

INFORME DEL GERENTE GENERAL
A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE WHOLESOME FOODS S.A.
Marzo 24, 2019

Señores accionistas, en cumplimiento a las disposiciones contenidas en la Resolución No. 92.1.4.3.0013 de la Superintendencia de Compañías (R.O. No. 44 – 13/Oct/1992), someto a su consideración el presente informe por el ejercicio económico y operacional 2018 - 2019 de Wholesome Foods S.A. para un análisis global y coyuntural tanto de los estados financieros (presentados como anexo A), como de la situación del negocio en general apoyado de Anexos B.

Situación del negocio 2018: Durante el 2018 se abrieron distintos mercados internacionales como el Europeo, Centro Americano y Caribe.

En Europa continuamos enviando el producto en presentación de 3oz a nuestro cliente con más de 600 puntos de ventas. Por el momento estamos en Inglaterra, Alemania y Polonia.

Para Centro América firmamos un acuerdo de distribución con un grupo importante que llevará nuestros productos a más de 20 países entre Centro América y el Caribe. Sin duda la firma de este acuerdo en el contrato más importante del 2018.

En Ecuador hemos abierto más puntos de ventas, consolidando la marca cada vez más en vitrinas importantes como Supermaxi, Mi Comisariato, Fybeca y tiendas gourmet. Además en el Ecuador hemos participado en varios eventos para impulsar la marca como ferias en el centro comercial Scala, Supermaxi y Centro Comercial El Condado.

Fuimos también finalistas del Premio Innovadores de América, concurso a nivel de las Américas que busca el mejor emprendedor con el proyecto más innovador. En la categoría de empresa e industria fuimos seleccionados finalistas. A nivel de emprendimiento este es el galardón más alto.

Situación del negocio 2018 exportaciones/gestiones: Durante el año 2018 se realizaron ocho (8) exportaciones a Estados Unidos entre marítimas y aéreas (el detalle de las mismas están como anexo B a este informe) y una exportación para un cliente en Canadá. La primera exportación se dio en Enero 2018 y la última en Diciembre del 2018. Entre todas las exportaciones que se envió en el 2018, el total fue de \$42,391.74 dólares de producto. Durante el 2018 nos enfocamos en las exportaciones a Estados Unidos para nuestro cliente en Europa, que han ido creciendo con el tiempo. En el Anexo B he incluido el detalles de los envíos.

Para los envíos a Europa seguimos apoyándonos con el bodega en Carolina del Sur. En Diciembre 2017 enviamos el primer pedido de producto a Europa por medio de la venta que se hizo al grupo TJXX. TJXX tiene alrededor de 600 tiendas alrededor de toda Europa y al momento estamos en tiendas en Inglaterra, Irlanda, Alemania y Polonia. Durante el 2018 los pedidos han ido escalando al punto en el que representan la venta de un contenedor cada 2 meses.

En el 2018 decidimos enfocarnos también en el canal de “food service” en Estados Unidos ya que ese requiere volúmenes importante. Comenzamos a trabajar con un bróker para ese canal en Florida. Para Estados Unidos hemos decidido dejar de trabajar con consultores y vender a los clientes finales para no pagar fees extra de comisiones.

Nuestro enfoque en exportaciones está creciendo con un grupo explorando varios frentes de México y Canadá que son mercados importantes.

En el 2018 se logró obtener un crédito de capital de trabajo para generar más oportunidades en el negocio. Con el capital de trabajo hemos atendido a nuestros proveedores, participado en varios eventos para impulsar la marca y además hemos logrado crecer en nuestras exportaciones y cerrar acuerdos importantes de distribución como el antes mencionado para Centro América.

Decidimos no seguir con la distribuidora Family Foods Distributors en Nueva Jersey, identificamos al visitarlos que el canal en el que quería posicionar nuestros productos no era el adecuado e iba requerir de parte de nosotros una inversión importante por punto de venta antes de ver resultados de ese negocio.

Gestión de publicidad y promociones: Sabemos que la manera más óptima y efectiva de llegar a nuestros consumidores es a través de las redes sociales y durante el 2018 estuvimos en la búsqueda de una empresa que nos provea un servicio integral de manejo de redes sociales y creación de contenido. Comenzamos trabajando con una empresa que nos ayudó a desarrollar nuestra página web, pero no funcionó como administrador de redes sociales.

En el mes de Diciembre nos conectamos una empresa liderada por jóvenes que entendieron rápidamente el mensaje que queríamos dar a nuestros seguidores y la estética que queríamos manejar en nuestro perfil de redes. Comenzamos a trabajar hace un par de meses y hemos recibido una muy buena aceptación de parte de nuestros seguidores, hemos conseguido ayudar a nuestra a posicionarse mejor y además hemos consolidado un plan organizado mes a mes para crecer orgánicamente en redes.

Las publicaciones son diarias y la creación de contenido es muy original. No se utiliza ningún material bajado del internet ni de propiedad de otros. Las publicaciones incluyen siempre nuestros productos/recetas e ingredientes saludables que tienen bastante popularidad en el mercado norteamericano. Se realizan “giveaways” y concursos con diferentes bloggers y marcas para estar al día con los ingredientes/recetas que elaboran. A través de nuestras publicaciones en redes sociales hemos fijado una personalidad muy sana, limpia y activa para nuestra audiencia en estas plataformas.

El trabajo con las bloggers requiere de una inversión por parte nuestra ya que las publicaciones y menciones de nuestro producto no son gratis. Lo positivo de esta estrategia es que comienzas a ganar visibilidad de marca. Hemos recibido varias propuestas para servicios de “community management” y las estamos analizando. Este servicio incluye generación de contenido, manejo de redes etc.

Situación del negocio 2019 exportaciones: A comienzos de Febrero 2019, después de varios meses de negociaciones con el cliente, se realizó el primero envío de un contenedor de 20 pies a República Dominicana, con nuestros productos para abrir mercado en Centro América y el Caribe. Un mes y medio después el cliente ya se está preparando para hacer el pedido de un segundo contenedor y esta ocasión el pedido será de un contenedor de 40 pies.

El cliente en República Dominicana está realizando una labor muy importante registrando el producto y haciendo inversiones para posicionar la marca dentro del país. El esfuerzo de marketing y promoción se hará en más de 20 países donde distribuirán los productos en tiendas y supermercados.

NUEVA ESTRATEGIA COMERCIAL 2019 – ESTADOS UNIDOS

Para el 2019 hemos decidido enfocarnos al 100% en las exportaciones a los clientes que nos representen volumen por pedido. En el caso de Estados Unidos esto no será diferente puesto que seguimos trabajando con TJXX que nos hacen pedido cada mes.

El mercado retail es uno en el cual no queremos continuar por el momento. Hemos decidido crecer en el canal de “foodservice” para después tocar la puerta del mercado retail.

El crecimiento en exportaciones para el 2019 vemos que puede tomar impulso al generar más ventas al grupo de Centro América puesto que los productos como los nuestros están siguiendo la tendencia saludable.

Además de las oportunidades en Centro América y Europa estamos trabajando con un grupo para lograr llevar el producto a mercados como México y Canadá.

Gestiones Internacionales:

Centro América y el Caribe: Hemos firmado un contrato de representación y distribución con un grupo que distribuirá los productos en más de 20 países. Las proyecciones que ellos tienen son muy importantes.

México: a través de un grupo hemos enviado nuestras primeras muestras a un grupo dueño de varios supermercados en el país.

Reino Unido, Alemania y Polonia: Por medio ventas al grupo TJXX seguimos creciendo en esos países con posibilidades de abrir otros países en Europa en el 2019.

Panamá: seguimos creciendo con el importador para Panamá

Mercado Nacional:

Durante el 2018 hemos crecido en ventas a nivel nacional, hemos abierto más puntos de ventas en los autoservicios más grande del país y hemos logrado que la marca sea reconocida a nivel nacional. En el 2019 tenemos como meta continuar abriendo más puntos de venta y conseguir un distribuidor a nivel nacional que nos ayude a alcanzar ese objetivo.

En el 2019 volveremos a aplicar a un crédito para seguir creciendo en los mercados que abrimos en el 2018 y poder expandir nuestro portafolio de productos. Con la firma del acuerdo de distribución con el grupo en Centro América, debemos estar listos para atender ordenes de volumen y para eso necesitaremos más recursos.

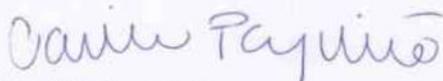
Competencia en Ecuador

En el 2018 definitivamente hemos visto como han salido al mercado marcas que son competencia directa de nuestros productos. Las ofertas de las marcas competidores no superan la calidad e innovación de nuestros productos y no han representado una baja en ventas. Estamos dispuestos a sacar otras alternativas en sabores y continuar expandiendo nuestro portafolio de productos.

De esta manera se ha dado cumplimiento a las disposiciones y metas del Directorio. Es recomendación de esta Gerencia, realizar un aporte urgente para capital trabajo y de esa manera poder atender obligaciones y gastos para seguir operando/abrir mercados.

Quedan a su disposición los documentos de respaldo al Estado de Situación Financiera, detalle de exportaciones, pedidos e inversiones necesarias tanto para el mercado nacional como para USA. Personalmente estoy a sus órdenes para atender cualquier inquietud o proporcionar las aclaraciones que requieran.

Atentamente,



Camille Paz y Miño
Gerente General

Quito, 24 de Marzo, 2019