



INFORME GERENTE GENERAL TARSIS S.A 2016

Antecedentes

El 2016 fue un año complejo a nivel empresarial, mi representada paso por algunas situaciones poco comunes: terremoto en el mes de abril, al tener precios muy altos en el mercado local la gente empezó a realizar compras en el exterior (colombia, Perú) campaña electoral anticipada, leyes que generan inestabilidad, crecimiento del desempleo etc, Tarsis S.A. en su décimo cuarto año de operaciones cumplió implementando una visión de crecimiento y desarrollo.

Transfondo histórico de la Empresa.

TARSIS S.A debe su nombre a una importante ciudad hebrea que dedicaba parte de la producción comercial a sostener obras para Dios, nosotros tenemos como fin ayudar con parte de nuestra recaudación a misiones locales ecuatorianas.

TARSIS S.A es una empresa joven conformada de capital familiar, surge con la reunión de la experiencia de empresas multinacionales en el año 2001, los principales accionistas lograron reunir el expertise del mercado cosmético para su formación con el fin de representar marcas de prestigio mundial.

TARSIS S.A es constituida en el año 2001 como una Sociedad Anónima totalmente legalizada en la Superintendencia de Compañías y Socios Activos de la Cámara Comercio de Quito desde enero del 2002.

Se dedica actualmente a la fabricación, maquilación, importación, comercialización y representación de la marcas de cosméticos y de belleza propias y de terceros

Territorios Cubiertos por la empresa:

Tarsis S.A. se encuentra únicamente en el Ecuador, su distribución es a nivel nacional en los dos mercados de distribución masiva y autoservicios.

El Ecuador se divide comercialmente en dos zonas geográficas COSTA y SIERRA, su población es de 15 millones de ecuatorianos de los cuales el 40% esta concentrado en las zonas urbanas y el resto en pequeñas ciudades circundantes a las zonas rurales con una población indígena y campesina importante.



Las principales ciudades son: Quito (provincia de Pichincha), Guayaquil (Guayas), Cuenca (Azuay)

Para detalles acerca de su población económicamente activa y censos en general visitar <http://www.inec.gov.ec>

De igual manera adjuntamos análisis macroeconómico del Ecuador (archivo adjunto), para mayor información consultar <http://www.bce.fin.ec>

Estructura De la Compañía con énfasis en la parte comercial:

TARSIS S.A tiene al momento un equipo de personas bien entrenadas en los principales puntos de venta del Ecuador.

Equipo Comercial

- 01 GERENTE GENERAL
- 01 GERENTE DE OPERACIONES (PRODUCCIÓN - DESARROLLO)
- 01 GERENTE DE CALIDAD
- 01 JEFE COMERCIAL
- 01 CONTADORA GENERAL
- 03 ASISTENTES PRODUCCION, ADMINISTRATIVO Y FACTURACION
- 01 FABRICANTE PREPARADOR DE COSMETICOS
- 01 FRAGMENTADOR
- 01 FABRICANTE
- 01 TECNICO MANTENIMIENTO
- 11 MANUFACTURA
- 02 BODEGUEROS
- 01 SUPERVISORA ZONA COSTA
- 05 GESTORAS DE PUNTO DE VENTA. (MERCADERISTAS - REPONEDORAS)
- 01 EVENTOS MARKETING ESPECIALES
- 13 CONSEJERAS DE BELLEZA COSMETICA. - OUTSOURISING

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Nuestra empresa realiza una distribución masiva en los siguientes canales, de acuerdo al posicionamiento del producto, abarcando los niveles socioeconómicos: AB - BC.

1. Tiendas Departamentales
2. Farmacias



3. Autoservicios
4. Distribuidores
5. Subdistribuidores

Historial de Ventas y porcentajes por región geográfica y canal de distribución.

Dado que somos una empresa nueva nuestras ventas empezaron este año, no tenemos un histórico de años pasados.

El año 2016 cerramos con un decrecimiento: **-5,5%** en relación al año 2015.
El balance arrojó una **GANANCIA** luego de muchas inversiones en el mercado como:

- Exhibidores en puntos de venta
- Registros Sanitarios y de marca
- Adecuación de oficina y bodega
- Contratación de impulsadotas
- Importación de productos (MERCADERIA).
- Adecuación Planta de Producción
- Contratación personal de planta producción
- Regalos por compra para no perder mercado
- Marketing no tradicional
- Materia prima para fabricación.
- Adquisición de la licencia Disney
- Certificaciones de calidad ISO 9001, ILS, BPM
- Inversiones en maquinaria nueva
- Reparación de maquinaria antigua
- Contratación nuevo personal de impulso de ventas.

% por región Geográfica del Ecuador:

40% del consumo Región Costa, 60% región Sierra

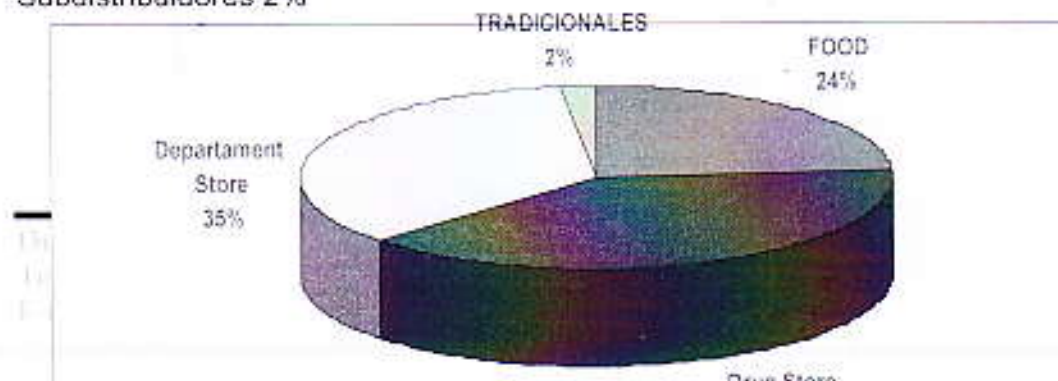
% por canal de distribución:

Tiendas Departamentales 35%

Farmacias 38%

Supermercados 24%

Subdistribuidores 2%





PLANES FUTUROS 2017 - 2018.

Este año (2017) la empresa ingresará a nuevos segmentos de la cosmética capilar y marcas de niños siendo nuestro objetivo utilizar la misma estructura comercial y el mismo canal de distribución , planeamos crecer el 2017 y 2018 un 20% sobre el 2016.

El plan comercial marketing de la compañía fue presentado a la junta a inicios del 2017 y fue aprobado por mayoría de votos.

Atentamente,

Ing. Gustavo Ordóñez
Gerente General