

INFORME DEL SR. JOSE MARIA PONCE GARCIA-HERREROS, GERENTE GENERAL DE PRODIESEL CIA.LTDA, A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2008

Generales:

Debido a que todos los socios nos encontramos bastante al tanto de lo realizado en la empresa, por este año me limitare a mencionar algunos de los acontecimientos mas importantes, asi como a realizar una comparación Económico-Financiera de los rubros mas significativos de Prodiesel.

Planificación Estratégica

Desde finales del año 2006, la Gerencia decidió y planifico el realizar para el año 2007 la Planificación Estratégica de Prodiesel, proyecto que se lo empezó desde el mismo mes de enero y pudo ser concluido con un gran éxito a mediados de año con la integración de todo el personal para el éxito del mismo.

Dentro de los pasos previos de la misma, la Gerencia procedió a elaborar una base de datos con mas de 1200 potenciales clientes y distribuidos

Dentro de algunas de las actividades y objetivos que se lograron definir están las siguientes:

OBJETIVOS ESTRATEGICOS	FACTORES CRITICOS DE ÉXITO	ACTIVIDADES
Incrementar las ganancias de la compañía.	Cumplimiento de estrategias	No aplica
		Reducción del precio de la grasa SFR para la venta del producto.
		Mejorar el manejo de la bodega.
		Crear un área específica de bodega con las adecuadas prestaciones.
Minimizar los Costos y Gastos	Establecer una política de compras, optimizando los costos.	Determinar los mínimos y máximos de stock de los productos.
		Diseñar un procedimiento basado en puntos de reorden
		Elaboración y aplicación de la política de compras.
		Planificar las importaciones de los productos mediante un cronograma de importaciones.
Incrementar las Ventas	Elaborar y establecer los presupuesto de gastos	Definir una política y presupuesto para los gastos de viaje.
		Planificar para reducir los gastos de viajes a Provincias.
		Eliminación de multas
Entregar productos de alta calidad y tecnología	Importar solo los mejores productos en la especialidad.	Elaboración del Presupuesto de Venta
		Seguimiento del Presupuesto de Venta
		Elaborar una política de precios y descuentos, según volumen de compra (Punto de Rompimiento).
Entregar productos de alta calidad y tecnología	Importar solo los mejores productos en la especialidad.	Determinar un procedimiento para tener un sistema de monitoreo con los mejores productos del mercado.

	Elaborar los productos y servicios con calidad.	Determinar las mejores opciones de envase y empaquetado para los productos.
	Elaborar los productos y servicios con calidad.	Definir un procedimiento de envasado, empaquetado y embalado de productos.
Dar un servicio constante, ágil y con calidad.	Establecer los clientes importantes y medianos, y los posibles <b>clientes potenciales</b> .	Determinar los clientes importantes y medianos para cada una de las cuentas.
		Elaborar y ejecutar un programa de visitas a clientes nuevos y de mantenimiento los primeros 5 días de cada mes.
	Visitas técnicas a nuestros clientes en base a los estándares de venta.	Desarrollar un Procedimiento en la ISO en el cual el Dpto. Técnico confirme con los clientes durante los primeros 5 días de cada mes las visitas a realizarse, y diseñar el formulario
	Mantener la Certificación ISO 9001:2000	Un cronograma de auditorías del sistema de gestión de calidad. (fijar fechas de dos auditorías internas)
Realizar y documentar una actualización del sistema. (actualizar versión)		
Ayudar y hacer más tangibles los beneficios económicos y ambientales de nuestros clientes.	Estar con el cliente permanentemente.	Realizar y ejecutar un cronograma de análisis de aceite por cada elemento.
		Realizar y ejecutar visitas periódicas para medición de gases y calibración de equipos.
		Realizar y entregar informes trimestral (Gerencia General) enfocados a sentir el ahorro de nuestros clientes y la disminución en el impacto ambiental.
		Realizar y entregar un informe técnico de manera semestral (Al técnico).
	Brindar las mejores soluciones a nuestros clientes.	Determinar los productos que tengan un alto beneficio a nuestro cliente.
		Buscar soluciones externas en caso de que nosotros no podamos dar una solución al cliente.
Estructurar y desarrollar la gestión comercial.	Fortalecimiento de la gestión comercial de la empresa	Selección de Vendedores
	Fortalecimiento de la gestión comercial de la empresa	Contratación de Vendedores
	Fortalecimiento de la gestión comercial de la empresa	Crear un proceso de inducción a los vendedores.
	Fortalecimiento de la gestión comercial de la empresa	Desarrollar los procedimientos de rutas, metas de venta, Presentación de productos, políticas de sueldos y comisiones.
	Fortalecimiento de la gestión comercial de la empresa	Desarrollo de un plan de publicidad para el sector industrial.
	Fortalecimiento de la gestión comercial de la empresa	Estructurar la política de precios y descuentos.
	Fortalecimiento de la gestión comercial de la empresa	Estructurar el proceso para subdistribución a nivel nacional.

Incrementar la participación en nuevos segmentos de mercado Industrial.	Participación en eventos del sector industrial	Determinar los eventos de los sectores donde se quiere ingresar.  Ejecución y control de cada uno de los eventos.
	Creando promociones para nuestros clientes.	Definir un programa de incentivos para los clientes actuales y futuros
	Ventas a nuevos sectores del mercado	Asignando cartera de clientes a vendedores
		Realizando el seguimiento de los vendedores
	Pedir Referidos a clientes actuales.	Seguimiento de referidos
Crear un alta fidelización por parte de nuestros clientes.	Realizar un seguimiento mas intenso a los clientes.	Realizando llamadas mensuales a los clientes.
	Fortalecer las mediciones y analisis de aceite y gases.	Realizar un análisis de los informes que se le realiza al cliente
Determinar la eficiencia y la eficacia de los productos comercializados y por comercializar	Estructurar procesos comerciales por nuevas líneas de producto.	Estructurar un proceso de investigación De mercado: Precio, producto plaza, promoción Persona, competencia.
		Definir los procesos de operación interna del producto nuevo.
		Realizar procedimientos de pruebas del producto para medir la aceptación.
Mejorar la administración y el control del proceso logístico de inventario.	Fortalecer la gestión logística	Selección y contratación de Jefe Logístico.
		Toma física del inventario, el cual se plasmara en un kardex el cual será llevado por secretaria. Responsable gerencia y Secretaria Crear un formulario de requisición de producto en base al cual se realizara la entrega de producto, el cual deberá ser llenado por la persona que requiere la mercadería
		Elaboración del manual logístico: Puntos de reorden, manejo y administración de bodega, manejo de producto, manejo embalaje, mecanismos de transporte de producto, procedimiento de solicitud de inventario, procedimientos de compra e importación y envase de producto.
	Mejorar la infraestructura	Designar un lugar específico y funcional para la bodega de productos.
	Dar un servicio de entrega en 24 horas.	Contratar un servicio de courier para entrega de producto en caso de no ser posible se mantendra los despachos internos.
Fortalecer el procesos de reclutamiento y selección	Seleccionar al mejor personal para los puestos de la compañía	Elaboración de pruebas psicologicas. Elaboración de un procedimiento de reclutamiento para los diferentes puestos.
	Dar un correcto proceso de inducción a las	Elaboración de un manual de inducción general de la compañía.

	personas que ingresen a la compañía.	Elaboración de procedimientos básicos para manual de inducción.
Mejorar la estructura interna de la organización	Mejoramiento del Ambiente de trabajo basado en reglas claras.	Crear e implementar un reglamento interno.
		Elaborar e implementar una política de salarios, comiciones, beneficios y sanciones.
		Elaborar e implementar un manual de higiene y seguridad industrial.
		Elaboración de un manual técnico de funciones y responsabilidades.
	Contar con personal técnico altamente calificado.	Elaborar y ejecutar un plan de capacitación en base a las necesidades y perfiles actuales de la organización.
Evaluar al personal	Determinación de los objetivos del Colaborador.	Fijación clara de Objetivos a cumplir por parte del Funcionario
		Seguimiento y evaluación del cumplimiento de los objetivos asignados.
	Evaluación técnica de cada una de las funciones que realizan para cumplir los objetivos.	Determinación de checklist de evaluación de cada uno de los puesto, en base al manual de funciones.
		Seguimiento y evaluación del cumplimiento de las funciones.
Contar con equipos en exelentes condiciones para realizar las funciones requeridas.	Dotar e implementar los equipos necesarios y suficientes para el cumplimiento de cada una de las actividades.	Identificar la dotación para cada puesto de trabajo (area tecnica).
		Presupuestar la dotación para el personal.
		Dotar al personal.
	Elaborar y ejecutar un programa de mantenimiento(cuando aplicable) para los equipos, vehiculos, hardware, software y infraestructura física de compañía.	Elaborar, aprobar y ejecutar un programa de mantenimiento integral de los equipos de la compañía.

#### Ventas:

Dentro de todo lo que se obtuvo de la planificación estratégica realizada, considero lo más importante sin lugar a dudas el haber determinado la necesidad de crear una fuerza de ventas profesional en la compañía.

Para poder llevar esto a cabo de la mejor manera, la Gerencia contrato la asesoría externa del Sr. Oscar Olano de origen colombiano, y profesor de marketing de 2 universidades, quien luego de un minucioso análisis de la situación, se procedió a elaborar la estrategia correspondiente para poder cumplir con dicho objetivo, para lo cual cabe destacar la brillante labor realizada por la gerencia comercial de la compañía.

Se recibieron más de 150 carpetas, de las que se escogió a los mejores 4 vendedores, esto acompañado del montaje de oficinas, piso, computadoras, cambio de server, escritorios etc. todo lo cual represento un fuerte costo para la empresa, el mismo que estamos seguros rendirá sus frutos en el presente año, si bien hasta el cierre del ejercicio 2007 esto no ha sido mas que un gasto.

#### Departamento Técnico:

Como consecuencia de lo anterior tuvimos también que realizar la incorporación de un técnico adicional para poder de esta manera dar soporte al crecimiento esperado a raíz del incremento de la fuerza de ventas.

#### Vehículos y Equipos

Se procedió a principios de año a adquirir una minivan de fabricación China muy similar a la Carry de la Chevrolet, pero US. 2,500 menos, la que tuvo un costo de aproximadamente US. 10,000, y por último se adquirió poco antes de terminar el año otro equipo Testo 350, similar al que se adquirió el año antepasado, con un costo aproximado de US. 12,000.00

#### ISO:

Por tercer año consecutivo fuimos auditados y re certificados con la norma de control de Calidad ISO 9001-2000, en absolutamente todos los procesos operativos de la compañía.

Como pueden ver, se puede decir que la compañía se encuentra con todas sus áreas y departamentos muy bien estructurados y preparados para soportar y aguantar cualquier crecimiento que pueda producirse como consecuencia de un incremento en ventas como el que se prevé para el presente año.

#### Análisis de Resultados:

Debido a la estrecha comunicación que mantenemos los pocos socios que conformamos el paquete accionario de Prodiessel, me voy a abstener de hacer mayores comentarios en este informe y más bien procederé a continuación a realizar un breve análisis y una comparación de los principales rubros de los Balances de la compañía con el ejercicio del año anterior 2006.

#### Ventas:

Las Ventas de la empresa crecieron de US. 194,526.48 del año 2006 a US. 270,029.74, o sea el crecimiento en ventas fue de **US. 75, 503.00 que equivale a un 38%.**

El análisis por línea de producto de la compañía es el siguiente:

#### FPPF- (Línea Combustibles):

En la línea de FPPF que como todos sabemos es la principal de la empresa se tuvo un ligero incremento de US. 145,960.00 a US. 148, 904.00 esto es US. 2, 944.00 que representan un 2% de incremento en la línea.

Esto a mi modo de ver más que un incremento en ventas, esto debemos verlo como un buen manejo de cuentas en las que básicamente se mantuvieron las del año anterior y se tuvo un ligero crecimiento.

En unidades (galones) se subió de 1991 Gls. en el 2006 a 2,272 Gls. en el 2007, o sea 281 Gls. más, que equivalen a 23.4 Gls. mes de incremento, que si es una cantidad interesante, pues en unidades representa un crecimiento del 14%.

Respecto a los costos directos estos ascienden a US. 21,571.00, o sea representan apenas un 14.5% de sus ventas (en el 2006 fue del 19% ), lo cual confirma que definitivamente sigue siendo la línea principal de la compañía, con un margen de contribución de **US.127,333.00**

#### Puradyn:

Como todos sabemos esta es la línea "Benjamin" de la compañía, y la que mas expectativa ha generado en la empresa.

Con la consideración que en el 2006 apenas se la comercializo por 6 meses, generando un monto de ventas de US. 20, 469.00, en el 2007 se vendieron US. 76,686.00.

Sin embargo lo más importante a mi modo de ver es que de todas las instalaciones realizadas no se ha tenido un solo problema técnico ocasionado por el uso de los filtros, lo que significa que es una línea confiable y de gran futuro para la empresa.

Los costos directos de esta línea ascienden a US.34,130.00 que equivale a un 46 % de sus ventas, con un margen de contribución a la empresa de **US.42, 556.00**.

**SFR.**

Esta línea a pesar de tener una gama de excelentes productos, realmente se ha vuelto más un complemento (muy útil a veces) de las otras dos, ya sea para mejorar la combustión y emisión de gases contaminantes en motores que utilizan nuestra línea de FPPF, o para mejorar la lubricación y conservación del aceite en nuestros clientes que utilizan nuestros sistemas de filtración Puradyn.

El volumen de ventas de este año ascendió a US.10,630.00 contra US.17,342 en el 2006, o sea hubo un decrecimiento en ventas de US. 6,712.00 en relación al año anterior.

El costo en esta línea de productos representa un 48% de sus ventas que suma US. 5,098.00, dejando un margen de contribución de **US. 5,532.00**.

Atentamente



Jose Maria Ponce

Gerente