

Quito, a 11 de abril de 2016

Señores

Socios Proprietarios de 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 2015 con un breve comparativo en relación a los resultados obtenidos en el año 2014:

1) Ventas de producto:

- a) En dólares: en el año 2014 las ventas solo de helados antes de Iva ascendieron a \$1 658 282.73 y en el año 2015 a \$1 797 951.50 lo que refleja un incremento de \$139 668.77 que equivale al 8.42%. Cabe indicar que desde junio de 2014, no se han vuelto a incrementar los precios de venta de nuestros productos.

En relación al presupuesto 2015, se esperaban vender \$1 867 163.72 que versus el resultado logrado representa un porcentaje de cumplimiento del 96.29% y un déficit de \$69 212.22.

- b) En unidades de Coqueiro Súper 110g: en el año 2014 se vendieron 1 214 480 unidades y en el año 2015 se vendieron 1 319 245 unidades lo que refleja un incremento de 104 765 unidades que equivalen al 8.62%. Este resultado refleja un mejoramiento en las ventas de este producto.

En relación al presupuesto 2015, se esperaban vender 1 335 463 unidades que versus el resultado logrado representa un porcentaje de cumplimiento del 98.78% y un déficit de 16 218 unidades.

- c) En unidades de Coqueiro Ideal 60g: en el año 2014 se vendieron 878 864 unidades y en el año 2015 se vendieron 867 640 unidades lo que refleja un decremento de 11 224 unidades que equivalen al 1.28%. Este resultado refleja un ligero decrecimiento de las ventas de este producto que se mantiene estable en su venta.

En relación al presupuesto 2015, se esperaban vender 889 287 unidades que versus el resultado logrado representa un porcentaje de cumplimiento del 97.56% y un déficit de 21 647 unidades.

- 2) **Resultado del ejercicio económico:** en el año 2014 se logró una ganancia contable \$ 55 003,57. En el año 2015 se logró una ganancia contable de \$66 523,27. Consecuentemente, la empresa mejoró su rentabilidad monetaria del año 2014 versus el 2015 en \$11 519,70 lo que representa un incremento del 20,94%. Por otro lado, la rentabilidad de la empresa sobre los ingresos ordinarios subió del 3,26% en el año 2014 al 3,60% en el 2015.
- 3) **Principales razones que motivaron el resultado logrado:** a) mejoramiento en la gestión de ventas de los Asesores en general, b) contribución significativa de las ventas de María Luisa Santafé en Parques, Alizon Llerena en Galápagos, Megasantamaria con su primer año completo de relación comercial, adición de las ventas de la distribución al por mayor de Hernán Cáceres en Chimborazo; c) cambio climático favorable para la venta de helados; d) fallecimiento del Lic. Hugo Bustos, e) incremento de la competencia en la línea de helados de frutas naturales con productos que compiten más por precio que por calidad en donde destacan Pingüino y los de la Asociación de Fabricantes de Helados de Salcedo, f) 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.

En el año 2016, 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 FSSC22000 dado que en diciembre de 2015 se logró pasar la inspección para la certificación en 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, me despido.

Atentamente,



Ing. Xavier Bustos Neira

Gerente General