

**INFORME DE GERENTE
TECHNOSWISS REPRESENTACIONES Y SERVICIOS CIA. LTDA.**

PERIODO 2015

Quito, 05 de abril del 2016

A continuación resumo los acontecimientos y resultados más importantes durante el ejercicio económico 2015. Fue el primer año, que se ha desarrollado completamente en la planta en Pifo, con los departamentos administrativo, comercial y de proyectos-diseño junto a las actividades de producción. En resumen se puede constatar, que unir las diferentes actividades en un solo sitio ha sido beneficioso en cuanto al desarrollo general de la empresa. Las ventajas logísticas con los contactos cortos y directos entre los departamentos se refleja en movilizaciones y llamadas telefónicas reducidas. Queda por solucionar el problema del clima interno del galpón, que con sus temperaturas volátiles y problemáticas afecta en determinados momentos el bienestar del personal administrativo.

El inicio del año se ha desempeñado económicamente bastante favorable, lo que generó una liquidez beneficiosa, la cual permitió cancelar y devolver diferentes préstamos, que la empresa ha mantenido con diferentes personas particulares. Pero este prometedor inicio se volvió en una situación económicamente apretada en el segundo semestre, por la reducida capacidad de pago del sector público, que se hizo sentir a causa de los reducidos ingresos estatales por la caída mundial de los precios petroleros. Los últimos meses estaban marcados por la imposibilidad de cobrar los saldos pendientes a diferentes contratistas con obras públicas, que hemos atendido oportunamente con la entrega e instalación de productos.

En lo personal cabe mencionar, que en este año una circunstancia familiar me hizo viajar tres veces a mi país natal Suiza, a causa de la agravada salud de mi madre de 88 años, quien finalmente falleció a inicio de noviembre.

Otro cambio migratorio necesario de mencionar, es el regreso del socio Theodor Isler a Suiza en el mes de julio, con toda su familia.

En este ejercicio económico la empresa alcanzó ingresos totales un poco más altos en relación al año anterior, pero lejos de la meta aspirada de \$800,000. El presente ejercicio arrojó como resultado una ganancia neta insignificante de \$3,788.73.

Las informaciones y explicaciones, que han generado estos resultados, las expongo a continuación:

A) Área Administrativa

El trabajo administrativo y comercial se desempeño con Maria del Carmen Anago como Auxiliar de contabilidad, Pablo Murgueitio como Jefe de proyectos (80% del tiempo), Oscar Haro como dibujante a 60% del tiempo por sus estudios en la Universidad. En consecuencia de tomar sus vacaciones acumuladas, necesitamos buscar una reemplazante para Maria del Carmen Anago para cubrir las funciones de auxiliar de contabilidad en planta. Por esta circunstancia se contrató a Priscila Peñaherrera, estudiante saliente de Comercio Internacional de la ESPE, quién posteriormente se quedó para reemplazar a Paulina Iza en sus funciones de asistente de ventas y de gerencia, quién entró en su fase de maternidad a finales de noviembre.

En el mes de junio, gerencia procedió con la elaboración de un perfil y búsqueda para la contratación de un ejecutivo comercial a través del portal "Acción Trabajo" y un servicio de mailing masivo para el Valle de Tumbaco. Entre 10 hojas de vida recibidas, gerencia evaluó las/los candidatas/os en un cuadro de calificación y realizó entrevistas con 2 personas. Posterior a una segunda entrevista y evaluación por el asesor Paúl Rivera, gerencia se decidió contratar a Sergio Chinchero como Director del departamento comercial, ventas y marketing, quién ingresó a la empresa en el mes de julio.

Durante todo el primer semestre del año, la empresa contrató al consultor Paúl Rivera de Cognitiva. Ocho personas del equipo administrativo entraron en un exigente proyecto de capacitación, en el cual fueron analizados debilidades y brechas de la organización y posteriormente fueron elaborados datos y desarrollados propuestas y soluciones para facilitar la toma de decisiones estratégicas. El alcance de la capacitación in-house fue determinante y abarcó temas de Logística, Producción, Finanzas, Marketing y Ventas, Desarrollo e Innovación, Talento Humano y Administración. En concreto fueron elaborados documentos importantes, que ayudan a aclarar temas acerca de los Objetivos Estratégicos, la Misión-Visión y los Valores internos de Technoswiss fueron actualizados, el Organigrama fue actualizado, se generaron varios Manuales de Funciones y se definió Indicadores Financieros, que determinarán las acciones por tomar para poder Incrementar la Rentabilidad de la empresa.

Para el segundo semestre, gerencia contrató un desarrollador profesional para la implementación de un sistema CRM moderno (Customer Relationship Management), cuyo proyecto incluía la adquisición de 5 licencias del programa FileMaker. A finales del año, el proyecto todavía estaba en su fase de implementación a causa de las mencionadas ausencias del gerente y la relativa complejidad de nuestras necesidades acerca de la generación de proformas con la respectiva base de datos de nuestros clientes y



para un seguimiento efectivo. Recién en el mes de enero 2016 se logró empezar con la elaboración de proformas a través del sistema FileMaker Pro.

Paralelamente a la participación de unos 20 representantes de la empresa y la misma como auspiciante del evento "Todo Lodo", Technoswiss empezó con actividades propias en las redes sociales. A finales del año, la página Facebook/technoswiss.ec contaba con más de 2000 seguidores, estamos presente con información en Twitter y se generó un QR-Code, el cual fue integrado en la nueva placa metálica, que se coloca en los elementos instalados.

A finales de julio, la empresa adquirió un Reloj Biométrico de Huella Digital modelo Atiempo con el respectivo Software, para facilitar y agilizar el registro y control de horas de todo el personal de la organización. A causa de un problema de internet y del Software con la red interna, el sistema no estaba totalmente funcional a finales del año. Por falta de una persona, que debería cubrir adecuadamente las funciones administrativas del departamento de Recursos Humanos, Miguel Correa como Director de Producción está encargado de manejar y administrar este registro necesario y obligatorio, circunstancia que causa ciertos inconvenientes.

La cantidad de personas en nómina durante todo el ejercicio fue de 24 empleados en promedio. Para poder responder ante el volumen de trabajo y obras por entregar en el tercer trimestre, la empresa recurrió a la contratación de personal bajo el esquema de contrato por obra.

B) Área financiera y económica

Los ingresos del ejercicio económico accedieron a \$641,946.99, lo que significa un crecimiento del 11% con respecto al ejercicio 2014 (\$578,430.29). La ganancia neta del periodo es de \$3,788.73, lo que equivale a 0.6% (año 2014: 3.25%) de utilidad en relación a los ingresos totales.

La participación directa de Technoswiss en procesos de Compras Públicas durante el año nuevamente ha sido escasa. Logramos solamente tres contrataciones: una adjudicación por Giro de Negocio de la Unidad de Espacios Públicos UEP de la EPMMOP; una por la Fundación Museos de la Ciudad (Mantenimiento de sendero y miradores en el Museo del Agua YAKU) y la adjudicación de 5 Chozones en el Parque Jerusalem por el GAD Provincial Pichincha. (Nota: por falta de recursos en el GAD Pichincha, el anticipo recién fue transferido el 16 de febrero del 2016!)

En condición de empresa subcontratada, Technoswiss instaló a inicio del año varios juegos, mobiliario y una tarima de más de 500m2 en el Parque lineal de Zamora, contrato que fue gestionado por el socio Theo Isler con el constructor Ing. Santiago Hidalgo a través del Consorcio Yaguarzongo. Como consecuencia de un intenso trabajo precedente, Technoswiss logró una interesante contratación por el QTGC (Quito Tenis y Golf Club), donde hemos intervenido todo el área recreativo "El Duende" del Club, el cual fue equipado con nuevos juegos de catálogo, instalaciones personalizadas como el Laberinto con pingos, caña guadúa y plantas, además una pérgola de entrada.

Ventas por segmento de mercado:

Para reflejar de una forma más real las ventas por segmento de mercado, hemos implementado el segmento "Privado-Público" a partir del año 2014, criterio que identifica las ventas a un cliente particular (p.ej. constructor), pero cuyos fondos de inversión tienen una procedencia inconfundible del sector público.

A continuación el cuadro comparativo de los últimos 5 años:

Venta por Segmento	año 2011	año 2012	año 2013	año 2014	año 2015
Sector Privado	43.00%	64.83%	58.00%	31.80%	45.00%
Sector Privado-Público	--	--	--	47.26%	37.00%
Sector Público	57.00%	35.17%	42.00%	20.94%	18.00%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Estos datos indican, que el 55% de los ingresos generados en el 2015, salió del Sector Público, mientras el Sector Privado aportó con 45% a los ingresos totales, porcentaje que equivale más o menos al promedio de los últimos 5 años.

2) Planificación y Producción

- revisar permanentemente los procesos productivos, con el fin de identificar restricciones del sistema e implementar los respectivos correctivos
- en base a una revisión de los procesos productivos complementar el parque de máquinas con adquisiciones puntuales
- completar los planos constructivos en Auto-CAD de todos los juegos del catálogo con sus respectivas listas de materiales (recetas)
- completar los cálculos CTV (Costo Totalmente Variable) según TOC de los principales juegos y mobiliarios; control de gastos en obras grandes o particulares y elaborar post-cálculos
- elaborar el manual de funciones de todo el personal de la empresa, con el fin de establecer la cadena de mando, niveles de rendimiento y fijar objetivos para cada área de trabajo

3) Contabilidad

- integrar módulos complementarios en el sistema contable para facilitar los diferentes procedimientos: facturación, cuentas por cobrar, cuentas por pagar y flujo de caja
- conocer y revisar sistemas contables diferentes, que tendrán módulos más funcionales para administrar nuestra cadena de valor

4) Marketing y Ventas

- elaborar un atractivo catálogo impreso con los productos y servicios para su distribución dentro de los segmentos interesantes de los sectores privados y públicos
- actualizar y renovar la página web a HTML 5; incluir testimonios escritos y en forma de videos
- priorizar al segmento privado con acciones publicitarias
- integrar plenamente el sistema FileMaker en la administración de clientes, proformas, seguimiento, informes estadísticos etc. (CRM)
- aumentar de aprox. 4% (año 2015) al 8% el cierre de ventas en relación al volumen total proformado

5) Seguridad laboral y Bienestar

- intervenciones puntuales para mejorar la seguridad industrial y ofertas de higiene
- actualizar y socializar el Reglamento de Seguridad industrial, además aplicar el plan de emergencia a través de simulacros



Peter Egli
Gerente General Technoswiss Cia. Ltda.
5 de abril 2016

Los costos de producción de \$ 446,784.99 (año 2014: \$414,538.72) representan el 70% (año 2014: 72%) de los ingresos totales, valor que sigue muy elevado ya que la empresa tiene apenas el 30% de los ingresos para cubrir la utilidad y otros gastos operacionales.

Los gastos operacionales generales de toda la empresa (= gastos fijos) llegan a aprox. \$23,000 por mes. Esto significa, que cada empleado de Technoswiss tiene un costo promedio de unos \$920 al mes para la empresa. Transformado a un costo promedio por hora, y partiendo de 172 horas laborales en el mes, se puede determinar, que el costo promedio por hora es de \$5.35.

Si dividimos los gastos operacionales de \$23,000 al mes por las 14 personas netamente productivas, resulta un costo de \$1,643 por trabajador, resultando un costo de \$9.55 para cada hora laborada.

Si asumimos, que estas personas, que generan directamente valor agregado (!), en realidad solamente pueden ser productivas durante 155 horas al mes, el costo por hora habría que establecer en \$10.60.

El valor de los activos fijos no corriente, que sirve como garantía para casos en que la compañía requiera de financiamiento o cálculo de índices financieros, para participar en procesos de contratación público, se ha mantenido a un nivel bajo con \$ 23,607.35.

C) Área de Producción

El departamento de producción fue manejado por el mismo equipo durante todo el año:

Miguel Correa como director de producción; Luis Soria como jefe de planta; Juan Carlos Cuichán como jefe de bodega y de compras, con Edwin Peñafiel como asistente en el área de producción y bodega.

Durante el ejercicio del año, se gestionó dos importaciones de Wolmanit CX-10 y Wolmanol con costos ExWorks de \$ 10,864.00 en marzo, y \$19742.00 en octubre respectivamente. A consecuencia de las Salvaguardas y las políticas de calidad, aplicadas a productos importadas por el INEN, la importación del Lasure Wolmanol requirió como documento habilitante la elaboración y presentación de una Declaración Juramentada. Los costos indirectos para transporte y nacionalización de las dos materias representaron en ambos casos un 20% del costo exFábrica.

Desde el segundo semestre del año 2014 contamos con un registro detallado y diferenciado de las maderas inmunizadas en nuestra planta. Durante este ejercicio (enero a diciembre) fueron inmunizadas las siguientes cantidades de madera:

- 210m3 de madera inmunizada para obras y producción propia de Technoswiss
- 75 m3 de madera inmunizada para clientes externos

En total 285m3 de madera inmunizada, lo que equivale a aprox. 1.3 cargas por día laboral, considerando que un carga alcanza en promedio un volumen de 0.9m3.

El consumo total del inmunizante Wolmanit durante todo el año, alcanzo la cantidad de 4,980 kilos.

El jefe de bodega presenta ahora mes a mes el inventario actualizado.

En conjunto con el departamento de diseño, se ha avanzando con la actualización de los planos constructivos de los modelos estándares.

Dentro del curso de capacitación, el jefe de producción (Miguel Correa) realizó un registro detallado de los diferentes medios de transporte (propios y contratados), empleados en el transcurso del año. Los datos levantados y tomando en cuenta que la empresa está gastando más de \$20,000.00 por concepto de fletes por terceros, los indicadores deducidos se prestan para analizar más de fondo este rubro de gasto considerable.

En base a un diseño propuesto por nuestros diseñadores, se realizó un cambio visual importante en la entrada al área administrativo, que ahora luce con una fachada de madera, incluyendo una doble puerta y una estructura tipo alero con vidrio laminado.

D) Objetivos para 2016

1) Objetivos económicos

- meta para volumen de ventas en 2016 de \$750,000
- aumentar la productividad con intervenciones puntuales para mejorar la rentabilidad y conseguir una utilidad mayor al 5% sobre los ingresos totales