

INFORME DE GERENTE GENERAL CORRESPONDIENTE AL AÑO 2017

Quito, a 17 de abril de 2017

Señores

SOCIOS 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 2017 con un breve comparativo en relación a los resultados obtenidos en el año 2016:

1) Ventas de producto:

- a) En dólares antes de Iva: en el año 2016 las ventas de helados y otros productos en puntos de venta propios ascendieron a \$1 786 994.82 y en el año 2017 a \$1 840 547.44 lo que refleja un incremento de \$56 089.06 que equivale al 3.00% de crecimiento.

En relación al presupuesto 2017, se esperaba recuperar las ventas de helados y otros productos en puntos de venta propios a los valores logrados para el año 2015, es decir, \$1 845 153.57 que versus el resultado logrado de \$1 840 547.44 representa un porcentaje de cumplimiento del 97.46% y un déficit de -\$4 408.78.

- b) En unidades de Coqueiro Súper 110g consolidadas: en el año 2016 se vendieron 1 279 374 unidades y en el año 2017 se vendieron 1 323 995 unidades lo que refleja un incremento de 44 621 unidades que equivalen al 3.49% de crecimiento.

En relación al presupuesto 2017, se esperaba recuperar las ventas logradas para el año 2015, es decir, 1 319 245 unidades que versus el resultado logrado de 1 323 995 unidades representa un porcentaje de cumplimiento del 100.36% y un superávit de 4 750 unidades.

- c) En unidades de Coqueiro Ideal 60g consolidadas: en el año 2016 se vendieron 801 428 unidades y en el año 2017 se vendieron 809 561 unidades lo que refleja un incremento de 8 133 unidades que equivalen al 1.01% de crecimiento.

En relación al presupuesto 2017, se esperaba recuperar las ventas logradas para el año 2015, es decir, 867 640 unidades que versus el resultado logrado de 809 561 unidades representa un porcentaje de cumplimiento del 93.31% y un déficit de -58 079 unidades.

2) Resultado del ejercicio económico 2017:

En el año 2016 se logró una utilidad de \$21 536.39, lo que representa una utilidad sobre las ventas de helados y otros productos en puntos de venta propios del 1.20%. En el año 2017 se logró una utilidad de \$34 775.06, lo que representa una utilidad sobre las ventas de helados y otros productos en puntos de venta propio del 1.88%.

Consecuentemente, la rentabilidad monetaria de la empresa se incrementó del año 2016 al año 2017 en \$13 238.67 lo que representa el 61.39%.

Por otro lado, si se hace el mismo análisis, pero en función de los ingresos totales de la empresa que para el año 2016 ascendieron a \$1 799 080.22 y para el año 2017 a \$1 949 614.59, el porcentaje de utilidad sobre los ingresos es del 1.19% y del 1.78%, respectivamente.

3) Principales razones que motivaron el resultado logrado:

El año 2017 mejoraron las ventas, particularmente en las provincias Esmeraldas y Manabí que fueron las más afectadas en el año 2016, debido a los siguientes acontecimientos que ahuyentaron el turismo hacia esa región:

Brotos de zika y chikunguña, b) rebrote de AH1N1 en la Sierra central, c) terremoto de Pedernales del 16 de abril de 2016, d) réplicas posteriores al terremoto, e) sismos importantes en Atacames anteriores a los feriados de Navidad y fin de año.

Todavía no se trabaja con normalidad en esas provincias, pero la mejora en ventas ha sido representativa.

Por otro lado, es importante destacar la gestión de la fuerza de ventas en general y particularmente de la Sucursal de Guayaquil que ha levantado sus ventas de manera significativa.

También contribuyeron de manera importante al resultado el incremento en ventas que se dio en el canal autoservicios a través de los packs.

Finalmente, la empresa invirtió más de \$143 000.00 para mejorar su infraestructura productiva.

4) Cumplimiento de objetivos previstos para el año 2016:

A continuación, se enlistan los principales objetivos con su estatus de cumplimiento al cierre del ejercicio analizado:

- a) Mantenimiento de la Certificación en BPM: cumplido. En diciembre de 2017 la UE Producción y Aseguramiento de Calidad pasó de manera exitosa la auditoría de seguimiento.
- b) Obtención de Certificación FSSC 22000: parcialmente cumplido. No se ha avanzado más con la asesoría y capacitación por parte de Proserati. Su obtención depende de la mejora en las instalaciones de la planta que ya han sido realizadas en su mayoría.
- c) Lanzamiento de 4Pack Ideal 240g: cumplido. En diciembre de 2017 se lanzó el 4Pack Ideal Coco 240g. Su venta todavía no es relevante.
- d) Lanzamiento de helados de frutas naturales en base de agua con banda media en azúcar: no cumplido. Continúan en investigación y desarrollo.
- e) Lanzamiento de combinaciones de dos sabores en la presentación Súper 110g: suspendido. Su desarrollo depende de la inversión en maquinaria y equipos que permitan producirlo de manera estandarizada.

f) Reformulación de productos actuales para ingresarlos con banda media en azúcar de manera natural, con reemplazo de ingredientes alérgenos, a excepción de los lácteos, y mejoramiento de preservante: no cumplido. Continúan en investigación y desarrollo.

g) Lanzamiento de helados batidos de manera artesanal: no cumplido. Su desarrollo depende del aseguramiento del suministro eléctrico y la inversión en maquinaria y equipos.

h) Actividades promocionales relevantes:

Se consolidó la campaña permanente de impulsación de puntos de venta a través de la contratación en relación de dependencia de tres impulsadoras para la Matriz Quito y una para la Sucursal Guayaquil.

Se consolidó el equipo de mantenimiento de congeladores y publicidad en la Matriz Quito.

La nueva página web está activa.

i) Compra de terreno: el Sector Alimenticio no desarrolló ningún proyecto de parque industrial por sí mismo, pero puso a consideración de los socios una iniciativa privada en Calacalí que fue analizada por los socios y el Jefe de Finanzas y Contraloría. Al final, se decidió privilegiar las inversiones que contribuyan a la generación de nuevos ingresos en el corto plazo.

j) Vigencia de registro de marca en el IEPI: los registros de la marca “Los Coqueiros, El Original, ¡El helado que alimenta!, más diseño” y “Los Coqueiros, Kids, ¡El helado que alimenta!, más diseño” vencen el 7 de septiembre de 2020.

El 31 de octubre de 2014, previendo el cambio de empaques de los productos cuyos artes finales se aprobaron el 4 de febrero de 2015, se encargó al Dr. Fabricio Peña, IntegraLegal, la adición a los registros vigentes de los siguientes: “Los Coqueiros, Súper, ¡Puro Coco y Frutas Naturales!, más diseño” y “Los Coqueiros, Ideal, ¡Puro Coco y Frutas Naturales, más diseño”.

Al cierre del ejercicio 2017 ya estaba pedida la búsqueda de las marcas a registrar, pero hasta esa fecha este trámite no ha podido ser concluido, según informes del Dr. Peña, por demoras internas y, de último, por cambio de sistema informático en el IEPI.

El registro “Fruteiros” venció el 22 de febrero de 2015. En enero de 2015, se encargó la renovación al Dr. Peña. De igual manera, hasta la fecha no se ha podido concluir con este trámite. Cabe indicar que en autoservicios de se está comercializando una pulpa de fruta de nombre “Fruteiros”. Según la consulta legal que hizo el Dr. Peña, esa marca puede co-existir con la nuestra si la llegamos a utilizar por tratarse de clases diferentes.

Debido a la lentitud en la gestión del Asesor Legal actual, se buscará otras opciones de proveedores especializados en el tema marcarío.

5) Proyección para el año 2018:

Se prevé un escenario político y económico muy difícil para el año 2018, pero lleno de oportunidades que deben ser aprovechadas por la empresa puesto que se tiene mucho mercado desatendido que está a la espera de la llegada de nuestros productos.

Por otro lado, en la empresa reina desde hace varios años una política de austeridad permanente en la que se ha puesto énfasis en el control de los costos y gastos, y en la medición de la rentabilidad de la actividad comercial a través de la UE Finanzas y Contraloría para la toma de decisiones acertadas y oportunas a nivel Gerencial.

De igual manera, está prevista la realización de las inversiones estrictamente necesarias en nuestras instalaciones actuales para apalancar y acelerar el cumplimiento de los objetivos estratégicos determinados por la empresa.

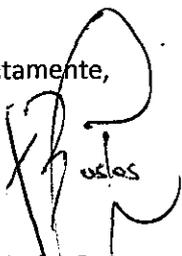
A continuación, se enlistan las actividades que serán prioritarias para el año 2018:

- a) Hacer las mejoras en las instalaciones de planta requeridas para lograr la certificación FSSC 22000.
- b) Certificar en la norma ISO 9001:2015.
- c) Adquirir las maquinarias y equipos necesarios para asegurar aún más la calidad e inocuidad de los productos terminados actuales.
- d) Adquirir carrocerías refrigeradas para asegurar la cadena de frío.
- e) Concluir con los desarrollos de productos nuevos que no impliquen nueva inversión en maquinaria y equipos.
- f) Adquirir la maquinaria y equipos que sean necesarios para el desarrollo de nuevos productos que no se puedan hacer con la maquinaria y equipos actuales, priorizando al helado batido.
- g) Incrementar las ventas en el canal de autoservicios a través de la oferta a más supermercados y el desarrollo de packs acordes a los gustos y preferencias de los consumidores finales del canal en mención.
- h) Incrementar la cantidad y calidad de puntos de venta atendidos por la Sucursal de Guayaquil.
- i) Incrementar la cantidad y rentabilidad de los puntos de venta de propiedad de la empresa.
- j) Aprovechar de mejor manera los activos improductivos, particularmente el inmueble ubicado en Tonsupa afectado por el sismo, y poner énfasis en el control de las pérdidas de congeladores y producto terminado en puntos de venta.
- k) Analizar la estructura organizacional de la empresa y el sistema de ventas y entrega utilizado para hacerlos más productivos.

Para dar cumplimiento a las inversiones enlistadas, se reinvertirá la utilidad lograda en el ejercicio 2017 y se recurrirá a financiamiento bancario.

Agradeciéndoles por su confianza y seguro de contar con su apoyo, pongo en su conocimiento el presente informe.

Atentamente,



Ing. Xavier Bustos Neira

Gerente General