

OZONO DERMA SOLUTIONS ACTA DE JUNTA GENERAL REUNIÓN	
Comité o Grupo: Directorio ODERMA S.A.	Acta No 1
Citada por: Gerencia General	Fecha: 18 de febrero - 2019
Coordinador: Roberto Jaramillo	Hora Inicio: 17h00 Fin: 19h00
Secretario:	Lugar: Oficina Mauricio Carrión

PARTICIPANTES			
Nº	Nombre	Cargo	Participación
1	Diego Ordóñez	Accionista – Gestión Técnica	45%
2	Paul Núñez	Accionista ACS (Gest. Comercial)	33%
3	Mateo Morillo	Accionista – I+D	11%
4	Juan Mendoza	Accionista – Gestión financiera	11%

ORDEN DEL DÍA:

1. Conocer y resolver sobre el informe anual del Presidente Ejecutivo correspondiente al ejercicio económico 2018,
2. Conocer y resolver el Plan de Trabajo del Oficial de Cumplimiento para el año 2019, así como el cumplimiento de Objetivos del 2019.
3. Establecer presupuesto de ventas y objetivos por proyecto

DESARROLLO:

1. Toma la palabra Juan Mendoza, representante legal y gerente de la compañía, no ha habido cambios financieros desde la creación de la compañía ya que no se ha llevado a cabo ninguna operación comercial, a la espera de iniciar ventas durante el 2019 y maximizar el valor de los accionistas de la empresa.
2. Se establecieron objetivos para cada socio de la compañía, enlistados por área de responsabilidad a continuación:

KPI Departamento de Desarrollo						
Tipo	Objetivo	Herramienta	Métrica	Fórmula	Frecuencia	Meta
General	Dotar a la empresa de productos de calidad	Calidad	Devoluciones	—————	Semestral	< 5%
Específicos	Innovar con el desarrollo de nuevas categorías de productos	Categorías	Nuevas Categorías	—————	Anual	> 20%
	Crear líneas de producto que potencien resultados	Proyectos	Cumplimiento de Proyectos	—————	Semestral	> 80%
	Estructurar costos que permitan optimizar la rentabilidad.	Costo de Productos	Márgen Bruto Unitario	—————	Unitario	> 55%

KPI Roberto Jaramillo-Juan Mendoza (Marketing)						
Tipo	Objetivo	Herramienta	Métrica	Fórmula	Frecuencia	Meta
Posicionamiento de Marca	Posicionar los productos como exclusivos por el ozono	Redes Sociales	Crecimiento de usuarios	_____	Trimestral	≥ 15%
	Desarrollar estrategias online para posicionar la marca.	Blog de Contenido	Blog de Contenido	_____	Mensual	≥ 60%
Servicio al Cliente	Asesorar a los clientes sobre los beneficios del ozono y los productos	Encuesta Satisfacción	Calificación de Asesoramiento	_____	Mensual	≥ 75%
	Ofrecer servicio postventa para obtener feedback de los clientes	Comunicación con el cliente	Reclamaciones	_____	Semestral	≤ 5%
Fidelización	Generar interacción con los clientes para garantizar su retención.	Alcance en publicaciones	Interacción con usuarios	_____	Mensual	≥ 10%
	Captar nuevos clientes y generar compra de líneas completas	Promociones	Eficiencia de Promociones	_____	Mensual	≥ 70%

KPI Juan Mendoza (Finanzas-Estrategia)						
Tipo	Objetivo	Herramienta	Métrica	Fórmula	Frecuencia	Meta
General	Obtener una rentabilidad anual mayor o igual al 20%	Indicador de rentabilidad	ROE	_____	Anual	> 20%
Específicos	Ejecutar correctamente la estrategia organizacional	Balanced Scorecard	KPI	_____	Anual	> 80%
	Gestionar adecuadamente las cuentas pendientes de la empresa hacia terceros.	Cuentas por Pagar	Proveedores	_____	Trimestral	< 10%
	Controlar los gastos asociados a la operación del negocio.	Costo de productos	Márgen Bruto	_____	Semestral	> 65%
		Gastos Operacionales	Márgen Operativo	_____	Semestral	> 40%
		Gastos No Operacionales	Márgen Neto	_____	Semestral	> 18%
	Garantizar un nivel de liquidez óptimo para proteger la empresa.	Liquidez	Fondo de Maniobra	_____	Mensual	> 1
		Financiación	Credito Capital de trabajo	_____	Anual	> 40%
Velar por el cumplimiento del presupuesto de la compañía.	Presupuesto	Ventas	_____	Mensual	> = 1	

KPI Diego Ordóñez (Desarrollo-Producción)						
Tipo	Objetivo	Herramienta	Métrica	Fórmula	Frecuencia	Meta
General	Cumplir el cronograma de producción	Cronograma	Producción	_____	Anual	> 80%
Específicos	Optimizar los recursos en el proceso de producción	Materia Prima	Nivel de Desperdicio	_____	Trimestral	< 10%
	Minimizar faltantes en cada lote de producción	Producto terminado	Unidades Faltantes	_____	Trimestral	< 8%
	Garantizar la calidad de los procesos, ya sea para producto terminado y materia prima,	Producto Terminado	Unidades Defectuosas	_____	Trimestral	< 5%
		Acete Ozonizado	Índice de Acidez	_____	Semestral	< 3.5
			Contenido de Peróxidos	_____	Semestral	> 250

KPI Gestión Comercial						
Tipo	Objetivo	Herramienta	Métrica	Fórmula	Frecuencia	Meta
General	Cumplir el presupuesto de ventas en el canal de venta directa	Presupuesto	Ventas	_____	Semestral	≥ 85%
Específicos	Implementar un plan de captación de clientes nuevos continuamente	Captación	Clientes Nuevos	_____	Trimestral	> 30%
	Gestionar la cartera de clientes para mantener una liquidez adecuada,	Cartera de Clientes	Cartera Vendida	_____	Bimestral	< 30%
	Desarrollar estrategias para fidelizar clientes	Ventas	Ventas reiterativas	_____	Trimestral	> 60%
	Satisfacer plenamente las necesidades del consumidor final	Encuesta de Satisfacción	Calificación del Cliente	_____	Semestral	≥ 80%

3. Establecer plazos para cumplimiento

La gerencia comercial se hace responsable de generar ventas para los productos según el presupuesto establecido por el departamento financiero, detallado en la siguiente tabla:

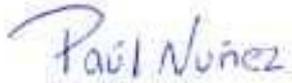
Estado de Resultados	%	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Ventas	100%	\$ -	\$ 1,339	\$ 2,500	\$ 2,500	\$ 4,911	\$ 9,375	\$ 9,375
Skincare Acne Day	2%	\$ -	\$ -	\$ 89	\$ 89	\$ 179	\$ 179	\$ 179
Skincare Acne Night	2%	\$ -	\$ -	\$ 89	\$ 89	\$ 179	\$ 179	\$ 179
Soft Toner	1%	\$ -	\$ -	\$ 89	\$ 89	\$ 89	\$ 89	\$ 89
Kit Antiacné	96%	\$ -	\$ 1,339	\$ 2,232	\$ 2,232	\$ 4,464	\$ 8,929	\$ 8,929

Estado de Resultados	%	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ventas	100%	\$ 11,607	\$ 11,696	\$ 13,929	\$ 13,929	\$ 16,071	\$ 16,071
Skincare Acne Day	2%	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179
Skincare Acne Night	2%	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 179
Soft Toner	1%	\$ 89	\$ 179	\$ 179	\$ 179	\$ 89	\$ 89
Kit Antiacné	96%	\$ 11,161	\$ 11,161	\$ 13,393	\$ 13,393	\$ 15,625	\$ 15,625

El coordinador declara terminada la junta, procediendo a la firma del Acta por parte de los socios presentes:



Diego Ordóñez
GERENTE DE PRODUCCIÓN



Paul Núñez
GERENTE COMERCIAL



Mateo Marilla
GERENTE I+D



Juan Mendoza
GERENTE GENERAL Y FINANCIERO