Quito, a 11 de abril de 2014

Señores

Socios

HELADERÍAS COFRUNAT CÍA. LTDA.

Presente.-

De mis consideraciones:

A continuación, resumo de manera ejecutiva los puntos más destacados de los resultados logrados en el año 2013 con un breve comparativo en relación a los resultados obtenidos en el año 2012:

1) Ventas de producto:

   a) En dólares: en el año 2012 las ventas ascendieron a $1 471 254.68 y en el año 2013 a $1 573 536.01 lo que refleja un incremento de $102 281.33 que equivale al 6.95%. Cabe indicar que en julio de 2013 se incrementaron los precios, hecho que contribuyó a la obtención de este resultado, y que las ventas totales en el Estado de Pérdidas y Ganancias correspondientes al año 2013 reflejan un valor de $1 702 448.96 por efectos de la venta del terreno de Nayón por un valor de $127 714.64 que no se consideran para el análisis de este punto por no corresponder al giro del negocio.

   b) En unidades de Coqueiro Original: en el año 2012 se vendieron 1 117 489 unidades y en el año 2013 se vendieron 1 206 020 unidades lo que refleja un incremento de 88 531 que equivale al 7.92%. Este incremento se debió principalmente a la gestión del Lic. Hugo Bustos quien desarrolló la Ruta Baños – Tena que aportó para el año 2013 la cantidad de 77 203 unidades vendidas de Coqueiro Original que representan el 87.20% del incremento logrado. Si se elimina del análisis el efecto de las ventas de la Ruta Baños – Tena, apenas se hubiera crecido en el 1.01%, es decir, las ventas de este producto se hubieran estancado.

   c) En unidades de Coqueiro Kids: en el año 2012 se vendieron 876 735 unidades y en el año 2013 se vendieron 877 643 unidades lo que refleja un incremento de 908 unidades que equivale al 0.00%, es decir, las ventas de este producto se han estancado y no hubo crecimiento.

2) Resultado del ejercicio económico: en el año 2012 hubo una pérdida contable de $80 980.98 y en el año 2013 se hubiera tenido una pérdida contable de $80 363.67, de no ser por la venta del terreno de Nayón cuyo aporte permitió obtener una utilidad contable de $47 350.97.

3) Principales razones que motivaron el resultado logrado: a) estancamiento de las ventas atribuida principalmente a la falta de un ocupante del puesto de Jefe de Atención al Cliente, Ventas y Cobranza 100% dedicado a esta actividad que, con un liderazgo fuerte, impulse el proceso de desarrollo de mercado y control de la cartera, b) incremento de cartera morosa, particularmente en la provincia de Manabí, c) incrementos sistemáticos en costos de materia prima e insumos de todo tipo, d) incremento de la competencia a nivel general y, particularmente, en la línea de helados de frutas naturales que oferta productos que compiten más por precio que por calidad, e) falta de conclusión del proceso de reestructuración organizacional y contratación de personal faltante que permita re-direccionar las funciones de puestos clave para mejorar su gestión.

4) Proyección de futuro: en la empresa continúa reinando una política de austeridad y una búsqueda constante de la optimización de todos los recursos disponibles que minimice al máximo hacer inversiones que no sean prioritarias o que devenguen en el incurrimiento de gastos innecesarios.

   Por otro lado, se está orientando la gestión de los diferentes puestos de trabajo a resultados y se están implementando indicadores de gestión para su medición y control. También se están buscando alternativas que contribuyan a mejorar el control interno y supervisión del personal.

   Por lo pronto, ya se efectuó la contratación del señor Edgar Ramos para que ocupe el puesto de Jefe de Atención al Cliente, Ventas y Cobranza, y el resto de contrataciones están en proceso de selección.

   En el año 2014, se espera continuar con lo siguiente: a) concluir con la reestructuración organizacional y contrataciones en marcha, b) fortalecer a la Unidad de Producción para obtener la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura y fomentar el desarrollo de nuevos productos, c) mejorar la gestión de ventas en todos los canales de distribución, y d) hacer un marketing más agresivo que nos permita vender más, defender nuestras posiciones en el mercado y captar más puntos de venta.

Agradeciéndoles por su confianza y seguro de contar con su apoyo, quedo de ustedes.

Atentamente,

Ing. Xavier Bustos Neira

Gerente General