

INFORME DE GERENCIA

AÑO 2015

Dando cumplimiento al reglamento vigente de la Superintendencia de Compañías procedo a presentar el informe anual de mi administración.

1. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DEL DIRECTORIO (COMITÉ CONSULTIVO)

Este año se ha consolidado el equipo gerencial (de jefaturas) de la empresa con el que se ha iniciado una planificación estratégica, según lo acordado con el Comité Consultivo.

1.1 Area Financiera Administrativa

- Como hecho relevante debo indicar que la Jefatura Financiera fue contratada a finales del 2014 y renunció en abril del 2015. En su ausencia se hizo cargo del tema financiero Ma. Teresa Bermeo pero con funciones de contadora. Considerando la importancia de que haya una supervisión y una visión más estratégica financiera, se decidió contratar a un Jefe Financiero por honorarios que implica un ahorro para la empresa, manteniendo a la contadora para la parte operativa diaria. Esta persona es el Ing. Jorge Aguinaga nos refirió Enrique Escudero y hasta la fecha su aporte a la GG ha sido muy importante y lo puedo resumir en lo siguiente:
 - Mejora del cálculo de costos e implementación en el sistema contable con las indicaciones de Fabián Jaramillo miembro del Comité Consultivo.
 - Mejora de la gestión de información para cálculo de precios y márgenes por producto automatizado en el sistema
 - Mejora y desarrollo de procedimientos financieros para mayor control
 - Gestión del presupuesto de costos y gastos 2016
- En marzo 2015 se contrató al asistente de rr hh y administrativo el señor Luis Abad. Su aporte a la GG ha sido muy importante y lo puedo resumir en:
 - Desarrollo e implementación del sistema de Salud y Seguridad Ocupacional el mismo que por ley se lo debe tener vigente con el servicio externo de asesoría de medicina ocupacional
 - Desarrollo de los perfiles de los cargos de la empresa con el apoyo del Econ. Fernando Arias como asesor externo del Comité Consultivo.
 - Cálculo de roles, gestión de permisos, gestión con el IESS
 - Control y seguimiento con la empresa Readynet quien nos da apoyo en todo lo referente a hardware, redes, mails.

Fernando Arias junto con la GG, han definido la escala salarial de los cargos de CODIM y se establece como política, estar dentro del mercado salarial según el cuadro elaborado.

1.2 Area Comercial

- Como hecho relevante cabe mencionar que la contratación tanto del jefe comercial como del equipo ha significado más tiempo del estimado por la dificultad de encontrar los perfiles adecuados y con el compromiso necesario. Esto ha implicado que durante aproximadamente seis meses no se pueda tener la agresividad comercial necesaria para abrir nuevos mercados en food service y distribuidores en Guayaquil lo que perjudicó los resultados frente al presupuesto 2015.
- En Septiembre 2015 se negoció un contrato a medio tiempo con Roberto Jaramillo como Jefe Comercial, quien venía asesorando externamente a Codim. Él fue parte de todo el proceso de cambio de imagen que se inició desde finales del 2014 y durante el 2015 por tanto conoce a fondo nuestros productos. Su aporte ha sido en:
 - Desarrollo de presupuesto 2016 y plan estratégico comercial por canal y por producto.
 - Contratación y reestructuración del personal comercial para consolidar el equipo
 - Desarrollo del plan de marketing ,y puesta en marcha de la publicidad digital y material pop.
 - Supervisión de las perchas con las mercaderistas

1.3 Area Producción

- Es importante mencionar que el Jefe de Planta renunció con fecha octubre del 2015 y luego solicitó que se le acepte reingresar bajo la condición de que sea un compromiso firme de mantenerse en el largo plazo. Sus aportes más importantes a la GG han sido:
 - Desarrollo de la nueva forma de cálculo de costos por horas/ hombre y estandarizar la cantidad de producción diaria, en kilos.
 - Desarrollo del presupuesto de costos 2016 con la nueva fórmula
 - Apoyo en la innovación de la nuevas fórmulas semáforo amarillo por temas regulatorios.
 - Negociación en mejores términos con los proveedores precios/calidad.

2. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA ACCIONISTAS

Cambio estatutos y reglamento Directorio

- Este trabajo que la Junta de Accionistas delegó, con fecha junio del 2015, al señor Carlos Játiva, se concluyó en marzo del 2016. La misma será aprobada en Junta Extraordinaria que será convocada para el mes de abril del 2016.
- Esto ha implicado varias reuniones con Enrique Escudero y Fernando Arias quienes han apoyado con su experiencia especialmente para desarrollar el reglamento del Directorio ajustado a las necesidades propias de Codim y considerando las particularidades de ser una empresa familiar.
- Esto forma parte de la profesionalización de la empresa Codim.
- De esta manera se da inicio a la conformación del buen gobierno corporativo

3. CUMPLIMIENTO OBJETIVOS COMERCIALES

3.1 Presupuestos 2015 – Presupuesto 2016

	REAL vs. PRESUPUESTO					REAL 2015 vs. PRESUPUESTOS 2016		
	2015					2015 - 2016		
	VENTAS REALES 2015	%SOBRE VENTAS	PRESUPUESTO 2015	%SOBRE VENTAS	CUMPLIMIENTO	USDS		VARIACIONES
					%	PRESUPUESTO 2016	%SOBRE VENTAS	%
TOTAL DE VENTAS(RESTADO DEVOLUCIONES Y SUMADO AUTOCONSUMOS)	858,444.64	100.00%	1,202,297.58	100.00%	71.40%	970,782.55	100.00%	13.09%
TOTAL COSTOS(SUMADO AUTOCONSUMO Y PROMOCIONES)	496,408.93	57.83%	561,601.78	46.71%	88.39%	527,926.84	54.38%	6.35%
UTILIDAD BRUTA	362,035.71	42.17%	640,695.80	53.29%	56.51%	442,855.71	45.62%	22.32%
TOTAL GASTOS	290,807.83	33.88%	369,217.11	30.71%	78.76%	371,812.31	38.30%	27.85%
OTROS INGRESOS	2,954.92							
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	74,182.80	8.64%	271,478.69	22.58%	27.33%	71,677.18	7.38%	-3.38%

- El Presupuesto aprobado 2015 por el Comité Consultivo con una utilidad neta del 22.58% sobre la venta es incorrecto, se cometió un error cuando la media de la industria está en un 5% como se demuestra abajo en el cuadro de resultados de otras industrias.
- Para la elaboración del presupuesto 2015 se gestionó la información con la Jefatura Financiera quien renunció en abril 2015, por tanto los datos no fueron revisados a profundidad. La gestión de información se hizo más lenta y complicada.
- Se estimó casi triplicar las utilidades al 2015 USD 271.478 respecto al 2014 USD 71.229 lo cual está fuera de la realidad.
- Para el presupuesto 2016 los técnicos según la revista lideres recomiendan hacerlo con escenario bastante conservador y partiendo de cero. El Supermaxi no estima crecer este año.
- Para el presupuesto 2016 el mayor incremento se da gastos ventas marketing y personal.

3.2 Resultados 2015

A pesar de la situación expuesta del presupuesto se logra cumplir tres objetivos muy importantes:

- En NOV 2014 se hace el cambio de imagen radical de las cajas de limón y naranja 500 gr y 100 gr. Se sacó a la imagen de los ingleses que era lo tradicional en la caja y se le dio una imagen más fresca y juvenil. Todos estos diseños se hallan registrados en el IEPI como propiedad intelectual de CODIM S.A.
- También se hizo el cambio de semáforo de rojo a amarillo en azúcar para lo cual se invirtió en innovación de las fórmulas con la asesoría con la facultad de ingeniería de alimentos de la UDLA.
- En JULIO 2015 se hace el cambio de precios en las cajas de 500 gr aprovechando el cambio de imagen y mejorando la semaforización, es decir, se le entrega un valor agregado al cliente.

- El índice de utilidad neta sobre las ventas en industrias como la nuestra está en una media de un 5% y, con la gestión que se hizo por la administración durante el 2015 se alcanzó un 9% superando la media como se indica a continuación:

	HUERTOSA 2014		CETCA 2014		BIOS 2014		CODIM 2014		2015	
VENTAS (EXPORTACION)	542,781.32	100%	3,003,858.00	100%	1,221,770.68	100%	916,044.00	100%	858,444.64	100%
			(1,325,273.00)							
COSTOS	(378,186.07)	70%	(1,955,057.40)	65%	(654,892.34)	53.60%	(517,817.00)	57%	(496,408.93)	58%
UTILIDAD BRUTA	164,595.25	30.32%	1,048,800.60	34.92%	566,878.34	46.40%	398,227.00	43%	362,035.71	42%
GASTOS	(146,932.97)	27%	(815,114.16)	27%	(518,368.02)	42%	(300,545.00)	33%	(290,807.83)	34%
OTROS INGRESOS									2,954.92	
UTILIDAD NETA	17,662.28	3.25%	233,686.44	7.78%	48,510.32	3.97%	97,682.00	11%	74,182.80	9%

Como datos referenciales del mercado puedo mencionar que:

Líquidos.-

- La Categoría según los principales actores, ha sufrido un decrecimiento en su participación y venta " Por ejemplo Fybeca menciona un decrecimiento del – 25% en la categoría té bebidas líquidas", lo que significó que nuestro TE LEGZ en botellas sea descodificado en esta cadena. Sin embargo, se negoció para que permanezca en los OKI DOKI y SANASANA.
- Esto sumado al apareamiento de nuevos competidores en la categoría (Sun Tea con gas), además de nuevos productos como aguas aromáticas embotelladas, te a base de Chia u horchata, nuevas versiones de jugos 100% naturales.
- Además las casas comerciales más fuertes han reajustado su portafolio y se han eliminado muchas referencias como la manzanilla fuze tea.

Polvo.-

- La Categoría según los principales actores, ha sufrido un decrecimiento en su participación y venta " Por ejemplo Santa María menciona un decrecimiento del – 8% en la categoría polvos para preparar bebidas."
- Para mantenerse en el mercado las grandes compañías han optado por productos de bajo costo (suntea sachets de 35 ctvs) y con altos aspectos publicitarios, estos han tomado mayor participación en las perchas. Por esto tenemos el TE LEGZ de 115 gr con lo que se ha hecho promociones de 2x1 especialmente en el TIA para llegar a un segmento más bajo.

- Hubo un decrecimiento del PIB a nivel de país en el 2015 según datos oficiales del -1% , al igual que nuestro cliente más importante Supermaxi decreció un -5.96% en esta categoría de bebidas y te respecto al año pasado. Sin embargo esta cadena nos compró más de nuestras presentaciones de TE LEGZ INSTANTANEO comparado con el resto de la categorías, según datos oficiales entregados por ellos en Reportes de Información Proveedores.

- Se mantuvieron los costos en relación a las ventas. En el 2014 representaron el 57% y el 2015 representaron el 58%.
- En MARZO 2015 se hizo el cambio de unidad de manejo en todos los productos reduciendo la cantidad ya que al sacar nuevos sabores había que reducir las unidades por producto en las perchas de los autoservicios, por pedido especial del Supermaxi.
- Las curvas y caídas de ventas se dan por lo expuesto arriba, pero a partir de JULIO 2015 al subir los precios se compensa las caídas y vuelven las ventas a subir ligeramente sobre la media y se estabiliza.

RECOMENDACIONES:

1. El 2016 será un momento de promociones y descuentos.
2. La GG deberá apoyar directamente al asistente de rrhh y administrativo respecto a la contratación, evaluación e inducción del personal. De igual manera se sugiere seguir con la asesoría de Fernando Arias con el fin de ir implementando procedimientos y políticas.
3. En el área comercial es importante mencionar que el proceso de implementación y puesta en marcha para conseguir resultados comerciales ha implicado un acompañamiento permanente por parte de la GG exigiendo el cumplimiento del equipo comercial de una agenda semanal y visitando a los clientes para cierre de ventas. Esto es fundamental mantenerlo especialmente por el contrato a medio tiempo del Jefe Comercial a quien se le ha solicitado firmar un nuevo acuerdo por 6 horas diarias. Además la GG hace seguimiento permanente para que se cumpla los procedimientos comerciales aprobados e insiste continuamente para que se desarrollen los que faltan.
4. De igual manera la GG participa activamente en la innovación de productos y/o de las formas de preparar con recetas dado que no se tiene un dpto. de innovación al momento. Se recomienda contratar la asesoría externa de cualquier universidad para generar varias nuevas recetas mismas que serán subidas a las redes sociales y pg web.
5. Respecto al área de producción, en el tema de reestructurar el personal de la planta para consolidar el equipo humano así como en el desarrollo, mejora y cumplimiento tanto de los procedimientos BPM como las adecuaciones de las instalaciones y compra de maquinaria, la GG apoya continuamente la gestión del Jefe de Planta.
6. Respecto al destino de las utilidades del año 2015 por un valor de USD 49.149,42 la GG recomienda la repartición del 50% por USD 24.574,71, el otro 50% serían aportes a futuras capitalizaciones.

Atentamente,

Lcda. Lourdes Játiva

GERENTE GENERAL