bien producto (beneficios, utilización, marcas, etc.).

**LCDO EMMANUEL ENRIQUEZ M**  
MANAGER  
Email: [gerente@industahl.com](mailto:gerente@industahl.com)  
[www.industahl.com](http://www.industahl.com)  
QUITO - ECUADOR