

## A.- DATOS GENERALES: IDENTIFICACION Y LOCALIZACION DE LA EMPRESA

DATA CENTER ENERGY INTEGRATION DESIGN INSTRUCTION

RAZON O DENOMINACION SOCIAL		02 RUC	1791921194001		03 EXPEDIENTE	151237	
01	MAX GROWTH CIA. LTDA.						
04	PROVINCIA PICHINCHA	05 CANTON QUITO	06 CIUDAD QUITO				07 PARROQUIA EL BATAN
08	CALLE ELOY ALFARO			09 NUMERO 2420	10 TELEFONO: 2463879	FAX:	
11	INTERSECCION FERNANDO AYARZA			12	EDIFICIO C. COMERCIAL MILANESI	PISO,DEPTO,OFICINA 1 <sup>o</sup> , OFIC.# 7	
14	ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL CONSULTORIA Y ASESORIA EN TEMAS DE LA GESTION EMPRESARIAL Y DESARROLLO SOCIAL.			15 COD. ACTIV.			EMAIL maxgrowth@hotmail.com
17	REPRESENTANTE LEGAL ECON. VILMA AGNES PATRICIA VALLEJO GORDON			16 CEDULA 1709977589	19 CARGO GERENTE GENERAL		
20	PERSONAL OCUPADO					AUDITOR EXTERNO	R.N.A.E.
DIRECCION	1	ADMINISTRACION	— PRODUCCION	— OTROS	—	21	

**B.- NOMINA DE SOCIOS O ACCIONISTAS 2/.**

## 1/ : Codificación de la Inversión Extranjera

1: Inversión Extranjera Directa 2: Inversión Subregional 3: Inversión Neutra 4: Inversión de extranjeros calificada como Nacional

2/: Si tiene más accionistas favor anexar las hojas necesarias bajo este formato.

**TOTAL** \$ 400 =

necesarias bajo este formato.

**NOTA: EL PRESENTE FORMULARIO NO SE ACEPTARA CON ENMENDADURAS O TACHONES**

**FECHA DE PRESENTACION**

AÑO	MES	DIA
2005	04	

**FIRMA DEL REPRESENTANTE LEGAL**

**ORIGINAL: SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS**

TASKI S.A. R. U. C. 1790716147001 - RESOLUCION 231 27-03-02

**MAXGROWTH CIA. LTDA.**  
**INFORME ANUAL DE ACTIVIDADES**  
**PERÍODO: ENERO – DICIEMBRE 2004**

A continuación se presenta un resumen de las actividades y resultados más importantes, preparados en base a los informes mensuales entregados.

**1. PERSPECTIVA PERSONAS: Garantizar la calidad, honestidad y compromiso de los consultores externos.**

**a) Selección de consultores y creación de base de datos.**

Con el propósito de satisfacer las expectativas de los clientes, se convocó a un grupo de 15 profesionales con diferentes especialidades, para realizar la convocatoria se tuvo en cuenta el listado proporcionado por los socios de la Empresa, quienes conocen varios consultores en este medio. Posteriormente, se recopilaron los currículum y luego de las entrevistas se definió la información que ingresaría a la base de datos.

**b) Definición de términos de referencia para la contratación de consultores.**

Al momento se dispone de una matriz para la preparación de los términos de referencia para la contratación de consultores, lo que facilitará la gestión de la empresa a futuro.

**2. PERSPECTIVA CLIENTES: Diseñar productos y servicios adecuados a la demanda.**

**a) Diseño de productos y servicios que ofrecerá la Compañía.**

En base al nicho de mercado al que se decidió ingresar en una primera fase, esto es a la demanda que tienen las Organizaciones no Gubernamentales, se determinó que los productos principales son los siguientes:

1. Negociación de Proyectos.
2. Formulación de Proyectos.
3. Elaboración de Análisis de factibilidad.
4. Planificación estratégica y Operativa; y,
5. Elaboración de Estudios de Mercado.

Para cada uno de estos productos se establecieron dos opciones de oferta: Consultoría y/o Capacitación. Del mismo modo, para cada uno de los productos se estableció un sistema de costeo por actividades, para responder ágilmente a los requerimientos de los clientes.

Adicionalmente, se diseñó un Plan de capacitación que servirá como documento base para el desarrollo de este servicio, y que facilitará tanto la preparación de las ofertas del servicio como su implementación.

**b) Elaboración de la planificación estratégica y el presupuesto anual.**

Con la participación de los Socios de la Compañía, y de 3 de los Consultores registrados en la base de datos, se elaboró la planificación estratégica para un período de 5 años. Posteriormente, teniendo en cuenta los aportes comprometidos por los socios para el año 2004, se elaboró el presupuesto anual del año en mención.

**3. PERSPECTIVA RESULTADOS: Garantizar la sostenibilidad de la Empresa.**

**a) Negociar los servicios con los clientes.**

En base a la información de algunos directorios de ONGs, se realizó una primera selección de posibles clientes. A un total de 30 clientes seleccionados, se les solicitó entrevistas para presentar la Empresa y los servicios. Del total de clientes visitados, quienes nos invitaron a presentar ofertas para algunos servicios fueron:

- a) Intercooperation.
- b) PDA Saquisilí.
- c) PDA UNOCANT.
- d) Fundación Natura; y,
- e) FISE.

De las cinco ofertas enviadas, dos de ellas pudieron concretarse. En el caso de las tres restantes no fueron aprobadas, siendo los principales motivos:

- a) El precio estuvo más alto en relación con otras ofertas.
- b) Solicitaron que el líder del Equipo de consultoría fuera la Econ. Lilián Vallejo, Socia de la Empresa, y esto no fue posible porque ella no disponía de tiempo. A futuro será necesario analizar con detenimiento este tema, pues si bien es favorable para la empresa el hecho de que conozcan a la Econ. Vallejo, también podría ser un cuello de botella si ella no puede liderar las consultorías.

**b) Dictar el curso sobre Análisis de Factibilidad.**

El curso se dictó dentro del tiempo previsto y sin inconvenientes. El nivel de satisfacción del cliente fue alto y esto es bueno porque podríamos conseguir otras consultorías en Fundación Natura.

**c) Cumplimiento de las normas administrativas, financieras y tributarias.**

Debido a que la empresa ya estaba en funcionamiento cuando me hice cargo, hubieron algunos desfases en el cumplimiento de las obligaciones tributarias; sin embargo, se

cancelaron las multas correspondientes en el SRI y a la fecha estamos al día con las obligaciones adquiridas por la empresa.

Se ha reportado y justificado periódicamente los gastos de caja chica, y los adquiridos por la empresa. Los reportes presentados quincenal y mensualmente han servido como respaldo para la elaboración de la contabilidad del 2004

#### 4. PERSPECTIVA PROCESOS

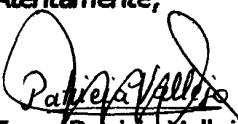
##### a) Elaboración de informes financieros – contables.

Respecto a los balances del año 2.004, presentados y analizados conjuntamente con los socios, aprovecho para mencionar dos reflexiones:

1. Un aspecto positivo ha sido el contar con los aportes económicos de los socios en las fechas acordadas. Dichos aportes llegaron a US\$ 2.521,90 en el año 2.004.
2. Debido a que aún no se ha logrado incrementar el número de clientes, la pérdida del ejercicio fue de US\$ 1871,38, ubicándose los principales gastos en Sueldos y Salarios (US\$ 1093,21) y Beneficios Sociales (US\$ 368,11).

Los resultados obtenidos, así como la disponibilidad de tiempo de parte de los Socios para garantizar el objetivo para la cual fue creada la Empresa, deberán servir como elementos de análisis para que los socios determinen si continúan o proceden al cierre y liquidación de la Compañía.

Atentamente,



Econ/ Patricia Vallejo G.  
GERENTE GENERAL

cc. archivo  
LVG/.