



24 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO

RESUMEN DE ACTIVIDADES GFKECUADOR S.A. INVESTIGACION ESTRATEGICA AÑO 2011

De acuerdo con las disposiciones legales, a continuación se presenta el informe para los accionistas referente a la gestión realizada en el año 2011 por el Señor Samir Fayad Gerente General para el año 2011, la presentación del presente informe lo realiza la Señorita Adriana Trillo Gerente General a partir del 6 de Febrero del 2012.

GFK es una agencia global de investigación de mercados especializadas en varias áreas e industrias.

El Grupo GFK a nivel mundial ha contribuido con su gente y con las empresas con las que trabajamos y por las cuales nos sentimos obligados a mejorar cada día. A nivel mundial somos la cuarta empresa más grande de investigación de mercados.

El Grupo GFK inició sus actividades en el año 1934 en Alemania en la Universidad de Nuremberg y de ahí en adelante ha ido expandiendo sus actividades mundialmente. Actualmente el Grupo GFK se encuentra enfocado en el desarrollo de la región latinoamericana. Es así mismo, como las operaciones del grupo Merc-GFK, División a la que pertenece la compañía, se encuentran ya operando en México, Colombia, Venezuela, Panamá y Ecuador, con excelentes resultados a nivel regional.

El 27 de marzo del 2008, la Compañía se constituye, con un capital de US\$800. Con fecha 7 de abril del 2009 se inscribe en el registro mercantil un aumento de capital por la suma de US\$399.200, con el aporte de Merc Analistas de Mercados S.A. de C.V. El nuevo capital al 31 de diciembre del 2009 es de US\$ 400 mil. Con fecha 7 de diciembre del 2010 se realiza un nuevo incremento de capital por la suma de US\$468,572, aporte realizado por Merc Analistas de Mercados S.A. de C.V. Al 31 de diciembre del 2010 el capital de la Compañía es de US\$868,572 siendo el accionista mayoritario Merc Analistas de Mercados S.A. de C.V. con un 99% de las acciones.

Durante el año 2011 la Compañía logró incrementar sus resultados de manera significativa:

- *Crecimiento en ventas del 34% frente al 2010.

- *Crecimiento en ventas del 97% frente al 2009.

Logrando superar el presupuesto establecido a inicios de año 2011 en un 11%. Este incremento está basado en la buena gestión del área comercial de la empresa al captar nuevos clientes e incrementar las ventas a nuestros clientes estratégicos, los cuales presentaron una alta satisfacción con el servicio e información entregada.



24 ABR. 2012

OPERADOR 10
QUITO

Este año se logró obtener resultados finales favorables para la compañía, generando utilidades después de 4 años de funcionamiento de la empresa en el mercado ecuatoriano, debido a la excelente gestión del área administrativa y control de costos por parte del área operativa. Sin embargo, surgen algunas mejoras que aún pueden realizarse en términos de negociaciones y ahorros por volúmenes a trabajo con los proveedores actuales. Se espera que con este panorama favorable la empresa pueda seguir creciendo en el 2012.

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos en los años 2011, 2010, 2009:

Descripción	2011	2010	2009
Ventas netas	1,504	1,174	789
Costo operacionales	641	375	193
Margen Bruto en Ventas	864	799	596
Gasto Operacional	772	796	703
Utilidad (Pérdida) Operacional	92	3	(107)
Otros Gastos (ingresos), neto	(1)	54	81
Utilidad Neta	91	-51	-188

Los resultados finales del año 2011 constituyen una gran gratificación y un prometedor futuro para la compañía, la cual demuestra que se han ejecutados los planes de acción planteados en el 2010, pero aún se pueden seguir mejorando para tener indicadores mucho más sólidos y favorables en la disminución de costos.

Con el propósito de continuar con mejores resultados para el 2012, se debe trabajar de manera crítica y lograr un profundo entendimiento de los aspectos a mejorar en cuanto al manejo operativo de dinero y proyectos en la empresa, disminuyendo costos y/o procesos, para obtener siempre mayor rentabilidad.

En relación con los años anteriores, 2009-2010, GfK Ecuador S.A. se sigue consolidando en el mercado, ganando prestigio apoyado no solo al ser una empresa multinacional, sino también por la excelente ejecución y apoyo a los clientes tomando relevancia dentro de las decisiones claves y estratégicas.

En el año 2011, las ventas de la Compañía lograron una desconcentración del cliente principal de empresa en años anteriores,

no por problemas de gestión sino por la entrada de otros grandes participantes dentro del TOP 3:

- Nestlé S.A. cliente vital para la compañía pasó de ser el 50% en ventas en el 2010 a ser el 37%.
- Un nuevo cliente como el Ministerio de Turismo, sector en el que nunca antes la compañía había participado, generó el 11% de las ventas.
- Cervecería Nacional (SabMiller), cliente importante también a nivel regional, se logró un 8% en ventas.

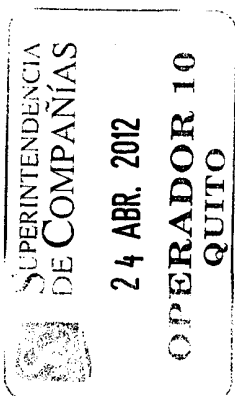
Esto indica que el TOP 3 de clientes de la empresa generó el 56% del volumen de las ventas, cumpliendo con 2 objetivos propuestos por el área comercial: desconcentración de venta del líder y diversificación de portafolio interno de la compañía.

Dentro de los puntos críticos identificados en el informe de 2010, "Bonding y Apego con la Compañía por parte de los Empleados", este indicador se logró superar frente al objetivo 2011 de RRHH propuesto, debido a la alta satisfacción por parte de los empleados de la compañía. Se han logrado pasos importantes en esta área, a través de la realización de actividades a lo largo del año que permitan un proceso de integración saludable entre los diferentes equipos, procesos de capacitación y desarrollo con mayor claridad.

Debido al crecimiento de ventas, también hubo un crecimiento de la estructura de empleados, en el que se garantizó un programa de inducción adecuado y un proceso de integración, cumpliendo con los procesos de adaptación y detección de fortalezas y debilidades dentro de sus responsabilidades en la compañía.

Como objetivos fundamentales para el año 2012, nos hemos planteado:

- Continuar con el proceso de consolidación en el mercado ecuatoriano para llegar a ser la tercera empresa de IM AdHoc con ventas incrementales, que permitan seguir desarrollando y manteniendo socios estratégicos y diversificación de clientes, contando con un equipo en crecimiento, motivado y satisfecho.
 - Desarrollar un análisis estandarizado que permita el ahorro y mejora de los procesos sin que esto impacte en la satisfacción de clientes.
 - Realizar una mejora en negociaciones con proveedores garantizando siempre una mejor calidad.
 - Seguir desarrollando actividades con planes de integración y capacitación, que permitan mantener los indicadores de clima laboral frente a los obtenidos en el 2011.



CONCLUSION

De acuerdo a los resultados obtenidos en el 2011, la compañía se encuentra en un proceso mucho más sólido de crecimiento, demostrando que de acuerdo a los aprendizajes de años anteriores y los planes de acción realizados, se obtuvieron indicadores positivos y utilidad, luego de estar 4 años en el mercado.

Para el 2012 se visualiza un reto importante el seguir creciendo en ventas, generando un análisis profundos de optimización de costos y planes de ahorro, para generar aún mejores resultados. Con los objetivos propuestos para este año, la empresa va en camino a seguir posicionando su liderazgo en investigación de mercados en el país.

Finalmente, se lograron resultados positivos para la empresa en el 2011, con un crecimiento sostenido, planes de acciones delineados, nuevas políticas y el interés de todo el equipo de dar siempre los mejor. Se prevé mucho éxito en el 2012 para la compañía tomando en cuenta los aprendizajes y experiencias de años anteriores.

Atentamente,


Adriana Trillo
Gerente General

