

GAELI-NATURAL-CARE CIA LTDA.

Quito, 24 de marzo de 2018

INFORME DE LA GERENCIA AÑO 2017

En cumplimiento a las responsabilidades en tanto que Gerente General, me permito realizar la presentación del informe de la Gerencia para el año 2017.

Una vez que se concluyeron los trabajos de modificación del área física, se inició el proceso de producción de prueba en febrero de 2017.

Por otro lado, y en base al trabajo técnico liderado por parte de la Dra. Jacqueline Godoy, se elaboraron fórmulas y se definió el equipo y materia primas requeridos.

Finalmente debo señalar el trabajo en el área financiera. Durante el año de 2017, y en base a los dos ejercicios financieros que se realizaron en la fase pre-operativa, se actualizaron los montos del presupuesto, de inversión, del flujo de caja y del estado de resultados.

1. Cumplimiento de objetivos previstos para el ejercicio económico materia del informe.

El proceso de operación inició con un periodo de prueba en el cual se realizaron varias muestras de los distintos productos. Luego de las modificaciones necesarias a las fórmulas, se dio paso al proceso de producción por lotes.

El objetivo fundamental del año 2017 fue iniciar el proceso de producción y comercialización de los productos. Una vez concluido el periodo de prueba se dio paso a la producción de lotes limitados y se formularon estrategias de comercialización.

En ese sentido y buscando detallar las actividades realizadas en el transcurso de 2017, a continuación, se presenta de manera cronológica la evolución que se dio tanto en el área de producción como en el área de administración y comercialización.

Con respecto al área productiva, debo indicar que el objetivo planteado fue alcanzar un nivel de producción sostenido en base a la demanda requerida. Para esto, se trabajó en la optimización del costo de producción de cada uno de los productos a través del análisis de la fórmula química, del acceso a materia prima y de la reducción o eliminación de rubros no indispensables.

En ese sentido, se solicitó y se obtuvo información de distintos proveedores de materia prima, de envases y de etiquetado, logrando de esta manera obtener reducciones considerables en las tres variables antes mencionadas.

GAELI-NATURAL-CARE CIA LTDA.

El proceso de producción no presentó dificultad técnica, salvo la necesidad en algunos casos de producir directamente algunos extractos de plantas, lo cual implicó ampliar el tiempo requerido para la producción. En ese periodo, se averió la máquina trituradora, la cual necesita un mantenimiento.

Por lo tanto, el objetivo de iniciar y mantener un proceso de producción sostenido fue logrado en el 2017, habiendo satisfecho los pedidos de manera oportuna y sin haber recibido ninguna queja respecto de la calidad de los productos.

Es importante señalar que a lo largo del año siempre se mantuvo un margen para incrementar la producción en caso de requerirlo.

Es importante señalar que en mayo de 2017, se tomó contacto con una empresa líder en el sector de ventas masivas de productos químicos con el fin de analizar la posibilidad de desarrollar un proyecto de manera conjunta. Se trabajó en las muestras del producto y se participó en reuniones de trabajo. Sin embargo el proyecto finalmente no pudo concretarse por razones ajenas a nuestra empresa.

2. Información sobre hechos extraordinarios producidos durante el ejercicio, en el ámbito administrativo, laboral y legal.

No se han producido hechos extraordinarios durante el ejercicio del periodo comprendido entre enero y diciembre de 2017.

3. Cumplimiento de las disposiciones de la Junta General y el Directorio.

Durante el año 2016, la Junta General y el Directorio determinaron la necesidad de realizar una inversión en publicidad/marketing con el fin de crear y desarrollar un mercado de clientes. En ese aspecto, se trabajó en una estrategia de difusión que incluyó:

A. Manejo propio de difusión

Creación de página web y página de Facebook

Creación de contenidos

Campañas pagadas en Facebook

El manejo propio del marketing incluyó distribuir el tiempo de trabajo en la difusión de redes y la inversión monetaria sin lograr mayor impacto. Por ello, se dio paso a un manejo profesional.

B. Contratación de empresa de marketing digital

GAELI-NATURAL-CARE CIA LTDA.

La contratación de la empresa Demente Group (junio 2017), dedicada a la prestación de marketing digital mediante servicios tecnológicos y experta en social media management , ppc management y creación de estrategias de comunicación.

El objeto fue la prestación de servicios de marketing digital y estrategias de Dmente Group a GAELI.

El servicio incluyó:

- i) Creación y manejo de Facebook y LinkedIn
- ii) 2-3 publicaciones semanales en cada red
- iii) Manejo de campañas pagadas en Facebook (Likes, Boosted Posts, Lead Ads).

Inicialmente el contrato tenía previsto desarrollarse durante un periodo de tres meses, el cual se modificó para que durase un mes únicamente.

Al finalizar el periodo de un mes y aunque se generaron contenidos digitales y se obtuvieron "likes", no se logró concretar un aumento de las ventas. En ese contexto, se tomó la decisión conjuntamente con la Presidenta, la Dra. Godoy, de dar por finalizado el contrato y se reinició con el manejo interno de las redes

C. Realización y difusión del evento denominado "casa abierta"

Se invirtió en la realización y difusión del evento de casa abierta durante el mes de septiembre de 2017, con el objetivo de dar a conocer los productos y generar la atracción de clientes. Esto implicó generar una cantidad de inventario de productos varios, creación de una nueva línea de productos, decoración del inmueble, compra de bocaditos entre otros gastos.

Paralelamente a esto, se invirtió en campañas pagadas, logrando incrementar el número de seguidores de la empresa en los medios digitales. Adicionalmente se tomó contacto con el Sr. Roberto Vélez, quien fue recomendado por su experiencia en ventas y en la difusión de productos y servicios en medios digitales para que potenciara la asistencia de clientes al evento.

Empero de todo lo mencionado y a pesar de algunas ventas realizadas, el evento no logró generar la expectativa esperada y por el contrario significó un gasto para la empresa.

D. Venta y difusión a través de terceros

En este punto es importante indicar que se llevaron a cabo varias presentaciones de los productos a tiendas de tipo orgánico y a personas que dedicadas al área comercial.

Efectivamente se tomó contacto con los siguientes establecimientos:

- Guarderías y escuelas particulares
- Uwi cafetería y tienda orgánica (visita in situ)

GAELI-NATURAL-CARE CIA LTDA.

Megaorganik (mail)

Wayruro orgánico (Mail y envío de ficha técnica)

Mr. Joy (Mail y carta con muestra de producto)

Superfood (visita en situ y entrega de productos de muestra)

Sin haber tenido una respuesta satisfactoria de ninguno de ellos, es probable que sea necesario mayor perseverancia en buscar otros establecimientos de este tipo.

E. Participación en ferias

4. Situación financiera de la compañía al cierre del ejercicio y de los resultados anuales, comparados con los del ejercicio precedente.

Durante el año 2017, la empresa registró un monto de ventas bastante estable pero insuficiente. Los costos fijos son elevados y aunque resultó utilidad bruta de \$ 2195.60, no fue suficientes para cubrir los gastos administrativos y otros; aunque se tomaron algunas medidas de restricciones: no se contrató personal y se trabajó por los directivos sin recibir pago de sueldos ni honorarios, se disminuyó el pago de arriendo por acuerdos con el propietario; entre otros..

5. Recomendaciones a la junta general respecto de políticas y estrategias para el siguiente ejercicio económico.

Una vez realizado el análisis respecto de las actividades de la empresa, debe mencionarse que el punto fundamental es punto de equilibrio de la empresa. En la fase pre-operativa, se trabajó en escenarios de flujos de caja de tipo conservador. La idea inicial era que los socios pudieran realizar aportes hasta estabilizar las ventas de le empresa, sin embargo, luego del primer semestre, se observó que los niveles de ventas no eran suficientes.

Al respecto se pueden señalar varios factores:

- Costos fijos elevados
- Nivel de ventas insuficientes.
- Incremento en la competencia o en el número de marcas similares
- Nivel de inversión requerido para la difusión en marketing elevado
- Situación geográfica del establecimiento

Es importante señalar que al haber visitado establecimientos de tipo orgánico como se mencionó anteriormente en el documento, se pudo constatar que existe un número considerable (10-15) y en todo caso mayor a lo esperado, de

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA RUIZ & GODOY

GAELI-NATURAL-CARE CIA LTDA.

marcas de productos que estarían en directa competencia con los productos de Gaeli Natural Care, al ofertar productos de tipo natural, en algunos casos de tipo artesanal, dificultando el acceso al mercado a nuestros productos.

A pesar de haber generado ventas a lo largo del año, no se logró incrementar el nivel general de las mismas, lo cual tuvo repercusiones en el plano financiero. Los ingresos generados no lograron superar los costos, lo cual en sí no es indicador definitivo. Sin embargo, a esta situación se debe incluir el análisis de la tendencia de la demanda, la cual no mostró un incremento, generando de esta manera un incremento en el nivel de deuda de la empresa hacia los socios.

Resumiendo, a pesar del éxito relativo de los productos en los clientes, el nivel actual de ventas y su tendencia futura no permiten que el modelo de negocios sea rentable y se recomienda la disolución de la empresa.

Agradeciéndoles la confianza que tuvieron al designarme como Gerente de la empresa, me reitero a su entera disposición para aportarles cualquier información adicional que ustedes consideren necesaria en relación con el informe que ahora someto a su consideración.



Econ. Galo Mauricio Ruiz Llerena
Gerente General