

INFORME DE GERENCIA 2015

Sangolquí, 11 de Marzo del 2016

Junta General de Accionistas de Ecopacific,

Reciban un cordial saludo. El pasado 2015 fue un año donde muchos sueños se hicieron realidad. Lo resumo como el año histórico de la cosecha de la primera implementación de Estrategia en Ecopacific. En este 2015 también se logró un hito sin precedentes: Definición de la Estrategia 2016 – 2020. La cual tiene como propósito estratégico: *"En 2020 nuestras marcas serán valoradas por el Mercado Premium de las principales ciudades de Suramérica"*.

Los colaboradores de Ecopacific han cumplido de forma satisfactoria los objetivos del 2015 dispuestos por la Junta General de Accionistas.

1.- ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

1.1.- CUMPLIMIENTO DE RESOLUCIONES

En esta administración se dio cumplimiento a las normas legales, estatutarias y reglamentarias y a las resoluciones emitidas en las Juntas Generales Ordinarias y Extraordinarias.

1.2.- ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

El principal logro administrativo de Ecopacific en 2015 fue haber cumplido de forma satisfactoria la estrategia de la empresa así como el propósito Estratégico relacionado con la Utilidad, la cual se incrementó en un 51% en relación al 2014, superamos el millón de dólares en rentabilidad, es la utilidad más alta que Ecopacific ha conseguido en su historia.

Cumplimos 8 de las 13 metas estrategias planteadas para el 2015. Las metas superadas fueron:

Lograr que más del 80% de la percepción de las decisiones en Ecopacific sean en equipo y en un ambiente de justicia y equidad.

Resultado= 80%

Lograr que cada colaborador de Ecopacific tenga 80% o más de cumplimiento en sus competencias, habilidades y destrezas para su cargo.

Resultado = 88%

Lograr una utilidad operacional acumulada de 8% o mayor sobre ventas.

Resultado = 8.04%

Lograr que el 70% de los clientes nos cataloguen como un proveedor de confianza.

Resultado = 84.5%

Superar 95% promedio anual de la revisión semanal de precios de todos nuestros productos y trabajar para mantener el precio más alto posible buscando siempre la confianza con el cliente.

Resultado = 100%

Cumplir en un 98% o menos el presupuesto de gasto fijo del 2015 (cambiar por productividad y eficiencias)

Resultado = 97.5*

Sacar al mercado 20 nuevos productos o relanzamiento o mejora de existentes cuya rentabilidad bruta sea superior a \$100 mensuales.

Resultado = 38

Realizar 1 proyecto estratégico de integración vertical.

Resultado = 5

Las 5 metas estratégicas que no superamos fueron:

Lograr que el 90% de los proveedores reconozcan que Ecopacific es una empresa de confianza y con trato humano y amigable.

Resultado = No se midió, se hizo encuestas de oportunidades de mejora.

Superar los 15 millones en ventas.

Resultado = 14.3 millones, se justifica este número por el entorno externo.

Superar el 80% de Cumplimiento de Calidad promedio anual

Resultado = Se cambió la medición por quejas leves y graves el cual no se cumplió. Para 2016 se tiene proyectado conseguir invertir en infraestructura para conseguir certificación HACCC y mejorar este indicador.

Superar el 97% de cumplimiento de pedidos a clientes promedio anuales.

Resultado = 95.6%. Para 2016 se tiene este indicador como uno de los más importantes. Hay muchas estrategias que permitirán conseguir este indicador en 2016

Planta Matriz: Km 2 ½ vía Sangolquí-Amaguaña, Parque Industrial El Carmen, (Sector Gasolinera El Oso), Sangolquí

Centro de Acopio: Calle Carlos Solórzano y Av. Reales Tamarindos, junto a Multiservicios, Portoviejo

Telefax: (02)2094115

Email: info@ecopacific.com.ec

www.ecopacific.com.ec

Reducir a 2.5 días la rotación de inventario de materia prima promedio anual.

Resultado = 3.2. La meta fue muy severa y no acorde al negocio. Para 2016 se pondrá una meta más realista del negocio.

Adicional a los logros y metas estratégicas conseguimos excelentes reconocimientos que detallo a continuación:

- Corporación Favorita nos reconoció como su mejor proveedor en la categoría "Mejor Innovación" del 2015. Esto lo logramos gracias al gran proyecto de jugos Cold Pressed.
- El ITQI en Bélgica nos reconoció con una estrella a la calidad de nuestra marca Coco Freeze.
- Revista América Economía nos consideró razón de portada y editorial en la edición de fin de año del 2015.
- Revista Ekos nos consideró en el top 4 de las empresas de bebidas más eficientes del Ecuador.
- Municipio de Portoviejo nos condecoró en el grado distinción de honor, nivel provincial.
- La Asamblea Legislativa nos solicitó iniciar la primera mesa de la Comisión de lo Económico como caso de emprendimiento.
- La Universidad San Francisco usó nuestro negocio como caso de Innovación en un curso de sus Maestrías de negocios.

Otro logro administrativo fue la optimización de la estructura organizacional con el fin buscar los resultados de rentabilidad. Sobre todo se consiguió altas eficiencias en el área administrativa y comercial. Sobresalió el liderazgo de empoderamiento y confianza, el cual permitió conseguir los resultados en equipo. De otro lado, se negoció los salarios para el 2016 con el objetivo de estar acorde al mercado laboral.

Logramos después de una búsqueda y análisis exhaustivo firmar contrato para iniciar la implementación de un sistema informático robusto el cual nos permitirá manejar la información de forma eficiente y certera en los próximos 10 años o más.

Se logró disponer, analizar y auditar mensualmente los balances. Los cuales permitieron tomar decisiones gerenciales oportunas.

Se fomentó con mucho más fuerza la cultura de "meritocracia", "medición" y de "resultados" a través de la medición y análisis semanal y mensual de los indicadores de desempeño con cada gerente.

Se cumplió el plan de capacitación 2015 con éxito y eficiencia, el cual permitió enriquecer de talento a nuestros colaboradores.

Se hizo un manejo de flujo de efectivo muy satisfactorio. Cumplimos con todas las obligaciones de forma planificada y controlando el gasto financiero. Se respetó el porcentaje de apalancamiento financiero autorizado por la Junta de Accionistas. Nuestra calificación ante las instituciones financieras es de primer nivel, esto nos permitirá acceder a créditos de inversión para el próximo año.

El gasto no deducible se redujo a proporciones nunca antes alcanzadas, 0.02% del gasto total. Esto denota el excelente manejo contable-tributario de la empresa.

El gasto en marketing y publicidad se lo manejó de forma sabia, de tal forma que logró gastarse menos de lo presupuestado e igual se superó el presupuesto de ventas de productos con marca.

Se logró poner en marcha la nueva planta de tratamiento de aguas, la cual nos permitió cerrar el año cumpliendo la normativa ambiental.

Ampliamos en 600m² el área de procesamiento y bodega, con esto logramos solventar el incremento en producción y venta.

En el 2015 logramos poner en funcionamiento nuestro propio transformador de energía eléctrica.

Cambiamos la forma de manejo de cupos a proveedores, estos a partir del 2015 se disponen de acuerdo a su mejor desempeño en calidad /precio.

Renegociamos el costo de flete con proveedores, de tal forma que logramos agregar más valor al costo variable.

Trabajamos de forma estratégica con el manejo de precios a proveedores de materias primas mediante estudios de mercado semanales hechos por Comercial y conseguimos cambiar la modalidad de compra de coco de unidades a kg lo cual permitió mejorar eficiencias en bodega y mejorar costo de materia prima. Además, conseguimos un nuevo proveedor estratégico de cocos en un nuevo sector, Península de Santa Elena. Esto permitirá mejorar el costo pero sobre todo garantizar el abastecimiento en el mediano plazo.

Conseguimos importar directamente manzanas chilenas, con lo cual mejoramos el factor de costo en todos los jugos derivados de manzana y de la manzana en unidad.

Logramos una reducción agresiva en costo de principales insumos de alrededor de 100mil dólares anuales.

Se logró hacer contrato con un catering el cual supera las expectativas de los colaboradores mejorando así el clima laboral.

En cuanto a la estrategia comercial: Se logró pasar el mix de ventas de producto procesado (alto valor agregado y rentabilidad) del 32% al 42%. Estos productos superaron el presupuesto de ventas del 2015. Gerencia General asumió el liderazgo comercial a partir de septiembre 2015 con lo cual se produce un giro muy favorable en resultados de ventas y rentabilidad.

Se logró retomar relaciones comerciales en 2015 con Corporación El Rosado, cuenta clave para haber optimizado la operación en Guayaquil durante el 2015. Se logró hacer rentable el negocio de Cobertura en el 2015. Hito histórico en nuestra Ecopacific nunca antes logrado. Mantuvimos la cartera vencida en menos de USD 20mil.

Superamos los 1170 puntos de venta con presencia de nuestras marcas.

La empresa sacó al mercado 38 productos nuevos con el 76% de efectividad de ser exitoso y aportando en diciembre el 18% de la venta total de la compañía.

2.- ASPECTOS LABORALES Y LEGALES

2.1.- Laborales

La empresa ha dado fiel cumplimiento a todas y cada una de las disposiciones del Ministerio de Trabajo y se ha cumplido así con todas las obligaciones sociales y patronales, manteniéndonos al día con nuestros empleados en lo que concierne a las obligaciones patronales. Cerramos el 2015 con un total de 227 plazas, es decir un crecimiento del 11% de nuevas plazas y otorgamos un total de USD 2.541.425,52 en salarios y beneficios al valioso colaborador.

2.2.- Legales y Tributarios

De igual manera se ha trabajado para que la empresa cumpla en los plazos fijados todas las obligaciones de carácter tributario con la Superintendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas, Municipio de Sangolquí, Portoviejo y Durán y todos los permisos de funcionamientos que implica nuestra actividad empresarial. Durante el 2015 generamos USD 1.002.214,64 en impuestos totales. Adicional se tienen al día en el IEPI los registros de nuestras marcas.

3.- ASPECTOS ECONOMICOS-FINANCIEROS

3.1.- SITUACION FINANCIERA

La situación financiera de Ecopacific es muy saludable, nuestro flujo permite afrontar el capital de trabajo. Tenemos excelente calificación de las instituciones financieras. Para el próximo 2016 auguramos poder ejecutar fuertes inversiones financieras para cumplir las metas estratégicas.

3.2.- RESULTADOS OPERACIONALES

A continuación detallo información económica financiera comparativa del 2015 con el ejercicio predecesor.

Las ventas se incrementaron en 19% lo que significa un incremento de USD 2,3millones, a pesar del entorno externo y del desacierto con el cargo gerente comercial a inicios de año, monto nunca antes alcanzado desde la creación de Ecopacific. La utilidad se incrementó en casi 400mil dólares, es decir un 51% más y los activos crecieron en un 22%, casi 1 millón de dólares. Todo esto refleja el gran resultado operacional obtenido en el 2015:

	2014	2015
VENTAS	\$12,009,012.01	\$14.315.287,14
COSTO DE VENTAS	\$7,635,785.24	\$9.126.406,57
GASTOS	\$3,238,625.918	\$ 3.854.408,67
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES	\$ 929,765.63	\$ 1.364.211,26
INTERESES	\$ 169,919.21	\$ 210.446,44
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 759,846.42	\$ 1.153.764,82
IMPUESTO CAUSADO	\$ 151,130.05	\$223,067.45
UTILIDAD DEL ACCIONISTA	\$ 494,739.42	\$687,101.39

4.- PROYECCIONES 2016

Para el 2016 recomiendo caminar muy estrechamente en la estrategia planteada para el 2016-2020, siguiendo los indicadores de Gerencia General. Recomiendo seguir con el plan de incentivo variable a los colaboradores pero esta vez más enfocado a sus áreas. Realizaré un plan de premio variable súper enfocado al resultado por cada departamento y cargo, con esto busco aumentar productividad y eficiencia en general.

Sugiero ejecutar el plan de inversión 2016 valorado en USD 900 mil, el cual considera como proyectos emblemáticos la Expansión a Colombia y la nueva Línea de "Lácteos no Lácteos". Este plan de inversión también contempla el iniciar el desarrollo de nuestra marca para mercado norteamericano, así como el desarrollo de nuevos jugos y otros productos relacionados a la visión de la empresa, son más de 60 productos nuevos en agenda los cuales se estima serán exitosos en el mercado. Continuaremos también apostando al proyecto de Fibra de coco en el 2016.

Planta Matriz: Km 2 ½ vía Sangolquí-Amaguaña, Parque Industrial El Carmen, (Sector Gasolinera El Oso), Sangolquí
Centro de Acopio: Calle Carlos Solórzano y Av. Reales Tamarindos, junto a Multiservicios, Portoviejo
Telefax: (02)2094115 **Email:** info@ecopacific.com.ec

www.ecopacific.com.ec

Como proyectos para rentabilizar la empresa con más productividad y eficiencia están: Las mejoras en infraestructura y equipo para obtener la certificación HACCP. Invertiremos en nuevas máquinas como enfajilladora, ampliación de cuartos fríos para guardar manzana, nueva envasadora automática de jugos, mejora en la lavadora de cítricos.

En el 2016 trabajaremos fuertemente en el posicionamiento de nuestras marcas, nos enfocaremos en redes sociales, pero también haremos impulso en los principales puntos de venta. Continuaremos el proyecto Censo, con el cual estimamos tener más presencia e incrementar ventas en perchas de Autoservicios.

Abriremos nuevos clientes con alto potencial de ventas e incrementaremos el portafolio en los actuales. Iniciaremos la venta de frutas en Fybeca y mejoraremos la confianza con nuestros principales clientes, mediante un trato basado en el largo plazo. Buscaremos distribuidores en provincias.

De otro lado, el indicador de cumplimiento de pedidos tiene un peso trascendental en este año en premio por indicadores y en enfoque gerencial.

Este 2016 también se implementará un sistema de auditoría de balances y procesos administrativos para mejorar las eficiencias. Se mejorará el piso del área administrativa para un mejor clima laboral. Finalmente, se aplicará la eliminación del IVA en todos los jugos que sean elaborados 100% de la fruta. Esto permitirá rentabilizar de forma importante la empresa y mejorar la venta en volumen por la reducción en precio de venta.

Las metas estratégicas para este 2016 son las siguientes:

Lograr que más del 90% de la percepción de las decisiones en Ecopacific sean en equipo y en un ambiente de justicia y equidad.

Lograr que cada colaborador de Ecopacific tenga 90% o más de cumplimiento en sus competencias, habilidades y destrezas para su cargo.

Superar el millón de dólares en utilidades

Superar los 15.2 millones en ventas.

Lograr que el 80% de los clientes nos cataloguen como un proveedor de confianza.

Superar el 98% de cumplimiento de pedidos a clientes.

Lograr que el 85% de las frutas M.P. las paguemos a menor precio que el MMQ.

Reducir a 3 días la rotación de inventario de materia prima promedio anual.

Superar el 76% en Cumplimiento de eficiencias de Producción + Compras + Logística.

Superar \$37000 de Productividad diaria de Producción + Compras + Logística.

Reducir a 0.8 queja por inocuidad promedio semanal.

Lograr que los productos nuevos superen el 2% de la rentabilidad bruta

Lograr que el 20% de las personas de la clase media alta de Quito y Guayaquil reconozcan nuestra marca Dhoy y Coco Freeze.

Lograr que el 90% de los proveedores reconozcan que Ecopacific es una empresa de confianza y con trato humano y amigable.

Realizar 1 proyecto estratégico de integración vertical.

Muy Atentamente,



Kevin Barcia Jarre
GERENTE GENERAL

Planta Matriz: Km 2 ½ vía Sangolquí-Amaguaña, Parque Industrial El Carmen, (Sector Gasolinera El Oso), Sangolquí

Centro de Acopio: Calle Carlos Solórzano y Av. Reales Tamarindos, junto a Multiservicios, Portoviejo

Telefax: (02)2094115

Email: info@ecopacific.com.ec

www.ecopacific.com.ec