

ECOLOGÍA Y ENERGÍA ECOENERGY CIA. LTDA.

INFORME ANUAL DEL GERENTE

FECHA: 15 de Febrero del 2017

En mi calidad de Gerente General de la compañía **ECOLOGÍA Y ENERGÍA ECOENERGY CIA. LTDA.**, me es grato poner a consideración de los señores accionistas el presente informe anual correspondiente al ejercicio económico del año 2016:

1. Durante el ejercicio económico correspondiente al año 2016, la compañía ha tratado de mantenerse en marcha de acuerdo a los parámetros establecidos por la Junta General de socios, habiéndose cumplido parcialmente en el aspecto económico, lográndose en gran medida los objetivos de venta propuestos, incrementando el posicionamiento de marca, desarrollo de nuevos productos e implementando la reestructuración en marcha desde hace 3 años en el plano administrativo que tenía por objeto la optimización del personal y su trabajo.
2. Durante el ejercicio económico correspondiente al año 2016, se registró un incremento de alrededor del 5,6% en ventas con respecto al año 2015 de acuerdo a los formularios de declaración al SRI.

Se resume a continuación la gestión realizada en los siguientes canales comerciales y tips a considerar:

- Estaciones Representativas Quito. Se registran unas ventas ligeramente superiores al año anterior, sin embargo cabe anotar que uno de nuestros principales clientes Petro Golden Combustible Cía. Ltda. tuvo ventas muy bajas, ya que su estación de servicio ubicada en Conocoto fue cerrada debido a la construcción de un intercambiador cercano en la zona, sin embargo se compensó esta disminución con la apertura de otros clientes, en los cuales se destaca la estación de Puengasí, el proyecto con PYS y el proyecto con MASGAS. Esta cartera representó alrededor del 25% de la facturación.
- Estaciones Rurales y Pequeñas a nivel nacional. Esta cartera se ha mantenido estable, tomando en cuenta al cliente Petrocéano y Francisco Vivar, la cartera representó alrededor del 25%. Se estima un crecimiento en esta cartera durante el 2017, porque se ha logrado cerrar clientes que son dueños de varias estaciones, sin embargo están arrancando apenas con la comercialización de nuestro producto. Es necesario manifestar que se ha logrado mantener la venta de esta cartera pese a que Aneta ya no es nuestro cliente, desde el mes de marzo del 2016.
- Supermercados. Se logró conseguir en el año 2016 clientes no convencionales para nuestros productos como la cadena Paco, Tía y se introdujeron nuevos kits promocionales en Tventas. Se registró una disminución dramática en todos los

productos de consumo masivo en este tipo de canales y si bien en nuestro caso hubo una disminución, se logró compensarla con la introducción de nuevos productos. Esta cartera representa alrededor del 25% del total.

- Concesionarios. Lastimosamente el crecimiento en productos convencionales que se tenía previsto no se ha consolidado debido a que concesionarios como Neohyundai no registraron consumos significativos debido a políticas internas y no se ha podido entrar en marcas como Chevrolet General Motors debido a firmas de convenios internacionales. Además lastimosamente Casabaca disminuyó su consumo ya que está tercerizando su servicio de lavada. Si bien se registró un decrecimiento por lo comentado se lo pudo equiparar con la oferta de líquido de frenos y refrigerante, consolidándose su venta en clientes como Fisum, Casabaca y Ambacar. Esta cartera representa alrededor del 20% del total de facturación.
- La cartera industrial no ha sido atacada, priorizando las otras, tampoco se han generado ingresos importantes por el distribuidor de Guayaquil. Se prevé que para el 2017 especialmente para el segundo semestre luego que se implemente la comercialización de los nuevos productos en marcha, se defina una estrategia que incluya el fortalecimiento del área industrial. Esta cartera representó alrededor del 5% del total.

3. Respecto al desarrollo de nuevos productos planteado el equipo técnico y de mercadeo trabajó arduamente y se sacaron al mercado los siguientes ítems, codificados en Corporación Favorita:

DESCRIPCION	TAMAÑO
QUALCO REFRIGERANTE ROJO	1000 ML
QUALCO AGUA DESMINERALIZADA	1000 ML
QUALCO R1 ECO AUTOMOTRIZ	125 ML
KIT AIR1 60 ML (QUALCO R1 +2 AIR 60ML)	1
KIT AIR1 120 ML (QUALCO R1 +2 AIR 120ML)	1
QUALCO 3R LIMPIA PARABRISAS	400 ML
QUALCO SHAMPOO/CERA 200ML	200 ML
QUALCO REFRIGERANTE USO AUTOMOTRIZ	1 GAL
LIQUIDO DE FRENOS	225 ML
CERA LIQUIDA PARA AUTOS	400 ml
CERA LIQUIDA QUALCO + SHAMPOO	1
SILICONA PARA PANELES FRESA	200 ML
SILICONA PARA PANELES BLUEBERRY	200 ML
SILICONA PARA PANELES TORONJA MENTA	200 ML
SILICONA PARA PANELES MARACUYA LIMON	200 ML

Esta diversificación nos permitió el mantener las ventas y aplacar la disminución de las ventas registradas en forma general, especialmente en siliconas y líquido de frenos.

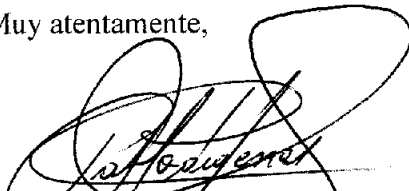
4. Toda la gestión comercial ha estado estructurada siguiendo la filosofía que incluye un plan de mercadeo en cuanto a VISIBILIDAD, LEALTAD Y CREDIBILIDAD de la marca, sumado a criterios de diferenciación de la estrategia del océano azul. Bajo estas premisas se elaboraron mensajes, los cuales posteriormente fueron comunicados utilizando como medios, los puntos de venta y la red social Facebook. Se considera que se ha incrementado el engagement de la marca en función de las métricas registradas en FB. Por otro lado la compleja situación del país fuerza que se optimice la gestión por lo cual se empezaron a introducir criterios de Neuromarketing. Se prevé que para el 2017 se incorpore una estrategia agresiva al respecto.
5. En el tema de estructura empresarial, se continuó con la optimización de personal, logrando fortalecer el área de mercadeo. Se formó un equipo que consta de una coordinadora, una asistente y la gerencia general a cargo de la dirección. Pensando en mejorar los procesos productivos y disminuir mermas y otras pérdidas de recursos se ha contratado a un supervisor de control y logística, cuya gestión se verá reflejada en el siguiente año. Al haberse propuesto el anterior año el tratar de disminuir la cantidad de personal en todas las área y sobre todo dotar de una mayor capacidad de producción a la compañía se logró adquirir bienes de producción destacándose dos pequeñas envasadoras y una etiquetadora que ha permitido solucionar las entregas que estaban teniendo retrasos. Al respecto de la estructura comercial, se prevé realizar un cambio que implique la cesión de ciertos clientes que actualmente se manejan en la cartera de Estaciones Rurales y Pequeñas a nivel nacional y se los pase a la cartera de estaciones representativas, con el objeto de que se permita tener mayor tiempo de ataque a la persona que maneja la primera cartera.
6. En el tema financiero contable, se continúa la gestión de un contador auditor externo y un auxiliar interno. Se ha evidenciado que es necesario ajustar los gastos realizados y tener un mejor proceso que permita controlarlos.
7. Durante el período 2016 se registra un resultado económico parcial, menor al previsto debido especialmente a que no se logró el objetivo planteado en el segmento de concesionarios y talleres por los antecedentes antes expuestos, sin embargo los segmentos de estaciones y supermercados permanecieron estables, lo cual fue muy importante.

Por lo expuesto anteriormente se recomienda a la Junta General de la compañía, que durante el ejercicio económico en curso, se modifiquen algunas estrategias:

- a) Se requiere una diversificación de la línea de productos en todos los segmentos atacados, especialmente para el consumo masivo, priorizando los productos que puedan ser fabricados con las mismas materias primas ya utilizadas y comercializados en los canales existentes.
- b) Se requiere apoyo para la incursión en nuevos sectores de mercado, especialmente en los cuales se pueda utilizar materias primas existentes, presentando alta diferenciación y segmentación que nos permita ser competitivos.

Es el deseo de esta Gerencia General que las cosas sigan mejorando para el próximo ejercicio económico y que podamos tener un repunte en las ventas y ante todo receptar los beneficios de la explotación de los nuevos productos que permitan tener una línea más fuerte.

Muy atentamente,



Ing. Pablo Cardenas Suquillo.
GERENTE GENERAL.