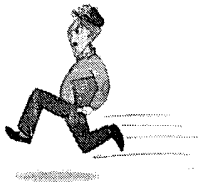
www.deuna.com.ec

Informe de Gestión

2011

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
29 MAYO 2012
OPERADOR 7
QUITO



Todo lo hacemos de una porque servir es lo mejor

Señoras Socias:

Reciban un cordial saludo, al presentar el informe de actividades del periodo contable 2011, me corresponde reiterarles que todas las acciones ejecutadas por esta administración, han estado encaminados a alcanzar los logros y metas propuestos en la empresa.

Por mandato legal, y por responsabilidad social, nos reunimos, para presentar el informe de la gestión realizada en estos doce meses.

Durante el ejercicio fiscal que ha concluido el 31 de Diciembre del 2011, a pesar de ser el segundo año de la empresa ha sido moderadamente favorable, lo que se refleja en el cuadro de ventas, sin que el crecimiento alcanzado, permita cubrir los gastos fijos de la empresa para un adecuado funcionamiento.

Los esfuerzos de mi administración han estado encaminados para que la empresa mantenga un crecimiento en el giro normal de sus actividades.

Durante este año de operaciones que termino el 31 de Diciembre del 2011, con el esfuerzo de todo el personal que conformo la empresa se consiguieron algunos logros como:

1.- Tener reconocimiento de la empresa mediante publicidad masiva, la misma que se realizo a través de distintos medios como: volanteo en oficinas y edificios, en empresas de entrega de encomiendas sean aéreas o terrestres; mediante mailing a todas las empresas sean grandes o pequeñas de distintas actividades económicas; se utilizo publicidad mediante el servicio que ofrece la Cámara de Comercio de Quito realizando una publicidad en la página web de la Cámara, a la que acceden los socios de la Institución; se realizaron llamadas telefónicas ofreciendo el servicio a las empresas que se encontraban en la guía telefónica de Quito, según registro adjunto, se contactó, por esta misma via, a todas las asociaciones, fundaciones, embajadas. Etc. (registro adjunto) la gestión dio varios resultados, entre ellos, se cumplio el objetivo de nacernos conocer como empresa de mensajeria.

2.- Conseguir alianza con la CAPEIPI, empresa a la que se prestó los servicios, recibiendo el pago del servicio realizado, esto es, no se presto servicios mediante canje.

3.- Disminuir los costos de la empresa manteniendo la calidad del servicio tanto para el cliente externo como para el interno. (Celular, servicio de Internet, luz, teléfono, arriendo, materiales de oficina y limpieza)

Gestión realizada en el área administrativa:

1.- Se realizó el plan de negocios (con el que la empresa no contaba) en el que se definió cada una de las unidades de negocio (mensajeria, call center, cupido y el servicio de limpieza que no se utilizó) y se procedió a esquematizar el proceso que cada área tendría.

2.- Se procedió a evaluar los costos de la compañía la que reflejó que sinembargo de ser una PYME no cuenta con ingresos que cubran los costos operativos de la empresa. Por esta razón, se procedió a contratar otro servicio de internet, de celulares del personal, se recortó el uso de suministros de oficina, tratando de no bajar la calidad de los servicios ofrecidos.

3.- Se realizaron reuniones con el personal interno determinando las funciones de cada miembro, por lo que se elaboraron formatos de comunicación, notificación y operatividad, tanto para la parte administrativa como financiera.

4.- Frente a la necesidad de personal que ejecute el trabajo de mensajería, se publicó convocatorias para aspirantes al cargo, en El Comercio, periódico local, se hicieron citas de contactos realizados mediante las paginas correspondientes de Internet, pudiéndose detectar que el salario de mensajero es superior al sueldo básico mensual. Se observó que muchos de los aspirantes no se ubican en la ciudad, y que no tienen conocimiento de las direcciones, calles y sectores. Lo que fue evaluado con una prueba que se les tomaba previa a la entrevista.

5.- En el afán de conseguir que se ubiquen en la ciudad, se intentó proveer al personal de mensajería de GPS, para lo que se solicitó cotizaciones, debiendo obviar esta opción por los costos de los mismos.

6.- Se elaboró un reglamento de funcionamiento para aplicar con el personal de la compañía, el mismo que se puso en conocimiento de la señora socia Elena Quevedo y luego se procedió a enviar a la Dra. Linda Arias quien realizó correcciones, con las que nuevamente se consulto a la señora socia Elena Quevedo para su análisis y aprobación, indicándole que el Reglamento estaba listo para ser enviado al Ministerio, lo que no se pudo realizar por no tener los recursos economicos necesarios.

7.- La empresa adquirió una motocicleta para uso del mensajero, la misma que no se encuentra matriculada por no tener recursos económicos, lo que se puso en conocimiento de la socia señora Elena Quevedo. Se realizó el pago del soat con dinero que prestó la gerencia.

8.- En relación al pago de las obligaciones del IESS, debo indicar que se encuentra pagado, habiendose pagado los aportes del mes de julio 2011 con prestamo de gerencia.

9.- Los salarios del personal se encuentran cancelados hasta el mes de diciembre con el capital operativo que se solicito a la señora Elena Quevedo durante todo el año, cuyos valores estan registrados en los ingresos de la cuenta bancaria de la empresa, no se ha cubierto el salario de gerencia desde el mes de septiembre 2011, por no haber suficientes ventas ni ingresos economicos que puedan cubrirlos.

10.- En cuanto al personal que se retiro de la empresa, se indico a la señora Elena Quevedo que la vendedora Eisa Gualan debia ser retirada de la empresa, quien puso la renuncia con oportunidad, se acordó pagar su liquidacion en 4 partes de las cuales solo han sido canceladas 2 cuotas, sin que la empresa tenga recursos económicos para terminar de cancelarlas.

GESTION OPERATIVA:

1.- En el mes de agosto la empresa empezó a crecer con nuevos clientes, lo que obligó a la cmpañía a la contratación de un mensajero más por medio tiempo.

2.- Debo informar que cuando la empresa tenía entregas masivas se contrataba personal ocasional para el reparto de esos contratos, debiendo en determinadas circunstancias, incluir en las entregas a todo el personal incluído gerencia, cuando los requerimientos lo ameritaban, aunque no era la función de cada uno de los empleados.

3.- Con el afán de cumplir los contratos, en las entregas masivas todo el personal se dedicaba al ensobrado y etiquetado de los documentos para ser entregados, así como la sectorización de las direcciones para subir al sistema y poder realizar las entregas por sector.

4.- Se sostuvieron reuniones con los señores de Doknos, para mejorar el sistema y así tratar de ajustar este sistema a las necesidades de la empresa.

GESTION DE VENTAS:

1.- Se hizo un análisis de costo de mantenimiento de la vendedora con el caso de la señora Elsa Gualan, contratada por la gerencia anterior quien tenia una remuneración fija de $400 dólares + beneficios de ley, lo que no era apropiado para la empresa, pues lo usual es que se maneje en este tipo de cargos, un sueldo fijo + un variable por las ventas obtenidas.

2.- Como estrategia de oferta del servicio, en el mes de enero, se desarrollo una nueva carta de presentación de los servicios de la empresa, una guía para las llamadas telefónicas de oferta de servicios, flyers para el envío de correos masivos en ocasiones especiales.

3.- Se hizo investigación de mercado en el área de servicios de call center, de cuyo análisis se obtuvo la situación de la competencia en cuanto a demanda y precios.

4.- Para mejorar el servicio de mensajería se hizo un análisis de la información de costos establecidos en la empresa, se obtuvo nuevas cotizaciones para con esta información analizar varios ejes del servicio, tales como, precios, tiempos y tipo de servicios.

5.- Igualmente se hizo un estudio con el servicio de limpieza de oficinas y casas, el mismo que no se desarrolló por falta de personal, conocimiento de su manejo.

6.- Al personal de ventas, se le instruyó cómo gestionar la búsqueda de mercado, trabajando con grupos de clientes, identificando los que necesitaban el servicio, los que utilizan el servicio y los posibles clientes. La gestión de gerencia era la de indicar como ingresar a paginas web donde solicitan mensajero; revisar el periódico del dia domingo y las paginas de oferta de empleo electrónicas; obtener las direcciones electrónicas de asociaciones, embajadas, colegios gremiales, hoteles, empresas dedicadas a realizar eventos, cuyo detalle se adjunta.

7.- Se envió correos masivos ofreciendo el servicio sacando de la guía telefónica los datos de las empresas, sin resultados positivos.

8.- Se consideró la posibilidad de trabajar con florerías considerando las florerías mas grandes en la ciudad de Quito a quienes se les ofreció el servicio, la Florería la Orquídea indico que trabajaría con nosotros, a quienes se les pudo ofrecer el servicio solamente dos ocasiones, ya que requerian de mayor personal. Para este efecto se ordeno la fabricación de cajas metálicas, las mismas que no han sido utilizadas en ventas.

9.- La compañía al no contar con recursos económicos para contratar un nuevo vendedor, optó por que la Gerencia se ocupe de esta gestión, desde el mes de agosto, habiendose firmado varios contratos gestionados, lo que ayudo a que en el mes de agosto, la empresa crezca en ventas como se puede observar en el cuadro respectivo.

10.- Se elaboró una tabla de precios de cada uno de los servicios, para una mejor presentación de nuestros servicios.

RESULTADOS:

1.- Se obtuvo clientes como Fadtextil, Aemotors, Martel, Mushoq, cliksoft, Docucentro Xerox, Cámara de Comercio de Quito, Consuelo Salas, Maria de Lourdes Gervis, Fabtexil, Orizzontesa, Fatima Utreras, Consejo Provincial, etc., quienes eran usuarios esporadicos, para eventos determinados. No se pudo realizar contratos fijos que sostengan economicamente la empresa.

2.- Gerencia gestionó un convenio con la CAPEIPI en el que se realizaba no solo mensajería para la misma sino también para cada uno de sus sectores siendo ellos quienes decidían el trabajar con nosotros, como parte del convenio se estableció un pequeño stand de la empresa en el centro de gestión de la misma, en el que debia permanecer una persona 2 días a la semana en el horario de 11h00 a 13hoo para ofertar los servicios de la empresa no solo a los socios sino a todas las personas que van a realizar los distintos tramites en la misma. La responsabilidad de este sitio de información recayó en el personal de ventas, mientras existió, luego debió colaborar la gerencia a falta de personal. El resultado de la gestión no fue palpable, pues, no se obtuvo contactos ni clientes que pudieran sostener la economía de la Empresa, excepción hecha del Consejo Provincial quienes contrataron a la empresa para dos eventos unicamente.

3.- De la publicidad con la Cámara de Comercio de Quito (utilizando un servicio de la cámara como socio del día), se obtuvo clientes como Grupo Leal y Leal Importaciones, quienes fueron nuestros clientes mas fieles.

4.- Se analizó la posibilidad de hacer entrega de facturas, sin resultados positivos.

5.- Se analizó el servicio de entrega de revistas y las dos únicas interesadas fue revista valles de los Chillos y Conexión se trabajo con conexión, con quienes existen problemas de cobro de facturas.

6.- Gerencia se reunía directamente con los posibles clientes para definir precios, conforme consta en el anexo adjunto.

SITUACION FINANCIERA

El porcentaje de ventas del año 2011 se incrementó respecto del año anterior en el 78.61%, sinembargo del resultado final.

Segun los estados financieros se evidencia que los ingresos de la empresa no cubren los gastos que requiere para operar, por ello, se puede observar en el estado de perdidas y ganancias que la **perdida es de US $ 24.881.60**

En conclusión como se indico por gerencia en el mes de junio del 2011 y en agosto del mismo año, se indico que era mas factible para la compañía cerrar la compañía o buscar un socio capitalista pero la decisión de continuar con la misma fue de la socia Señora Elena Quevedo, con la finalidad de no dejar morir a la empresa.

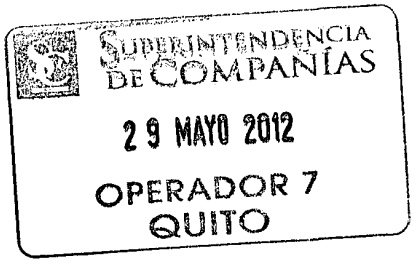
Posteriormente a esta decisión, en el mes de agosto, existe un auge de ventas, que no se sostiene durante los siguientes meses.

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco a las accionistas, a todos los Empleados su apoyo entusiasta y dedicación responsable que permitirá el logro de estos resultados positivos para el año.

Sylvia Valencia G.
Ing. Sylvia Valencia

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
29 MAYO 2012
OPERADOR 7
QUITO

Cuadro de ventas 2011

2011	V E N T A			RETENCION				
MES	Neto	Iva	Total	100%	70%	30%	R.F. 2%	Saldo
Enero	288.80	34.66	323.46	0.00	3.53	0.00	5.64	314.29
Febrero	1,178.00	141.36	1,319.36	0.00	31.50	0.00	23.56	1,264.30
Marzo	2,765.85	331.90	3,097.75	0.00	2.35	0.00	54.97	3,040.43
Abril	1,050.10	126.01	1,176.11	0.00	1.34	0.00	13.67	1,161.10
Mayo	181.08	21.73	202.81	0.00	2.01	0.00	1.92	198.88
Junio	49.25	5.91	55.16	0.00	0.42	0.00	0.10	54.64
Julio	476.34	57.16	533.50	0.00	19.10	0.00	6.55	507.86
Agosto	1,165.22	139.83	1,305.05	0.00	0.00	0.00	9.66	1,295.39
Septiembre	1,115.70	133.88	1,249.58	0.00	0.00	0.00	13.32	1,236.26
Octubre	1,179.03	141.48	1,320.51	0.00	5.04	0.00	15.51	1,299.96
Noviembre	917.30	110.08	1,027.38	0.00	0.00	0.00	8.16	1,019.22
Diciembre	1,250.46	150.05	1,400.51	0.00	0.00	0.00	15.23	1,385.28
	11,617.13	1,394.05	13,011.18	0.00	65.29	0.00	168.29	12,777.60