

INFORME DE GERENCIA AÑO 2018

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	2017	%SOBRE VENTA	2018	%SOBRE VENTA	Variación Absoluta	Variación Relativa
VENTAS	1,085,155.72	100.00	1,301,679.11	100.00	216,523.39	20%
COSTO DE VENTA	540,715.43	50%	604,772.07	46%	64,056.64	12%
MARGEN BRUTO	544,440.29	50%	696,907.04	54%	152,466.75	28%
GASTO VENTAS	228,417.12	21%	246,213.06	19%	17,795.94	8%
MARGEN CONTRIBUCIÓN	316,023.17	29%	450,693.98	35%	134,670.81	43%
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS	188,706.63	17%	197,324.26	15%	8,617.63	5%
OTRO INGRESOS	8,799.91	1%	4,412.65	0%	-4,387.26	-50%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	136,116.45	13%	257,782.37	20%	121,665.92	89%

Existe un crecimiento en ventas del 20% respecto al año anterior que ha sido record comparado por los últimos 3 años. En este año hubo un incremento de precio de granel pues se encontraba muy por debajo del mercado no equiparable a la calidad. Al subir la venta, los costos y gastos representan un porcentaje menor en relación a la venta por ende, el margen bruto, el margen de contribución y la utilidad neta representan un porcentaje mayor sobre la venta.

ANALISIS COMERCIAL POR CANAL

	Suma de Venta_Valor		Incremento	Suma de Venta_Und		Incremento
	2017	2018		2017	2018	
AUTOSERVICIOS	588198.45	706965.17	20.19%	366128	459227	25.43%
COBERTURA	5152.18	5014.01	-2.68%	6653	6490	-2.45%
DISTRIBUIDORES	155486.36	213630.95	37.40%	126352	167693	32.72%
HORECAS	293327.18	334179.94	13.93%	79910	114576	43.38%
MAYORISTAS	25552.64	42063.98	64.62%	14051	22466	59.89%
Total general	1067733.61	1301854.05	21.93%	593098	770452	29.90%

Para el mes de mayo 2018 el jefe comercial, que venía trabajando desde hace seis meses, salió de la empresa y la GG propuso cambiar el organigrama del área comercial de vertical a horizontal por tanto se aprobó en el Directorio contratar a ejecutivos comerciales que manejen cada categoría: Autoservicios, Distribuidores, Mayoristas-Cobertura dando muy buenos resultados, especialmente en Distribuidores considerando que los primeros meses del 2018 un distribuidor importante dejó de comprar nuestro productos se consiguió su reemplazo en Ambato y con una vendedora propia que se hizo cargo de los clientes en Quito que dejó el distribuidor anterior.

Respecto a los autoservicios se hizo un trabajo muy minucioso de rutas en Quito. En Cuenca se trabajó con el distribuidor para lograr una mejor gestión con el Coral y un plan de degustaciones.

En horecas se sacó una nueva presentación más pequeña por facilidad de preparación para el cliente más grande de la categoría.

ANALISIS PRESUPUESTO POR CANAL

Año 2018						
CANAL	REAL VALOR	PRESUPUESTO VALOR	REAL UNID	PRESUPUESTO UNID	CUMPLIMIENTO VALOR	CUMPLIMIENTO UNID.
AUTOSERVICIOS	\$ 706,817.17	\$ 625,910.36	459146	417617	13%	9.94%
COBERTURA	\$ 4,974.91	\$ 8,508.45	6430	9323	-42%	-31.03%
DISTRIBUIDORES	\$ 213,623.15	\$ 226,238.64	167681	238718	-6%	-29.76%
HORECAS	\$ 334,199.90	\$ 338,259.22	114328	87596	-1%	30.52%
MAYORISTAS	\$ 42,063.98	\$ 30,912.39	22466	16924	36%	32.75%
Total general	\$ 1,301,679.11	\$ 1,229,829.06	770051	770178	5.84%	-0.02%

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 al igual que el sobre de 115gr limón. Este producto tiene una tendencia a crecer más que el te caliente.
2. Respecto al presupuesto de distribuidores y cobertura se presupuestó vender un producto sachet 46 gr caliente para tiendas tipo minimarket pero no funcionó. El Directorio confirmó que se sobrestimó el presupuesto de distribuidores. Fue un producto que ni en presentación ni en los atributos no llenó las expectativas de competir con un café. Sin embargo, las presentaciones de 100 gr limón y naranja para los distribuidores crecieron respecto al año anterior, en un 15% y un 49% respectivamente.
3. Con las horecas para el mes de agosto 2018 se hizo un cambio de presentación de kilo a 250 gr para facilidad de preparación que solicitó el cliente más grande de este canal.

Cabe indicar que para la elaboración del presupuesto 2019 se contrató en oct 2018 un sistema en el que cada ejecutivo de canal elaboró su presupuesto en base a su experiencia de mercado lo que facilitó el trabajo y de aquí en adelante se prescindirá de contratar un jefe comercial para quien esta gestión se convertía en su principal reto.

2. AREA PRODUCCION

Comparativo: Año 2018 vs Presupuesto 2018

DETALLE	PRODUCCIÓN (UND)	PRODUCCIÓN (KG)	MP+MT (\$)	MO (\$)	CIF (\$)
REAL 2018	852.768	329.114	\$ 463.506	\$ 67.697	\$ 102.347
PRESUPUESTO 2018	753.812	250.214	\$ 438.969	\$ 75.977	\$ 109.242
DIFERENCIA	(98.956)	(78.900)	\$ (24.537)	\$ 8.280	\$ 6.895
VARIACIÓN	11,60%	23,97%	5,29%	-12,23%	-6,74%

Materia prima y materiales. – Las materias primas y materiales no tienen un impacto proporcional directo al crecimiento de las unidades producidas debido a que en el transcurso del año la principal materia prima "Azúcar" bajo de \$ 0,71 que fue el costo de compra que se cerró el 2017 a \$ 0,66 valor que se terminó comprando en diciembre del 2018. La participación del

azúcar en los productos terminados de granulado corresponde entre el 90 al 92 % de la formula total del producto.

La principal razón por la que el azúcar bajo de precio se debe al ingreso de esta materia prima de Colombia.

Otra materia prima que bajo considerablemente fue el ácido cítrico, se presupuestó la compra a \$1,25 c/kg y finalmente se cerró el año comprando la materia prima en \$1,14.

Mano de obra. — Se presupuestó contratar una persona adicional en nómina, lo que finalmente no ocurrió.

Inversiones planificadas y propuestas 2019

ITEM	Detalle inversiones	COSTO	OBSERVACIONES
1	Ablandador de agua para caldero	\$ 1.900	Permitirá alargar la vida útil del caldero
2	Racks	\$ 2.600	Instalado, permitió aumentar la capacidad de almacenamiento un 18% (700 cartones más con respecto a la anterior capacidad).
3	Piso Gres	\$ 16.000	Instalado, mejora el flujo del producto y la movilidad del personal.
4	Banda para codificadora	\$ 2.160	Instalado, cambio por vida útil cumplida
5	Carretilla hidráulica para bodega	\$ 400	Cambio por vida útil cumplida

Inversiones 2019 total: \$23.060

RECOMENDACIONES

- Ejecutar el plan de mercadeo presupuestado por mes por canal para impulsar la venta en el 2019 que se estima tendrá un crecimiento estimado de 12% respecto al 2018
- Mayor participación de la GG en el proyecto del parque industrial de la CAPEIPI
- Invertir en aplicaciones tecnológicas de sistematización de información y gestión de reportes
- Mantener el plan para alinear al personal con la cultura organizacional de Codim, contratar un responsable de Talento Humano
- Buscar opciones de productos complementarios al te para distribuir a nuestros clientes.
- Expandir el mercado de Guayaquil a través del canal de distribuidores.

Atentamente,

Lcda Lourdes Játiva
Gerente General