

RESUMEN DE ACTIVIDADES GfK ECUADOR S.A INVESTIGACION ESTRATEGICA AÑO 2012

De acuerdo con las disposiciones legales, a continuación se presenta el informe para los accionistas referente a la gestión realizada en el año 2012 por la Señorita Adriana Trillo Gerente General.

GfK Ecuador S.A. 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 quinta 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 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.P.I. 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.P.I. 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.P.I. de C.V. con un 99% de las acciones.

En el 2012 el crecimiento de la compañía sigue presentándose a favor, debido al buen desempeño realizado también en el 2011, haciendo que este 2012 las ventas no crecieron significativamente pero se han mantenido frente a años anteriores:

- *Crecimiento de ventas del 5% frente al 2011
- *Crecimiento de ventas del 33% frente al 2010

Aunque las ventas no fueron significativamente superiores a otros años, si se ha superado el presupuesto establecido a inicios del año 2012 en un 9%, esto se debe a la buena gestión realizada por las áreas administrativas y control de costos en áreas operativas.

Por segundo año consecutivo la compañía GfK Ecuador S.A. presenta utilidades, efecto que se permite por el buen manejo del área administrativa y gestión operacional, por tal motivo se sigue implementando convenios y planes de ahorro con proveedores para ver resultados favorables para el 2013

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos en los años 2012, 2011, 2010:

Descripción	2012	2011	2010
Ventas netas	1,570	1,504	1,174
Costo operacionales	972	641	375
Margen Bruto en Ventas	598	864	799
Gasto Operacional	504	772	796
Utilidad (Pérdida) Operacional	94	92	3
Otros Gastos (ingresos), neto	-8	-1	54
Utilidad Neta	86	91	-51

Aunque los resultados finales del 2012 no superan la utilidad neta del 2011, se está trabajando en realizar planes de acción para el mejoramiento de los indicadores y solidificar a favor la disminución de costos con el propósito de tener resultados favorables y positivos para el cierre del 2013, superando los del 2011 y 2012.

Es de suma importancia trabajar en la mejora continua para controlar y mejorar los entendimientos operativos de la compañía en relación al manejo de presupuestos y controles de los mismos para generar siempre rentabilidad

GfK Ecuador S.A. durante estos cinco años de actividad dentro de Ecuador continúa siendo considerado Socio Estratégico de sus clientes, ya que ha participado como decisor de estrategias y puntos clave dentro de la industria, por lo que el lazo con sus principales clientes se sigue construyendo.

Al igual que el año 2011, en el 2012 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 represento en el 2012 el 32% de las ventas.

- FARCOMED, presenta un crecimiento importante para este 2012 siendo el segundo cliente con una participación del 13% en facturación
- Cervecería Nacional (SabMiller), cliente importante también a nivel regional, representa el 11% de las 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 hacia nuevos clientes o desarrollo de las cuentas actuales.

El clima laboral se desfavoreció con los cambios administrativos presentados a inicio de año, lo que hizo que el departamento de RRHH implementara la búsqueda de actividades de integración, capacitación y desarrollo que aportaran a la satisfacción y trabajo en equipo para el cumplimiento de las metas.

La compañía sigue creciendo en ventas pero no en estructura, ya que para el 2012 se sufrió una entrada y salida de nómina tanto en Quito como en Guayaquil, lo que ha permitido trabajar en capacitación constante y mantenimiento de la nómina de colaboradores generando programas de inducciones para poder mostrar las fortalezas y debilidades de cada una de las áreas y responsabilidades dentro de la compañía, mismo que se planteó en el 2011.

Como objetivos fundamentales para el 2013, GfK Ecuador S.A se ha planteado lo siguiente:

- Con la nueva inclusión de competidores de empresas de investigación de mercados en Ecuador, fortalecer las metodologías para seguir construyendo en ser los Socios Estratégicos de nuestros clientes.
- Generar satisfacción y apego a la compañía por parte de los integrantes de la misma, haciendo planes de integración que mejoren los indicadores de satisfacción.
- Ejercer nuevos planes de acción para ahorros dentro de las áreas para generar utilidades a la compañía sin afectar la calidad de los resultados.

CONCLUSION

A la luz de los resultados obtenidos en el 2012, GfK Ecuador S.A. sigue teniendo procesos solidos de crecimiento, por lo que sigue construyendo de acuerdo a los aprendizajes y planes de acción implementados, por segundo año consecutivo continúa presentando utilidades dentro de sus 5 años dentro del mercado ecuatoriano.

Para el 2013 existe un reto importante de seguir siendo aquella empresa estratégica que permita ser el aliado de sus clientes y compitiendo contra las nuevas agencias multinacionales que están entrando a Ecuador, haciendo que sus ventas también aumenten y teniendo planes de ahorro y optimización de costos, ya que es un punto a desarrollar en la generación de objetivos.

Así mismo seguir construyendo para generar apego y lealtad de los colaboradores de la compañía, haciendo que estos estén satisfechos de trabajar en GfK Ecuador S.A. y formen un equipo de trabajo que respalde buenos indicadores

Por último se destaca que la compañía sigue presentando resultados positivos para el 2012, con un crecimiento y planes de acción forjados a las mejoras continuas, con implementaciones de políticas que permitan desarrollar el éxito continuo y sostenible para el 2013, sin olvidar los aprendizajes y áreas de oportunidad demostradas en años pasados

Atentamente,



Jethro Cortés
Gerente General