INFORME DE ADMINISTRACIÓN CANDLECROSS S.A.
EJERCICIO ECONÓMICO 2016

ENTORNO ECONÓMICO:

2016, año complicado para el Ecuador. En abril 16 sufrimos un sismo de gran magnitud, seguido de una infinidad de réplicas, que martirizaron a la población, especialmente a las provincias de Manabí y Esmeraldas, donde se presentó el epicentro y se concentraron la mayoría de las pérdidas de vidas humanas y de propiedades, así como de daños en la infraestructura.
Ciudades enteras de estas dos provincias quedaron devastadas, miles de personas desamparadas, sin hogar, ni medios de subsistencia. En resumen, una verdadera crisis que agravó aún más la delicada situación económica del país.
Aparte del terrible drama humano que se vivió y la incalculable pérdida material, el sismo tuvo muchas secuelas en la economía. Pérdida de clientes, reducción en las ventas, imposibilidad de cobro de cartera (crédito) en los lugares afectados, entre otras. Una muy relevante, sin duda, el incremento del porcentaje de dos puntos en el IVA, a más de las contribuciones o tributos adicionales que fijó el Estado para atender la emergencia.
A este infausto acontecimiento se le suma una situación fiscal compleja, por los bajos precios del petróleo, que de alguna manera se ha combatido con incrementos en el endeudamiento interno y externo; aprobación de leyes polémicas, como la de herencias y plusvalía, que han inhibido a los inversores, especialmente del sector de la construcción, (de mucha generación de mano de obra), lo que afecta a la circulación monetaria y al empleo, sumado a un año de campaña política y elecciones de primera vuelta. Conjunto de situaciones que redundaron en incertidumbre y contracción de la economía.
Podríamos concluir que el entorno económico no fue muy favorable y que el conjunto de todos estos acontecimientos y hechos determinaron un pobre desempeño para la mayoría de negocios en el país.

RESULTADOS COMERCIALES:

Hemos logrado un crecimiento de alrededor de 8,33% en nuestro total de ventas, pudiendo haber sido mayor, de no haber pesado los temas descritos en el párrafo anterior y la negativa coincidencia que uno de nuestros mejores clientes, el grupo Farcomed (GPF), implantó cambios apreciables en su estructura logística, lo que influyó para que se produzcan muchos quiebres de stock en los puntos de venta, afectando directamente a nuestras ventas en sus locales.

En este año ejecutamos el lanzamiento de nuestro nuevo producto Five Lube. Iniciamos con la presentación 50ml. La campaña de lanzamiento ha sido, más bien, modesta. La misma que consistió en anuncios de prensa, con mensajes sugestivos, en las principales revistas dirigidas al target de consumidores de esta categoría. Se acompañó la campaña con una promoción, también modesta y no muy agresiva de un descuento asociado. Los resultados no han sido espectaculares, pero se logró el cometido de introducción. Esperamos que, con la nueva presentación, los resultados sean mucho más contundentes.

Se implementó un sistema de control para el trabajo de los ejecutivos comerciales, a través de un software para el efecto, que nos está permitiendo ser mucho más efectivos en el trabajo de "retail execution".

Hemos mantenido nuestra política de capacitación al personal de esta área, lo que sirve para mantener nuestra estructura competitiva y alerta ante los cambios del entorno comercial, que siempre presenta retos y nuevos desafíos.

Estamos trabajando en mejorar nuestra estructura de distribución, la misma que ha venido perdiendo terreno frente a la unidad que maneja los clientes corporativos. Es necesario replantearnos muchos temas y enfrentarlos con decisión para acometer la atención de los clientes de esta área de mejor manera. Para lo cual se ha contratado a una persona más, que está recibiendo la capacitación correspondiente.

Se sigue en el empeño de desarrollo de nuevos productos. Se está trabajando en varias opciones y hay avances importantes en algunas de ellas.

RESULTADOS ECONÓMICOS:

La utilidad operativa se redujo de USD 264.549 a USD 253.429, debido a algunos ajustes extraordinarios que debimos hacer, como fue la dad de baja de inventarios de producto caducado de años anteriores y las pérdidas correspondientes al contendor de LB. Pérdidas que sumaron 145 mil dólares, monto que hubiese significado un incremento cercano al 50%.
La utilidad neta, esto es, antes de participación a trabajadores e impuestos, fue de USD 104.262. Luego de la participación a trabajadores e impuesto a la renta, nos quedan USD 54.988, que la administración sugiere que se destinen a cubrir las pérdidas de ejercicios anteriores, que todavía están impagas, luego de separar el diez por ciento a reservas legales.

PROYECCIÓN PARA 2017:

Se continúa trabajando en varios proyectos que, ojalá, se puedan concretar en este nuevo año.
Hemos arrancado ya la operación en Perú, a través de nuestra inversión en GAROSA y ya empezamos a vender nuestros productos en Inkafarma, la cadena más importante del vecino país, que alcanza a un 60% del mercado aproximadamente.
En lo que se refiere a resultados, debemos seguir siendo discretos en materia pronósticos, ya que tenemos un entorno muy incierto y lleno de complicaciones.

Mariela García Monsalve