

## **INFORME DE REPRESENTANTE LEGAL ARFOPINA 2017**

### **Preámbulo:**

El sueño ha sido alcanzado, al menos en su visión de gestar una compañía que mire la honra y dignidad de las personas, tal como deseé al constituir la empresa artesanal BELLADONNA.

Hoy, y en el trascurso de este año naciente para ARFOPINA, BELLADONNA ha llegado a ser la proveedora de un artículo considerado casi de lujo, la fotoporcelana, una mercadería producidas bajo pedido y con los estándares de calidad más altos a los que hemos llegado a honrar, para satisfacción de los clientes y los distribuidores de ARFOPINA, mismos que gustosamente han sido trasladados de BELLADONNA a ARFOPINA sin ningún menoscabo ni egoísmos.

Pero más allá de un mercado simplista, he deseado que la empresa BELLADONNA, con su personal, sea parte directa de los logros que sólo una compañía anónima puede brindar. Por ello, no sólo deseamos sino que hemos participado en la capitalización de ARFOPINA y espero que esta visión compartida y humana pueda alcanzar aún a mis amigos y amigas del campo de las marmolerías y los cementerios.

He creído que se necesita una empresa que pueda aglutinar a personas, personas naturales como inversionistas, a los trabajadores y a otras empresas que puedan visionar lo que hemos llamado, un mercado humanamente humano. Esto es lo que veo en ARFOPINA.

El presente informe me carga de varias emociones, unas con una efusión de gozo y otras de tristeza. Este es mi informe.

### **1.- Gestión constitutiva de ARFOPINA.**

#### **Constitución de la Compañía.**

Conforme a las reuniones sostenidas con el co-promotor Galo Fabara para constituir una compañía que ofrezca arte en fotoporcelana y piedras naturales, quien suscribe el presente informe en calidad de llegar a ser su Gerente General, procedió a contratar los servicios profesionales de un estudio jurídico para de esta manera dar cumplimiento las decisiones y sueños tomados.

Me entrevisté con Galán Melo y Asociados, para que sea esta firma la que tome nuestra constitución y realicen el papeleo necesario para la constitución de ARFOPINA.

#### **Antecedentes:**

Dado que la visión fraterna de la creación de ARFOPINA S.A. era la de llegar ser una compañía donde los clientes de la empresa BELLADONNA sean socios activos para la empresa naciente, como parte de la gestión se debía invitar a cada uno de los artesanos para conformar su adhesión al proyecto.

La labor fue encomendada al personal directo de la empresa BELLADONNA, quienes durante un período de más de dos años se entregaron a la tarea encomendada. Se realizaron visitas de campo, a los clientes distribuidores marmolistas en todo el Ecuador. Se reforzó el trabajo con llamadas por teléfono y aclaraciones, se les enviaron información por internet y en papeles por correo terrestre y aéreo, entre otras cosas.

De los clientes de la cartera de BELLADONNA y de las visitas a los domiciliados en Quito, Guayaquil y otras ciudades se obtuvo una base total de marmolistas de al menos 93 en total en el Ecuador y que son clientes de BELLADONNA.

Pese al esfuerzo, tiempo y dinero invertido, informándoles y motivándoles a participar en la constitución de la compañía, no fue posible que los Artesanos logren visualizar la oportunidad de asociarse a este proyecto, y pese a todos los denuestos y disponibilidad de los promotores Ana María Guerrero y Galo Fabara, todos se excusaron.

En esta virtud la compañía se constituye con los socios Sr. Galo Fabara Ramia y Sra. Ana María Guerrero.

Galán Melo hace la entrega de la constitución en el plazo acordado, se revisan todos los papeles que el abogado ha entregado y se acepta la gestión de dar por comenzada la constitución de ARFOPINA, quedando algunos documentos pendientes de presentación.

## **2.- Gestión Administrativa.**

De acuerdo a lo establecido en la Junta Directiva con fecha 15 de abril del 2017, se hace el traspaso de la gestión administrativa, operativa y comercial a ARFOPINA S.A. de lo siguiente:

### **2.1.- Inversión de Mercaderías Personalizadas y Producidas bajo Pedido.**

Esta mercadería, personalizada, bajo pedido, de producto terminado no es en sí un inventario de existencias de Placas de Fotoporcelana, sino el resultado de pedidos individuales y personalizados por parte de los distribuidores de ARFOPINA.

Dado que BELLADONNA es la productora de estas placas, se acordó, en el acta del 15 de abril del 2017, que BELLADONNA se convierta en productora para la empresa ARFOPINA de placas de fotoporcelana.

Para cumplir este acuerdo y ayudar a ARFOPINA en su capitalización según el acta 002 del 1 de mayo del 2017 se acuerda:

*... que lo mejor para ambas empresas es que Ana María Guerrero, dueña de BELLADONNA, traspase a manera de compromiso convertible a acciones en el aumento futuro de capital determinado en la fecha que corresponda, de un inventario valorado por el valor de 20 mil hasta 35 mil dólares, esto es, en placas de foto-porcelana producidas y listas para entrega. Este valor se podrá ajustar al cierre del periodo fiscal.*

*Dada la naturaleza del producto de venta FOTOPORCELANA (placas de fotoporcelana que es el resultado de convertir la materia prima, las porcelanas, en un producto terminado, la fotoporcelana y cuyos costos y*

*gastos corren por cuenta de BELLADONNA), éste no es un artículo de producción en serie, sino uno que se efectúa bajo pedido, personalizado e individualizado.*

*La mercadería personalizada y producida bajo pedido y los servicios correspondientes dependen de la demanda de los clientes de ARFOPINA, por tal razón el valor del producto fabricado y producido será el que se arroje de manera semanal en los pedidos de producción realizados a BELLADONNA por parte de los clientes de ARFOPINA.*

*Lo producido en placas de FOTOPORCELANA y SERVICIOS ADICIONALES en el año 2017 servirá de aporte de capitalización de BELLADONNA a ARFOPINA, y se contabilizará al cierre del ejercicio. Estas mercaderías serán considerado como una inversión progresiva por parte de BELLADONNA. Este valor de inversión podrá ser transado por Acciones cuando se acuerde el aumento de capital social.*

*Nota: en caso de que ARFOPINA requiera de reposiciones, reimpresiones, etc., de una placa de fotoporcelana, debido al reclamo de sus clientes por la garantía que se ofrece, dicho costo y gasto deberá estar incluido en el valor propuesto. Los estados financieros de BELLADONNA deberán demostrar tanto el inventario traspasado como las reposiciones, reimpresiones, etc.*

*Si BELLADONNA debiere facturar a ARFOPINA por cualquier motivo (necesidad de efectivo), se acuerda que al cierre del período abril 2018, si no hubiese ningún otro arreglo al momento de facturar, los montos de estas facturas que quedaren pendientes de pago (cuenta por pagar de Arfopina), podrán ser canceladas con Acciones por compensación de pagos cuando se acuerde un aumento de capital social.*

Nota aclaratoria: el “inventario”, debe entenderse como el valor de una **mercadería personalizada y producida bajo pedido**, y no como un inventario que acumule existencias para la venta. Las placas de porcelana

que a través de un proceso complejo y largo de producción se convierten en fotoporcelanas.

Al 31 de diciembre del 2017, en cumplimiento a los acuerdos, se registra en mercaderías personalizadas y producida bajo pedido y entregadas a ARFOPINA por el valor de 23 mil dólares (cifras cerradas), quedando una inversión correspondiente a mercaderías personalizadas, producidas bajo pedido y comprometidas para entrega, como si ello fuese un inventario inicial al 1 de enero del 2018 por un valor de 10 mil (cifras cerradas).

La manera de contabilización del producto fabricado y producido, está respaldada en las bases de datos de BELLADONNA bajo la figura de módulos de: ORDEN DE PEDIDO, ORDEN DE PRODUCCION, ORDEN DE FACTURACION, y ORDEN DE DESPACHO, que son designaciones propias del programa que usa BELLADONNA, los mismos que pueden ser verificados.

El resumen general de productos producidos (bajo pedido y personalizados) y de servicios relacionados con esta producción al cierre del ejercicio fiscal 2017, es un informe valorado y notariado, para garantizar su veracidad.

## **2.2.- Pets by BELLADONNA®.**

### **2.2.1.- BELLADONNA marca registrada de fotorporcelanas.**

BELLADONNA es una marca registrada para un producto de fotorporcelanas, en este caso de Dijes Personalizados de Foto-porcelana para Mascotas que debe administrar ARFOPINA como un servicio complementario.

El producto dijes, son placas de fotorporcelana italiana de 03 x 03 cm. de diversas formas donde se halla fundida o fusionada la imagen de la mascota.

### **2.2.2.- Características de los dijes.**

Estos dijes cumplen 3 características:

#### **a.- Características de Calidad:**

Estas placas son impermeables, resistentes a la humedad, a sustancias abrasivas, a detergentes; no crea ácaros; no genera alergias; no permite la habitación de hongos, ni de algún bio-organismo. Soporta altas y bajas temperaturas, resistente a rayones. El trato brusco produce rupturas.

#### **b.- Características de Calidad:**

Las placas de porcelana italiana que deben convertirse en fotorporcelana, son placas ligeras, estéticas, brillantes, aptas para recibir impresiones HD y full color. Son creadas para que a través de procesos especializados se funda una imagen digitalizada en la placa de porcelana, luego son cocidas a altas temperaturas en tiempos prolongados lo que nos da como resultado una placa de FOTOPORCELANA.

#### **c.- Características de Transcendencia.:**

Gracias a los procesos antes mencionados, es un producto imperecedero, por esta razón en el mundo se reconoce a la FOTOPORCELANA como un artículo memorial, en el sector que se lo aplique, puede ser FUNERARIO, RECORDATORIO, CONMEMORATIVO, o CEREMONIAL.

### **2.2.3.- Servicios Complementarios para Dijes.**

#### **a.- El Dije fotorporcelana como un significante de servicio.**

El servicio complementario para el dije surge por la necesidad de registrar los datos que identifican a las mascotas, como un significante, donde la imagen de la mascota y sus datos básicos están fundidos en la placa de fotorporcelana.

Este Dije, no obstante, para el sector de Mascotas, ha llegado a convertirse en una joya de identificación, en lugar de una simple placa de identificación.

La identificación, sin embargo, implicaba un almacenamiento de datos que inició con datos básicos de LOS TENEDORES y sus MASCOTAS; luego, por la necesidad de registro se solicitó o demandó que se incluyan los datos de LOS CENTROS VETERIARIOS, LOS CERTIFICADOS DE VACUNACIÓN Y CITAS MÉDICAS, como también LAS ACTAS DE DEFUNCIÓN.

El resultado de este proceso de identificación y datos fue la construcción de un programa, primeramente uno BETA para probar su funcionalidad, una vez comprobada, se decidió crear una plataforma ON-LINE como base de registro de datos, que da como primer resultado la CEDULACIÓN DE PERTENENCIA DE MASCOTAS. Esto debía contener una Filosofía y política de uso, de esta manera se inició ERUMec división de ARFOPINA apoyada por BELLADONNA.

#### **b.- Entidad Registro Universal de Mascotas Ecuador ERUMec**

Erumec es la suma, en palabras básicas, del Dije de identificación, del servicio complementario y de la filosofía aplicada o conceptual de un servicio.

La filosofía y/o políticas de desarrollo implicaban involucrar a los centros Veterinarios, los mismos que recibieron la denominación de CRUM (CENTROS DE REGISTRO UNIVERSAL DE MSCOTAS).

En virtud de éste alcance se vio la necesidad de compartir los costos de esta nueva división entre las empresas BELLADONNA y ARFOPINA.

#### **c.- Costos de ERUMec.**

1ro.- Entre los costos solicitados está en primer lugar la continuación del desarrollo de la plataforma, lo que inició desde julio 2017; al cierre del ejercicio fiscal, esta inversión consta como activo intangible por un valor superior a los 2 mil dólares y requiere de una inversión cercana a los 10 mil dólares para completar ciertos módulos pendientes.

2do.- En segundo lugar está la continuidad de sostener un equipo de ventas y marketing, lo que se hizo, bajo la figura de servicios prestados, por un valor superior a 3 mil dólares. Igual que el desarrollo de la plataforma, la extensión del servicio demanda una inversión en equipos de ventas que se debe estudiar.

3ro.- Promociones, Publicidad y Propaganda- fueron asuntos programados para extender el conocimiento de ERUMec, y se lo desarrolló para eventos masivos. En el año 2017 se organizó la concurrencia específica del target deseado (TENEDORES Y MASCOTAS) en distintas ciudades del Ecuador, con un costo superior a 7 mil dólares, e igual que los dos aspectos anteriores, éste demanda el estudio para efectivizar la inversión.

En Total: La inversión incurrida en esta división durante el año 2017 es superior a 12 mil dólares, con lo que hemos sentado las bases para la gestión de los próximos 3 años, ya que se ha obtenido una nutrida e invaluable base de información veterinaria, comercial, gestión en el sector público y de tenedores de mascotas.

#### **Nota sobre la investigación del sector:**

Considerando que el Ecuador, al igual que los países de Sudamérica, está generando la concienciación en la tenencia de Animales de Compañía, por tal motivo se visiona el crecimiento sostenible de esta división, debido a que el consumo solamente en alimento animal es superior a los 160 millones de dólares anuales, lo que implica una gran cantidad de mascotas, alrededor de 2 millones en cálculo teórico; otro dato sostiene que de cada 4 familias en el Ecuador, 1 familia posee de 1 a 3 mascotas, lo que implica que teóricamente en estadística tenemos alrededor de 2 millones de

mascotas, coincidiendo los datos referenciales. El municipio de Quito registra, según sus datos, 600 mil mascotas, incluyendo animales de la calle; el municipio de Santo Domingo sostuvo que ellos tenían un registro estadístico de 250 mil mascotas incluyendo 60 mil callejeros.

Sabemos que el universo de mascotas es realmente grande, aunque desordenado, pese a que las Ordenanzas Municipales obligan a sostener un registro de mascotas.

### **2.3.- Gestión de proveeduría.**

#### ***2.3.1.- Acuerdos, Funcionalidad Operativa y Retribuciones.***

1ro.- Dando cumplimiento a lo acordado desde el acta 001 del 15 de abril 2017 y ratificado en cada una de las siguientes, el personal de la empresa de Ana María (BELLADONNA) estará generando la operatividad y funcionalidad de proveeduría de mercaderías, sin que eso cause un gasto directo a la empresa ARFOPINA S.A., ni demandas por parte de sus empleados, debido a que son de la nómina directa de la empresa de Ana María (BELLADONNA) y no mantienen relación de dependencia con ARFOPINA S.A.

2do.- Para que la funcionalidad y operatividad se cumpla, la administración de la empresa de Ana María (BELLADONNA) dispuso un total de 5 personas que realizarán las funciones de:

- ATENCIÓN AL CLIENTE,
- TOMA DE PEDIDOS
- EDICIÓN FOTOGRÁFICA
- PRODUCCIÓN DE FOTOPORCELANAS
- DESPACHOS Y ENTREGAS

3ro.- No obstante lo expuesto en los numerales anteriores y sin menoscabo de las funciones y retribución, se acordó que: a.- todo servicio realizado por BELLADONNA tendría la potencialidad de ser facturado; y, b.- reconociendo la labor prestada se propuso otorgar un paquete accionario a cada uno de los colaboradores de BELLADONNA que aporten al crecimiento de ARFOPINA.

#### ***2.3.2.- Resultados de la proveeduría y comercialización.***

a.- Efectos en ARFOPINA.

1ro.- Debido a la antigüedad del personal con que contaba BELLADONNA en la producción, confiamos en su capacidad para apoyar la nueva visión empresarial, esto es a ARFOPINA, sabiendo que el trabajo del personal de BELLADONNA sería recompensado no solamente con su remuneración mensual, sino con la promesa de ser socios constituyentes de ARFOPINA S.A.

2do.- Por el motivo expuesto, dejamos que la responsabilidad de las funciones propias de BELLADONNA quede en su personal, a su arbitrio, y con toda la autoridad administrativa en su gestión para sacar adelante la producción, suya y de ARFOPINA.

3ro.- Considerando la gestión de crecimiento de ARFOPINA y su división ERUMec, fuimos invitados a formar parte de varios eventos, entre ellos EXPOMASCOTAS, PROYECTO ANIMAL 5K (Carrera), y otros. El tiempo de programación y participación en los eventos tomó alrededor de 5 meses: abril a agosto, en julio se hizo un cóctel a cargo de ARFOPINA, y tuvimos un excedente de reuniones.

4to.- En medio del ajetreo, desde el mes de julio se inicia relaciones con varios municipios en cuanto a los productos y servicios para el sector de mascotas por parte de ARFOPINA y su división ERUMec.

5to.- En virtud del expansionismo de ARFOPINA con ERUMec, a mediados de agosto, el GAD de Pujilí nos plantea apoyar su Ordenanza y el GAD de Santo Domingo nos propone realizar un Festival de MASCOTAS Y FAMILIA, a realizarse el 15 de octubre. Tuvimos que escoger Santo Domingo, por ser el más grande, según nuestra visión. Para cumplir con el compromiso fue necesario al menos tres meses de programación, que resultaron muy cortos, costosos y apretados; sin embargo, fueron meses en que el personal operativo de BELLADONNA estaba a cargo de la producción de BELLADONNA y ARFOPINA. Ana María tuvo que ausentarse para prácticamente establecer un centro de gestión en Santo Domingo.

#### *b.- Efectos en la división ERUMec.*

1ro.- Dentro de la gestión expansiva, el equipo de ventas externo, desde los meses de febrero a agosto (cuando renuncian), y la gerencia, visitaron distintos centros veterinarios donde tuvimos la oportunidad de conversar, informar, invitar e incentivar para que conformen los centros de registro CRUM, como parte del servicio complementario de ARFOPINA para el sector dijes mascotas (hay 40 centros registrados) y puedan responder ante las Ordenanzas de los GAD.

2do.- Después de realizado el festival de MASCOTAS y FAMILIA, llegamos a las siguientes conclusiones:

a.-) Que a la gran mayoría del grupo de veterinarios, tanto de la ciudad de Santo Domingo que es un reflejo del sentir nacional de estos profesionales, no les gusta el hecho de tener que ser indagados en su proceder y conducta profesional, por lo que son renuentes a inscribirse en la plataforma que calificaría su comportamiento moral y ético.

b.-) Que pese a no haber tenido resultados positivos en la inscripción de animales cedulados en la plataforma, y al poco respaldo de la ciudadanía en la carrera de relevos, la asistencia, como evento unido con el municipio, tuvo un éxito aglutinante que superó las expectativas (unas 13 a 15 mil personas asistentes en un solo día de evento).

c.-) Se concluye por lo tanto que la gestión de convocatoria de ERUMec aunada al GAD (cualquiera sea) posee una efectividad notoria; sin embargo, su gestión de venta debe mejorarse para lograr el éxito en la IDENTIFICACION de MASCOTAS y la venta del dije, como un servicio complementario que responde a la fotorcelana Dije para Mascotas.

### **3.- Gestión contable.**

#### **3.1.- Prerrogativa de la Función Contable.**

La Lic. Ana Lucía Lara Niveló contadora, fue contratada bajo la figura de servicios profesionales, función que la realizó de esta manera desde abril hasta octubre del 2017, y a partir del mes de noviembre ingresa en la nómina de ARFOPINA.

#### **3.2.- Presentación de informes Contables.**

Los informes contables y financieros se han trabajado en conjunto, mes a mes, entre la responsable directa, la Lic. Ana Lucía Lara y la Gerencia de ARFOPINA.

Dichos informes deben ser presentados simultáneamente con el presente informe ante la Junta Universal de Accionistas ó Junta de Accionistas, para cumplir con los trámites correspondientes.

En los informes contables las cifras se presentan generalizadas, algunas de las que en el presente informe las hemos desglosado como es el caso de ERUMec.

#### **3.3.- Explicación del Resultado del Ejercicio.**

No podemos cerrar este informe sin explicar un punto, a nuestro parecer, muy importante y vital de la empresa ARFOPINA, que está reflejado en los estados financieros: la Pérdida Contable.

Los estados financieros reflejan una pérdida al cierre del ejercicio que es el resultado de la diferencia entre el capital suscrito y la pérdida del ejercicio.

Este resultado debe ser cruzado con las mercaderías personalizadas y producidas bajo pedido para ARFOPINA, que es el aporte en bienes y servicios de uno accionistas, por el valor ya citado de hasta 33 mil dólares (cifras cerradas) al cierre del periodo 2017 estas mercaderías alcanzan el valor de 23 mil dólares (cifras cerradas), quedando los 10.5 mil dólares como mercaderías personalizadas a producir, referidas con la designación de inventarios finales o iniciales al 01 de enero 2018.

Este aporte en los estados se refleja como obligaciones pendientes de pago. En el acta 002 del 01 de mayo de 2017, se convino que dichas aportaciones por parte de uno se los accionistas, contabilizadas al cierre del ejercicio, al igual que el préstamo a mutuos serán convertibles en acciones al realizarse un aumento de capital. En este caso estos valores pasarán al patrimonio, y la situación económica de la empresa ARFOPINA, gracias al aporte de los socios, es estable y se prevé un crecimiento para el nuevo periodo.

#### **3.4.- Aclaración sobre la relación entre BELLADONNA y ARFOPINA.**

El hecho de que BELLADONNA sea una empresa relacionada con ARFOPINA, o que ARFOPINA dependa de una empresa artesanal relacionada que no es ni filial ni subsidiaria, implica que BELLADONNA y su dueña Ana María Guerrero con su empresa productora de mercancías personalizadas y producidas bajo pedido está invirtiendo en la capitalización de ARFOPINA, con la posibilidad de que el valor producido en dichas mercancías (hasta 33 mil dólares notariados) sea convertible a

acciones de ARFOPINA como se ha explicado, en el aumento correspondiente de capital.

Esta inversión en mercadería personalizadas y producidas bajo pedido es lo que está produciendo la pérdida contable; no obstante, esto no significa que los estados financieros de BELLADONNA deban ser consolidados con los de ARFOPINA o los de ARFOPINA con los de BELLADONNA, pues ARFOPINA no posee participación alguna en la empresa BELLADONNA como para consolidar sus estados financieros, sólo puede registrar como cuentas por pagar el valor de las mercaderías personalizadas y producidas bajo pedido.

## **Conclusiones y Recomendaciones.**

### **Conclusiones.**

1ro.- Todo año de inicio es difícil, y pese a todas las adversidades ARFOPINA se ha ido construyendo.

2do.- La estabilidad de ARFOPINA tiene como resultado haberse construido en una interrelación con una empresa productora artesanal: BELLADONNA® y su marca registrada de fotoporcelanas.

3ro.- Los aspectos negativos que el presente informe ha expuesto, nos han servido para convertirlos en retos superlativos. Las mismas dificultades proponen un momento de quietud para tomar decisiones a veces tristes pero necesarias; sin embargo, también nos permite proponer nuevos retos que se conviertan en superación; un momento de retomar para iniciar, replanteando la senda y asegurando las bases para continuar firmes.

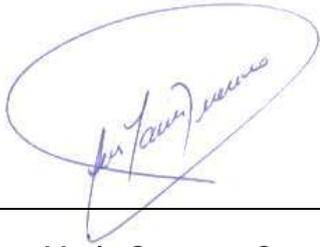
### **Recomendaciones.**

1ro.- Aunque ARFOPINA pasó dificultades con la productora (ni filial ni subsidiaria), se sostuvo; por tal motivo se recomienda al proveedor, que es lo único que se puede hacer, la corrección a su personal productivo y mejorar su gestión administrativa y laboral; ésta misma recomendación es la que hay que cuidar en ARFOPINA.

2do.- Si la primera recomendación tiene que ver con su productora, esta recomendación tiene que ver con ARFOPINA y su gestión de comercialización para que considere la contratación de personal calificado que maneje, genere y promueva las divisiones: FUNERARIO, PETS, GALERIA E INMOBILIARIA.

3ro.- Se recomienda que no se abandonen los lazos adquiridos con los GAD, con los centros veterinarios, con los marmolistas y con los cementerios, por el contrario, que se acrecienten las relaciones comerciales y se fomente otras nuevas para que la gestión de ARFOPINA en cuanto a la extensión y crecimiento del ARTE EN FOTOPORCELANA Y PIEDRAS NATURALES sea alcanzada de manera efectiva, eficaz, eficiente y productiva.

Ante ustedes mi informe,



---

Sra. Ana María Guerrero Ortega

REPRESENTANTE LEGAL

GERENTE GENERAL

ARFOPINA S.A.