

INFORME DE GERENCIA AÑO 2017

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

1. ANALISIS DE RESULTADOS FINANCIERO Y COMERCIALES

CONCEPTO	ESTE AÑO (2017)	%	ÚLTIMO AÑO (2016)	%	VARIACION 2016- 2017
VENTAS	\$ 1.085.156	100%	\$ 1.011.051	100%	7%
COSTO DE VENTAS	\$ 540.715	50%	\$ 519.730	51%	4%
MARGEN BRUTO	\$ 544.440	50%	\$ 491.321	48%	11%
GASTOS DE VENTAS	\$ 228.417	21%	\$ 188.849	19%	21%
MARGEN DE CONTRIBUCION	\$ 316.023	29%	\$ 302.472	30%	4%
GASTOS ADMINISTRATIVOS / FINANCIEROS	\$ 187.256	17%	\$ 180.463	18%	4%
OTROS INGRESOS	\$ 8.800	1%	\$ 7.389	0,7%	19%
MARGEN NETO	\$ 136.116	13%	\$ 129.398	13%	5%

Existe un crecimiento en ventas del 7% respecto al año anterior con un incremento de \$74.105 de los cuales un 39% \$29.242 representó el manejo de los distribuidores en Ambato(zona central) y Cuenca. Los gastos de ventas se incrementaron, pero al subir las ventas su relación respecto a las ventas se mantiene en un 21%. Los gastos financieros también se mantienen respecto al 2016 . Esto tiene un efecto final subiendo el margen en un 5% respecto a la venta.

- Estos son los principales acciones comerciales que se tomaron con el fin de alcanzar los resultados:

CANAL	Estrategia de personal	Estrategia de Actividad	Estrategia de precio	Estrategia de distribución
GENERAL	Se mantuvo al personal actual reasignando clientes y zonas para ser más eficientes y se incremento en el mes de Junio 2017 1 mercaderista más en la ciudad de Cuenca y en el mes de Octubre 2017 1 mercaderista para la ciudad de Guayaquil. De la misma forma en el mes de Octubre se incorporo el nuevo Jefe Comercial.	Se verificó el crecimiento de los clientes pareto se mantuvo el promedio de ventas y crecimiento de los últimos meses, así como la expansión de locales horecas y distribuidores. Por gestión de la Gerencia General se recupero la cartera vencida que mantenía Gourmet Fodd Service.	No se hizo incremento de precios.	En el mes de Noviembre entró al mercado el nuevo producto Sachet 46gr. Para crecer en la ventas de cobertura. Se hizo un estudio de mercado a principios del 2017

Autoservicios	Se incrementó al equipo de ventas un mercaderista en la ciudad de Guayaquil como apoyo. Se buscó un reemplazo de la mercaderista de Quito por maternidad y pensando a futuro tener 3 mercaderistas. Se incorporó la tecnología de geolocalizador para seguimiento de las mercaderistas.	Se realizó una promoción en el mes de mayo por el día de la madre (caja de 500gr va una gratis 100gr). En el mes de octubre y noviembre se realizaron degustaciones y promociones en los Mega santamaria y el día Vitalcard en la FYBECA. Participamos en la revista guía de compras.	No hubo incremento de precios en este año.	Se logró tener mayor participación en perchas, espacio dejado por otras marcas. Se solicitó al supermaxi la aplicación en Percha para mantener un mayor control de inventario, se encuentra en funcionamiento por un mes gratis como prueba.
Distribuidores	Se incorporó un ejecutivo de distribuidores en el mes de mayo 2017 para que viaje mensualmente y haga seguimiento a los distribuidores en provincias y los mercaderistas.	Con el distribuidor de Ambato se hizo actividades promocionales con lo cual se consiguió subir las ventas del primer semestre 2017 \$ 11.937 al segundo semestre del 2017 \$ 23.564. También se incorporó un distribuidor de horecas para la zona central de la Sierra. Se consiguió nuevo distribuidor para Cuenca manteniendo al distribuidor actual para que compitan sanamente y se llegó a más puntos de venta subiendo del primer semestre 2017 \$19.946 al segundo semestre 2017 \$ 37.561 Se inició la gestión de distribución en Sto. domingo.	Se actualizaron los cuadros de manejo de información de la cadena de distribución de los productos, en todos los canales, lo cual permitió una idea más clara para negociar.	Se logró gestionar una sana competencia con los distribuidores nuevos y los ya existentes buscando un mejor servicio para el cliente final.
Cobertura	Se redistribuyó los clientes, entregándole esta categoría a la vendedora Mirian Obaco.	son pocos clientes que atendemos como empresa la idea es que la cobertura sea cubierta con los recorredores	En cobertura no hubo incremento de precios.	Las entregas son despachadas a las 48 horas.
Mayoristas	En el mes de Junio se elaboró una ruta de visitas con frecuencia 1 visita cada 8 días a todos los locales. Los clientes de Juan de la Cruz del sector de	En este año no se realizó ninguna actividad. Se recomienda para el 2018 realizar algún tipo de promoción o degustación.	Se mantuvieron los precios, no hubo incremento.	Las entregas son realizadas los días lunes con pagos de contado.

	Machachi fueron retomados para venderles directamente.	Se cumplió el presupuesto con esta estrategia.		
Horecas	Seguimos trabajando con el acompañamiento de un mercaderista especializado en verificar el sabor, el funcionamiento de las máquinas y las demás solicitudes cuando el cliente requiere una respuesta oportuna	Se participó en la promoción de 2x1 por el mes de julio y agosto en el Cinemark de Quito y Ambato. Se mantiene la marca con Hornero, Sushi Corp y Fridays. Ingreso a nuestro portafolio de clientes en el mes de La Tablita del Tartaro Group.	A pesar del incremento de precios implementado a partir de nov del 2016 (10%), se mantuvieron caterings importantes Caves y Cater Express por lo que genero un gran impacto en el crecimiento de dólares.	Durante el año 2017 se abrieron clientes que han aportado para el cumplimiento de los objetivos. Se instalaron 25 juguetes nuevos y se retomaron a clientes que dejaron de comprar como es el caso de Workforce, Aeroestarsbaco, Asoserasulu

PRESUPUESTO 2017 VERSUS REAL					
Etiquetas de fila	Suma de Presupuesto_Und	Suma de Venta_Und	Suma de Presupuesto_Vvalor	Suma de Venta_Vvalor	cumplimiento
AUTOSERVICIOS	377.086	394.186	\$ 596.737,08	\$ 606.342,35	102%
COBERTURA	13.326	6.828	\$ 15.944,25	\$ 5.473,36	34%
CODIM	-	4.075	\$ -	\$ 2.702,86	#DIV/0!
DISTRIBUIDORES	150.169	126.332	\$ 181.102,62	\$ 155.415,87	86%
HORECAS	83.525	79.163	\$ 300.789,41	\$ 292.418,62	97%
MAYORISTAS	14.607	14.051	\$ 26.923,95	\$ 25.552,64	95%
Total general	638.713	624.635	\$ 1.121.497,30	\$ 1.087.905,70	97%

1. El presupuesto de autoservicios se superó porque se vendió más de las presentaciones de te frío en funda zipper de lo que se estimó. Este producto tiene una tendencia a crecer más que el te caliente.
2. Respecto a cobertura se presupuestó clientes que dejaron de comprar pues la jefatura comercial de ese entonces no tuvo una estrategia agresiva de cobertura que implica tener productos y soporte de personal para este mercado.
3. De los distribuidores se estimó abrir 3 nuevos pero la persona encargada de esta categoría recién se incorporó en el mes de mayo del 2017
4. Con las horecas se perdió un cliente importante a quien se le dejó de vender por atrasos en los pagos.

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

2.1 RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO (IPSOS)

Este estudio si hizo con el objetivo de definir una estrategia de comunicación del producto básicamente para las redes sociales.

Se identifica un gran potencial en el té caliente en sobres pequeños de 46 gr para cobertura en tiendas ya que la competencia Suntea tiene un mercado interesante del cual podemos participar.

Se identifica que LEGZ en sus presentaciones grandes es líder en el mercado de autoservicios.

2.2 PROPUESTA DE COMPRA DE GALPON EN PARQUE INDUSTRIAL

Se hace una presentación del proyecto de construcción del parque industrial en Calacalí del cual van a participar varias industrias de la CAPEIPI. Los promotores son inversionistas de experiencia que ya han construido otros proyectos similares. Una vez que tengan los permisos del municipio de Quito se arrancará con el proyecto. Ellos dan financiamientos directo en buenas condiciones para lo cual nuestro Jefe Financiero trabajó en el flujo de caja correspondiente en el que se confirma que existe el respaldo financiero para hacer la propuesta de pago.

2.3 IMPLEMENTACION DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE CODIM

En este año se ha trabajado en socializar los valores de la empresa a través de cursos a todo el personal, y comunicaciones mensuales en las carteleras. Se diseñó un mascota de la empresa en la que participó todo el personal para crear un sentido de pertenencia. En esto la Gerencia General participa activamente. También se han hecho evaluaciones de las competencias a varios colaboradores como parte del proceso de alinear a la cultura organizacional de la empresa y brindarles apoyo a través de un coach.

3. AREA PRODUCCION

DETALLE	PRODUCCIÓN (UND)	PRODUCCIÓN (KG)	MP+MT (\$)	MO (\$)	CIF (\$)
REAL 2016	620.735	259.320	\$ 385.160	\$ 62.988	\$ 89.377
REAL 2017	649.049	268.415	\$ 387.612	\$ 66.685	\$ 90.777
DIFERENCIA	28.314	9.095	\$ 2.452	\$ 3.697	\$ 1.400
INCREMENTO	4,36%	3,39%	0,63%	5,54%	1,54%

Unidades. – Se produce 28.314 más unidades que el año 2016.

Materia prima y materiales. - El incremento es directamente proporcional al crecimiento del volumen de producción, al fabricar más unidades se requiera más insumos.

Mano de obra. - El incremento de la mano de obra se debe al ajuste a los salarios del personal de producción. Desde enero subió 2,5% con respecto al año 2016. Hay un crecimiento en el volumen de producción, se requieren más horas para producir 4,36% más de productos en relación al 2016.

Costos indirectos de fabricación. – Los CIF son más altos en relación al 2016 por depreciaciones de nuevas máquinas, equipos y adecuaciones a la planta de producción.

3.1 Inversiones 2017

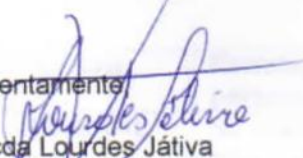
4	ITEM	DETALLE INVERSIONES	COSTO	OBSERVACIONES
1		Dosificadora Volumétrica	\$ 17.168,00	-Permitió subir la capacidad de producción de 2.000 a 2.800 unidades por jornada de trabajo -Puede envasar en fundas pre-formadas desde 5g a 1.000g -Incrementa la capacidad de producción en 40% -Reduce desperdicios en un 80%, comparada con la anterior maquina
2		Banda transportadora	\$ 9.800,00	-Reduce desperdicios de producción en 90%, comparada con la maquina anterior -Requiere menos tiempo para alistar el equipo, el arranque es inmediato -Reduce costos de mantenimiento, en la anterior maquina se cambiaba la banda cada 6 meses. En esta máquina se estima dure 18 meses.
3		Empacadora Garibaldi	\$ 12.096,00	Overo hull: -Cambio del tablero de control -Cambio del sistema de dosificación -Cambio de mordazas -Pintura completa de la máquina -Codificación al momento del envasado -Puede envasar sobres desde 40g a 125g
4		Tablero eléctrico	\$ 5.830,00	-Nuevo tablero de distribución eléctrica dimensionado acorde a los requerimientos de las maquinas -Cambio de acometidas
5		Obra civil	\$ 9.349,00	-Cambio de cubiertas en mal estado -Pintura epoxica en paredes y piso de la sala de granulado

Total inversiones 2017: **\$54.243**

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el plan de mercadeo para impulsar la venta de las nuevas presentaciones
- Contratar un corredora de bienes raíces para buscar un terreno de categoría industrial
- Invertir en aplicaciones tecnológicas de sistematización de información.
- Mantener el plan para alinear al personal con la cultura organizacional de Codim.

Atentamente


Lcda Lourdes Játiva
Gerente General