

RESUMEN DE ACTIVIDADES GfK ECUADOR S.A. INVESTIGACION ESTRATEGICA AÑO 2014

De acuerdo con las disposiciones legales, a continuación se presenta el informe para los accionistas referente a la gestión realizada en el año 2014 por el Señor Jethro José Antonio Cortés Trabado.

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 2014 el crecimiento de la compañía disminuyó, debido a razones de mercado y regulaciones gubernamentales en torno al consumo de productos que hicieron que el mercado de servicios de investigación de mercado se reduzca, haciendo que este 2014 las ventas no crecieron significativamente pero se han mantenido frente a años anteriores.

Aunque las ventas no fueron significativamente superiores a otros años, si se ha logrado cumplir el presupuesto establecido a inicios del año 2014 en un 16% menos, esto se debe a la buena gestión realizada por las áreas administrativas y control de costos en áreas operativas.

A continuación se presenta un resumen de los resultados obtenidos en los años 2014, 2013, 2012, 2011:

Descripción	2014	2013	2012	2011
Ventas netas	1,242	1,411	1,570	1,504
Costo operacionales	879	1,082	972	641
Margen Bruto en Ventas	363	329	598	864
Gasto Operacional	-441	350	504	772
Utilidad (Perdida) Operacional	-77	-22	94	92
Otros ingresos	-4	24	8	1
Utilidad Neta	-82	2	86	91

Aunque los resultados finales del 2014 son negativos frente a los años anteriores, 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 2015, superando los del 2014 y 2013.

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 seis 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 2013, en el 2014 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 representó en el 2012 el 33% de las ventas.

- Cervecería Nacional (SabMiller), cliente importante también a nivel regional, representa el 11% de las ventas
- FARCAMED, cliente que representa el 7% de las ventas

Esto indica que el TOP 3 de clientes de la empresa generó el 50% 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 es favorable con una evaluación internacional muy positiva de Ecuador, la cual fue presentada a inicio del año 2015, lo que hizo que el departamento de RRHH afianzara 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 2014 se evidenció alta rotación de personal tanto en Quito como en Guayaquil dado a la reestructuración de la empresa por la caída del mercado, 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.

Como objetivos fundamentales para el 2015, 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 2014, GfK Ecuador S.A. sigue teniendo procesos sólidos de crecimiento, por lo que sigue

construyendo de acuerdo a los aprendizajes y planes de acción implementados, para continuar en el mercado ecuatoriano.

Para el 2015 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 durante el año 2014 la compañía reporta una pérdida en sus operaciones, esto es, debido a las recientes restricciones comerciales que afectan a los presupuestos de los clientes para invertir en investigación de mercado, cabe recalcar que a pesar de que la compañía casi ha cumplido el presupuesto de ventas, sus costos y gastos incurridos durante el periodo superan los ingresos. El área de operaciones de la compañía se encuentra realizando varias reuniones con potenciales clientes para mejorar la situación económica en el año 2015.

Atentamente,



Jethro Cortés
Gerente General