

# ALICARACOL CIA. LTDA.

Planta: Barrio El Carmen, Pasaje A N3-147 y Pasaje Las Heliconias, Vía a Llano Grande; RUC:  
1791771877001, email: danilopez3110@gmail.com. Telf (02) 2837310, Mov. 0992719072

---

Quito, DM. 31 de mayo de 2020

Señores  
Accionista de la Compañía  
ALICARACOL  
Presente

De mi consideración:

En cumplimiento de mis deberes y obligaciones como Gerente General de la Empresa, consecuentemente su administrador y Representante Legal, a continuación, me permito poner en su conocimiento y consideración, el informe de administración, informe económico, labores y gestiones, por el ejercicio económico del año 2019.

Por la presente debo informar que el año 2019 transcurrió sin novedades importantes de consideración, se tomó un impulso ambicioso con las nuevas imágenes de las bebidas binas: manzanilla, cedrón, hierba luisa, y toronjil, más la introducción al mercado de los nuevos sabores de infusiones, debo indicar que nuestro principal cliente Fybeca nos indicó que por motivo de espacios en percha debemos seleccionar máximo 4 sabores para ser colocados en percha, luego de varios momentos de negociaciones escogimos que los sabores que ingresen son Cedrón, Hierba Luisa, Manzanilla y Canela, debemos indicar que Toronjil prácticamente fue eliminado entre otras razones debido a que es el sabor con menos ventas que los demás y en cuanto al Anís se realizó varias pruebas de aceptación y por dificultades de conseguir una sola variedad de anís se obtenía cambios bruscos de coloración dependiendo del tipo de anís si era anís rojo o anís negro, por esa razón se debió eliminar del mercado el anís, cabe mencionar que sufrimos pérdidas por cuanto obtuvimos los registros sanitarios de toronjil y anís y que lamentablemente tuvimos que eliminar esos 2 sabores.

En cuanto al proceso de elaboración debemos mencionar que se aumentó una etapa adicional del proceso que consiste en el control de calidad luego del período de cuarentena que deben pasar todas las paradas producidas, esta labor consiste en hacer una inspección individual cada unidad o bebidas siendo esta observada bajo un foco y con minuciosidad para observar cualquier anomalía en las bebidas como por ejemplo pequeños fragmentos de plástico llamado caliches que vienen en las botellas y que no han sido eliminadas durante el lavado, esta acción de control de calidad aumentada ha hecho que nuestro proceso se incremente el costo de producción y que pese a ello no se ha hecho ningún incremento a los precios unitarios.

Debemos informar también que luego de haber conseguido centralizar nuestro producto para la entrega en las bodegas de Medicity, y no en cada uno de los locales, estimábamos que aliviaría las salidas diarias a la distribución, se consiguió este objetivo pero debemos indicar que han empezado a aparecer devoluciones en cantidades por demás elevadas, por esta razón se ha visto afectada la relación con este cliente, se espera que se bajen las devoluciones considerando que levantan los productos hasta con 4 meses de anticipación a la fecha de vencimiento, algo que hemos expuesto en reiteradas ocasiones en las oficinas y que hemos recibido varios ofrecimientos de corregir esta situación pero con muy pocos resultados.

Debemos indicar también que varios clientes `particulares han dejado de adquirir nuestros productos por varias razones como que se han cambiado de dirección a otra ciudad o que los dueños personas mayores han abandonado sus negocios.

Debe indicar así mismo que Fybeca cambió de dueños, no tenemos el conocimiento de las razones para que hayan tomado esas decisiones y debemos indicar que los nuevos socios son una parte mexicanos y otra chilenos, estos removi6 muchos jefes de locales que ya eran conocidos y se produjo disminución de pedidos debido a que nuevos jefes no tienen conocimiento del nivel de ventas.

Otra actividad digna de ser tomada en cuenta fue que se trabaj6 muchísimo con degustaciones en algunos locales importantes como Fubeca San Luis, CCI, hospital militar y Hospital de la Policía, obteniendo muy buenos resultados, debemos indicar que para ello contamos con la colaboración de 2 chicas impulsadoras, las cuales trabajaban principalmente los fines de semana.

En cuanto a las ventas alcanzadas debemos mencionar que nos mantenemos en ingresos menores a los 70.000 dólares, lo cual nos ubica en microempresa, pese a los esfuerzos realizados para mejorar estas ventas no ha sido posible subir este nivel y debemos mencionar así mismo que el nivel de egresos se sitúa en la misma cantidad, por ello a continuación presentamos algunas conclusiones y recomendaciones importantes para el próximo año 2020.

#### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Pese a los esfuerzos conseguidos con la mejora de imagen de la etiqueta, se observa que el nivel de ventas no ha subido, manteniendose en el mismo nivel desde hace varios años, pese a ello cada año se logra sostener la empresa y debemos indicar que nuestro nivel de endeudamiento se mantiene en los mismos niveles. Por esta situación se mantiene la misma preocupación que del año anterior.

Parece que las nuevas bebidas introducidas en el mercado están frenando nuestro posible crecimiento, por ello se recomienda trabajar con un diseñador publicitario profesional para que nos guíe en la promover nuestros productos por internet y captar una mejor cuota de mercado.

Es importante realizar mayores esfuerzos en la publicidad y marketing para mejorar las ventas a nivel nacional y podríamos intentar colocar en mercados internacionales de países vecinos pero se requiere realizar un mayor esfuerzo.

Sin otro particular, está en consideración de los socios este informe para su respectivo conocimiento.

Atentamente,



Ing. Danilo López  
Gerente General