

104169

INFORME DE GERENTE A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE SUCESORES DE J. PAREDES M. SOCIEDAD ANONIMA

EJERCICIO ECONOMICO 2.006

En cumplimiento a lo dispuesto por la Ley de Compañías y nuestros Estatutos Sociales vigentes, presento este informe que analiza las actividades industriales y expone un análisis económico y financiero de nuestra compañía, obtenido en el transcurso del año 2.006.

El índice de inflación del 2.8%, con el que concluyó el año 2006 denota que transcurrió otro año de estabilidad en nuestro país, completando un período de tranquilidad económica marcado por la etapa de la dolarización adoptada por el gobierno nacional.

Aunque la relación del dólar frente al euro ha sufrido un constante deterioro, este fenómeno ha contribuido para que podamos ser más competitivos en nuestras exportaciones nacionales, actividad que constituye la principal fuente generadora de recursos monetarios y mejora ostensiblemente la balanza comercial de pagos, para situarnos en el año 2006, en un nivel record alcanzado en la historia de los últimos cinco años.

Sin embargo de vivir una bonanza económica general, nuestra industria ha sentido una amenaza permanente por la concurrencia de productos importados al mercado ecuatoriano, especialmente en nuestro principal mercado el de la ciudad de Quito, competencia de empresas que han invertido fuertes sumas de dinero en campañas publicitarias y de marketing con ideas imaginativas para darse a conocer y posesionarse entre los consumidores.

De esta forma, nuestra capacidad de respuesta ha sido la de intensificar el plan de mercadeo, tanto en publicidad como en merchandising, para cuidar directamente y de mejor manera la demanda de nuestros productos en las estanterías de nuestros clientes distribuidores.

La gran variedad de formatos que compone el portafolio de nuestra fabricación, y la ventaja de la eficiente distribución realizada a través de nuestra empresa relacionada "Repartí", constituye una real fortaleza ante la competencia.

Un factor de gran impacto que ha afectado los costos de fabricación, ha sido el incremento en los precios del trigo en el mercado internacional. Como se conoce, la causa se debe a ese cambio que se ha despertado en los últimos años, en el concepto del uso de la energía a nivel mundial. Especialmente en los Estados Unidos de Norteamérica se han destinado miles de hectáreas a la producción de cereales: trigo, maíz, soya, etc., para utilizarlos en plantas generadores de energía renovable conocida como etanol, combustible orgánico, que se supone, remplazará paulatinamente a la energía generada por las plantas hidrocarburíferas que ocasionan la polución y el cambio climático en nuestro planeta.

Se augura que en el futuro próximo, disfrutaremos de energía mas limpia a costa de una potencial escasez en la alimentación de la especie humana.

TRIGO: Materia prima de fundamental importancia en nuestra actividad industrial, que durante este año su aporte a los costos de fabricación de harina, ha representado el abultado porcentaje del 78,76%.

Este año hemos realizado un gran volumen de compras a proveedores nacionales, porque sus propuestas han resultado mas convenientes que el que hubiésemos obtenido por importación directa.

Durante el año 2.006, compramos un total de 12.273 t/m de trigo, por un valor de US\$ 2'739.280, 00, según podemos analizar en el cuadro siguiente:

RESUMEN COMPRAS DE TRIGO						
	TRIGO AÑO 2005			TRIGO AÑO 2006		
	Cantidad	Usd Total	Unitario	Cantidad	Usd Total	Unitario
Trigo Suave	12472 tm	2.710.199	217	6543 tm	1.551.471	237
Trigo Duro	1481 tm	390.419	264	5730 tm	1.187.809	207
TOTAL	13954 tm	3.100.618	222	12273 tm	2.739.280	223

Es importante señalar que para las compras de trigo hemos continuado financiando de las dos formas que ya nos resultan tradicionales:

1. **Financiamiento Bancario.-** Mediante créditos con el Lloyd's TSB Bank, con una tasa de interés del 8.5% anual.
2. **Financiamiento de los Proveedores.-** Crédito otorgado por SEABOARD OVERSEAS LIMITED, bajo el sistema denominado BONDER WATERHOUSE, concedido sobre saldos diarios establecidos, a razón del 8% anual.

VENTAS: La Venta total generada en las dos plantas industriales las registramos con detalle a continuación:

a).- **Molino:** Hemos vendido de los siguientes productos:

PRODUCTO	2005		2006	
	KILOS	%	KILOS	%
Vtas. Harina	1.202.840	30,78%	515.908	17,66%
Vtas. Semola	145.450	3,72%	188.600	6,46%
Vtas. Semolina	100.800	2,58%	0	0,00%
SUMA:	1.449.090	37,08%	704.508	24,12%
Vtas. Semita	1.124.485	28,77%	1.047.375	35,86%
Vtas. Afrechillo	1.268.640	32,46%	1.085.605	37,16%
Vtas. Otros	66.035	1,69%	83.595	2,86%
SUMA:	2.459.160	62,92%	2.216.575	75,88%
TOTAL VENTAS KGS MOLINO	3.908.250	100,00%	2.921.083	100,00%

Las ventas del molino ha generado ingresos brutos por US\$ 623.889,00, inferior en US\$ 280.456,00 al registrado en el año anterior, debido a que hemos reducido la venta en 774.582 kilos de harina menos que en el año 2005, a causa de la feroz competencia, que se libra en el mercado nacional.

MOLINOS	2005	2006	Variación %
Ventas Netas Usd	904.345	623.889	-31,01%
Ventas en kilos	3.908.190	2.921.083	-25,26%
Precio de venta promedio	0,2314	0,2136	
Costo de Ventas	819.541	565.186	-31,04%
Margen de Contribución	84.805	58.703	-30,78%
% Rentabilidad	10,35%	10,39%	

PRECIOS PROMEDIOS PRODUCTOS DEL MOLINO

PRODUCTO	ANO 2005 Usd x Kg	ANO 2006	
		Usd x Kg	Usd x 50Kg
Harina	0,3517	0,3528	17,64
Semola	0,4856	0,4560	22,80
Semita	0,1622	0,1755	8,78
Afrechillo	0,1431	0,1542	7,71
Granza / Tamos	0,0587	0,0727	3,64

b).- Pastificio: Las ventas de fideos en el año 2006, se sitúa en 7'888.110 kilos, por un valor de US\$ 5'262.433, según lo detallamos en los siguientes cuadros:

CLASIFICACIÓN	2005		2006	
	KILOS	%	KILOS	%
Empaquetado	5.982.507	74,50%	5.796.600	73,49%
Al Granel	2.047.799	25,50%	2.091.510	26,51%
SUMA:	8.030.306	100,00%	7.888.110	100,00%

Esta venta está clasificada por líneas de producción:

LINEA DE PRODUCCION	2005		2006	
	KILOS	%	KILOS	%
Laminado	3.808.957	47,43%	3.789.510	48,04%
Prensado	2.343.031	29,18%	2.236.348	28,35%
Glutenado	786.901	9,80%	828.537	10,50%
Nidos	702.165	8,74%	589.307	7,47%
Spaguetti	389.252	4,85%	407.622	5,17%
Precocido	0	0,00%	36.786	0,47%
SUMA:	8.030.306	100,00%	7.888.110	100,00%

Otra clasificación de las Ventas que resulta interesante la describimos en el siguiente cuadro:

VENTAS POR MARCA

MARCA	2005		2006	
	KILOS	%	KILOS	%
Paca	6.376.977	79,41%	6.380.325	80,89%
Marcas Propias	832.022	10,36%	799.690	10,14%
Pasticor	470.970	5,86%	355.380	4,51%
Pasta Manía	124.800	1,55%	56.160	0,71%
La Cholita	93.629	1,17%	105.648	1,34%
Bolonia	37.445	0,47%	50.329	0,64%
El Triunfo	52.368	0,65%	13.776	0,17%
Toscana	42.094	0,52%	90.017	1,14%
Shanghai	0	0,00%	36.786	0,47%
SUMA:	8.030.306	100,00%	7.888.110	100,00%

VENTAS POR DESTINO

DESTINO	2005		2006	
	KILOS	%	KILOS	%
Nac. Ecuador	7.362.569	91,68%	7.245.534	91,85%
Exp. Colombia	456.114	5,68%	336.818	4,27%
Exp. Est. Unidos	211.622	2,64%	269.470	3,42%
Exp. España	0	0,00%	36.288	0,46%
SUMA:	8.030.306	100,00%	7.888.110	100,00%

Con relación al año anterior hubo una disminución de 142.196 kilos en la venta de fideo, lo que representa el 1.84% menos que el año 2.005.

VENTAS EN DOLARES:

PASTIFICIO	2005	2006	Variación %
Ventas Netas Usd	5.150.596	5.262.433	2,17%
Ventas en kilos	8.030.306	7.888.110	-1,77%
Precio de venta promedio	0,6414	0,6671	
Costo de Ventas	4.066.081	4.121.250	1,36%
Margen de Contribución	1.084.515	1.141.183	5,23%
% Rentabilidad	26,67%	27,69%	

INGRESOS: Las ventas totales registradas en el año 2006, de los productos detallados en los cuadros anteriores, las clasificamos en el cuadro que presentamos a continuación:

DETALLE DE INGRESOS POR VENTAS DE PRODUCCION Y OTROS

	US\$	%
Ventas del MOLINO:	704.839,20	11,68%
Ventas del PASTIFICIO:	5.262.433,14	87,21%
Ingresos NO OPERACIONALES:	67.152,42	1,11%
SUMA LOS INGRESOS:	6.034.424,76	100,00%

A continuación presentamos el monto global de las cuentas que integran los Costos y Gastos y Resultados, para detallarlos mas adelante cada una de ellas:

INTEGRACION TOTAL DE CUENTAS					
	SUB-PARCIAL	PARCIAL	TOTAL	%	%
INGRESOS TOTALES:			6.034.424,76	100,000	100,00%
Menos: Costo de Ventas:			4.763.099,14	78,932	78,932%
UTILIDAD BRUTA:			1.271.325,62	21,068	
Menos: Gastos Operacionales:			669.068,53	11,087	
ADMINISTRATIVOS:		254.248,35			4,213%
DE VENTAS:		276.575,15			4,583%
Publicidad y Mercadeo:	202.562,57				
Distribución:	56.767,74				
Ventas:	15.765,54				
De Personal:	1.479,30				
FINANCIEROS:		110.126,75			1,825%
ADMINISTRATIVOS C.C.		28.118,28			0,466%
UTILIDAD LIQUIDA:			602.267,09	9,980	9,980%

COSTO DE VENTAS:

PRODUCCION: El análisis de la producción, igual que en el caso de las ventas, lo clasificamos en sus dos divisiones:

Cuadro de producción de la planta Molino:

Trigo Molido Kilos			11.174.705	100%
Productos				
	Kilos	%		
Harina	8.623.275	77,17%		
Semola	285.150	2,55%		
Suma==>>	8.908.425	79,72%		
Subproductos				
	Kilos	%		
Semita	1.065.960	9,54%		
Afrechillo	1.091.130	9,76%		
Granza	55.440	0,50%		
Tamo	27.400	0,25%		
Impurezas	26.350	0,24%		
Suma==>>	2.266.280	20,28%	11.174.705	100,00%

Destacamos el porcentaje de extracción de harina llega al 79,72%

A).-Costo de Producción Planta Molino:

Costo de Producción Planta Molino AÑO 2006		
CONCEPTO	VALOR	%
Materia Prima	2.410.373,12	78,76%
Flete de Trigo	171.522,96	5,60%
Depreciaciones	121.136,14	3,96%
Mano de Obra Directa / Indirecta	143.390,40	4,69%
Servicios Publicos	83.312,09	2,72%
Almacenaje/Estibaje/Fumigación	62.483,21	2,04%
Materiales de Empaques	20.186,08	0,66%
Mantenimiento	25.753,26	0,84%
Vitaminas	10.149,67	0,33%
Otros	12.184,32	0,40%
TOTALES	3.060.491,25	100,00%

B).- Costo de Producción Planta Pastificio:

Costo de Producción Planta Pastificio AÑO 2006		
CONCEPTO	VALOR	%
Materia Prima	2.496.155,54	60,34%
Materiales de Empaques	659.409,47	15,94%
Mano de Obra Directa / Indirecta	433.625,26	10,48%
Depreciaciones	187.180,72	4,52%
Servicios Publicos	121.701,69	2,94%
Combustibles	91.746,50	2,22%
Mantenimiento	57.472,06	1,39%
Otros Insumos Fideos Especiales	62.409,48	1,51%
Otros	26.953,58	0,65%
TOTALES	4.136.654,30	100,00%

PRODUCCION PASTIFICIO

(kilos miles)

LINEA	2005	%	2006	%	% Variación
Buhler 600 (Laminados)	3.495	43,63%	3.526	44,65%	0,88%
Buhler 1000 (Prensados)	2.723	33,99%	2.617	33,15%	-3,88%
Glutenado y Nidos	1.311	16,36%	1.301	16,48%	-0,75%
Spaghetti	445	5,55%	329	4,17%	-25,99%
Bolonia	37	0,46%	88	1,11%	137,17%
Precocidos	0	0,00%	35	0,44%	Nuevo
SUMA	8.011	100%	7.896	100%	

En el año 2.006 hemos producido 7'888.110 kilos de fideos, lo cual nos da un promedio de 657.342 kilos mensuales. y el costo promedio de producción de un kilo de fideos fue de US\$ 0.5244, que comparado con el costo obtenido en el año 2006, tenemos una crecimiento del 3.63%.

GASTOS OPERACIONALES:

Gastos Administrativos: (1)

GASTOS DE ADMINISTRACION AÑO 2006			
CUENTAS	VALOR	%	% VENTAS
Gastos de Personal	86.511,32	34,03%	1,45%
Honorarios Profesionales	75.522,13	29,70%	1,27%
Impuestos y Contribuciones	19.795,98	7,79%	0,33%
Depreciaciones	13.190,15	5,19%	0,22%
Comunicaciones	11.982,12	4,71%	0,20%
Mantenimiento	7.791,60	3,06%	0,13%
Materiales y Suministros	5.547,44	2,18%	0,09%
Provisiones y Amortizaciones	4.967,24	1,95%	0,08%
Gastos Varios	28.940,37	11,38%	0,48%
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	254.248,35	100,00%	4,26%

Gastos de Ventas: (2)

Gastos de Publicidad y Mercadeo (2.1)

GASTOS DE VENTAS - PUBLICIDAD AÑO 2006			
CUENTAS	VALOR	%	% VENTAS
Servicio de Impulsadoras	43.940,42	21,69%	0,74%
Gasto Viajes Clientes x Cumpl. De Ventas	41.085,02	20,28%	0,69%
Lanzamiento Fideos Shanghai	29.040,98	14,34%	0,49%
Servicios de Merchandising (Terceros)	18.816,00	9,29%	0,32%
Ofertas Promocionales	18.349,95	9,06%	0,31%
Materiales Publicitarios	16.292,18	8,04%	0,27%
Lanzamiento Productos Nuevos	13.862,24	6,84%	0,23%
Promociones Eventos y Muestras	13.628,28	6,73%	0,23%
Artes y Diseños	6.416,30	3,17%	0,11%
Publidad en Vallas / Mobil	1.131,20	0,56%	0,02%
TOTAL GASTOS PUBLICIDAD	202.562,57	100%	3,42%

Gastos de Distribución: (2.2)

GASTOS DE VENTAS - DISTRIBUCION AÑO 2006			
CUENTAS	VALOR	%	% VENTAS
Fletes en Ventas	28.645,35	50,46%	0,48%
Estibaje en Ventas	19.260,39	33,93%	0,32%
Combustibles	4.073,33	7,18%	0,07%
Alimentación	2.081,39	3,67%	0,03%
Hospedajes	1.294,90	2,28%	0,02%
Movilización	785,33	1,38%	0,01%
Peajes	627,05	1,10%	0,01%
TOTAL GASTOS DISTRIBUCION	56.767,74	100,00%	0,95%

Otros Gastos de Ventas: (2.3)

GASTOS DE VENTAS - OTROS AÑO 2006			
CUENTAS	VALOR	%	% VENTAS
Comisiones en Ventas - Incentivos	5.795,96	33,61%	0,10%
Gastos de Personal	5.044,63	29,25%	0,08%
Trámites de Exportación	3.192,37	18,51%	0,05%
Mant. Marcas y Patentes / Reg. Sanitarios	1.892,12	10,97%	0,03%
Mantenimiento Vehículo / Otros	1.319,76	7,65%	0,02%
TOTAL OTROS GASTOS VENTAS	17.244,84	100,00%	0,29%

Los Gastos de Ventas, integrado por gastos de Publicidad y Mercadeo, Distribución y Otros Gastos, totaliza este año: US\$ 276.575,15, lo que representa el 4.66% del rubro de Ventas, valor que ha resultado satisfactorio para mantenernos a flote y defender nuestro mercado.

Durante al año 2006 estos Gastos de Ventas se han incrementado en US\$ 18.515,15 con relación al año 2.005, pese a que hemos sentido una mayor presión de la competencia, que nos obliga a invertir mayores cantidades en campañas de promoción, publicidad y degustaciones, para cuidar nuestra presencia en el mercado.

Gastos Financieros: (3)

GASTOS FINANCIEROS AÑO 2006			
CUENTAS	VALOR	%	% VENTAS
Intereses Préstamos Bancos	70.844,56	64,33%	1,19%
Intereses Préstamos Socios	14.847,83	13,48%	0,25%
Intereses Bonder Waterhouse	11.975,30	10,87%	0,20%
Impuesto Solca Préstamos	10.359,29	9,41%	0,17%
Gastos Cuenta Corrientes	1.241,72	1,13%	0,02%
Comisiones Bancarias	858,05	0,78%	0,01%
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	110.126,75	100,00%	1,85%

Gastos Centro Comercial: (4)

GASTOS CENTRO COMERCIAL "MOLINO PLAZA" 2006			
CUENTAS	VALOR	%	% VENTAS
Gastos de Depreciación	13.923,67	12,64%	0,23%
Servicios Comunitarios	8.355,63	7,59%	0,14%
Mantenimiento de Edificios	2.089,44	1,90%	0,04%
Gastos de Personal	1.960,97	1,78%	0,03%
Servicios Públicos	1.418,97	1,29%	0,02%
Otros gastos	369,60	0,34%	0,01%
TOTAL GASTOS MOLINO PLAZA	28.118,28	25,53%	0,47%

ACTIVO:

Como en el caso de las cuentas analizadas anteriormente, detallemos en el siguiente cuadro, cifras comparadas en los dos últimos años:

ACTIVO (USD \$ miles)

TIPO	2005	%	2006	%	% Variación
ACTIVO CORRIENTE	2.439	49,08%	2.404	50,44%	-1,44%
ACTIVO FIJO	2.178	43,83%	2.233	46,85%	2,51%
OTROS ACTIVOS *	353	7,10%	129	2,70%	-63,45%
TOTAL	4.970	100%	4.766	100%	

(*) Corresponde a Inversiones otras empresas, intangibles y proyectos en curso

PASIVO:

El Pasivo de Corto Plazo suma US\$ 1.664.501, equivalente al 34,93% del total del Pasivo y Patrimonio; y el de Largo Plazo suma US\$ 462.411 alente al 9.30 del total del Pasivo, estas últimas cifras corresponde a obligaciones adquiridas por la empresa; en tanto que el Patrimonio, que representa el capital y reservas propios de la compañía, registra en el 2.005 la cantidad de US\$ 2.664.924

Pasivo de Corto Plazo:

PASIVO CORTO PLAZO AÑO 2006		
CUENTA	VALOR	%
IESS	7.833	0,16%
Servicio de Rentas Internas	144.945	3,04%
Provisiones Beneficios Sociales	20.599	0,43%
Proveedores Nacionales	662.781	13,91%
Proveedores Exterior	6.558	0,14%
Acreedores	6.905	0,14%
15% Participacion Trabajadores	91.383	1,92%
Préstamos Bancarios	714.747	15,00%
Intereses por Préstamos	8.750	0,18%
SUMA:	1.664.501	34,93%

- Préstamos Bancarios:**

PRESTAMOS BANCARIOS SALDOS AÑO 2006					
Banco	Operación	Valor	Plazo	Tasa	Vencimiento
Lloyd's TSB Bank	Op 660550	90.000,00	119	8,50%	23/02/07
Lloyd's TSB Bank	Op 660587	90.000,00	90	8,50%	14/02/07
Lloyd's TSB Bank	Op 660640	100.000,00	94	8,50%	12/03/07
Lloyd's TSB Bank	Op 660652	120.000,00	120	8,50%	11/04/07
Subtotal 1		400.000,00			
Lloyd's TSB Bank Accionistas	Op 660486	100.000,00	122	8,50%	30/01/07
Lloyd's TSB Bank Accionistas	Op 660563	100.000,00	92	8,50%	06/02/07
Subtotal 2		200.000,00			
Produbanco	1010014180000	17.488,51	360	8,84%	08/01/07
Produbanco	1010023611000	97.258,59	90	9,00%	04/02/07
Subtotal 3		114.747,10			
TOTAL PRESTAMOS BANCOS		714.747,10			

Pasivo de Largo Plazo:

Las cuentas del Pasivo de Largo Plazo, suman US\$ 395.406. Analicemos detalladamente estas cuentas:

PASIVO LARGO PLAZO AÑO 2006		
CUENTA	VALOR	%
Obligaciones Socios	165.528	3,47%
Jubilación Patronal	207.210	4,35%
Ingresos Diferidos	22.669	0,48%
SUMA:	395.406	8,30%

Los Ingresos Diferidos con US\$ 22.669, que corresponde a los arriendos anticipados por las empresas: La Favorita y Banco Internacional, que deben ser amortizados anualmente por el tiempo que dure su contrato de arrendamiento.

PATRIMONIO.- Está constituido por el Capital Social, las Reservas y las cuentas de Resultados.

En el siguiente cuadro analizamos la evolución del Patrimonio en los últimos 2 años:

PATRIMONIO Y RESULTADOS (USD \$ miles)			
TIPO	2005	2006	% Variación
Total Patrimonio	2.665	2.706	1,52%
Capital Social	2.250	2.250	0,00%
Utilidad Antes de Participaciones	601	602	0,21%
15% Participación Trabajadores	92	91	-0,67%
25% Impuesto a la Renta SRI	131	129	-1,18%
UTILIDAD NETA	378	381	0,90%

a).- **Capital:** El capital actual de la empresa es de US\$ 2.250.000,00, no ha tenido variación con relación al año anterior.

b).- **Reservas:** Totaliza la suma de US\$ 74.201,21, producto de la Reserva Legal de los últimos años.

c).- **Resultados:** Las Utilidades del presente año se estableció en US\$ 381.413,73, cifra de la que deduciremos el 10% de Reserva legal, esto es US\$ 38.141,37, de esta forma queda como Utilidad Líquida a disposición de los accionistas la cantidad de US\$ 343.272,35.

En el cuadro anterior del Patrimonio y Resultados, notemos el crecimiento sostenido que registran cada una de sus cuentas, especialmente de aquellas que consolidan la imagen y solvencia de la compañía, como es su Capital Social y sus Resultados.

OTRAS CUENTAS DE INFORMACIÓN HISTÓRICA				
AÑO	ACTIVO	PASIVO		PATRIMONIO
		CORTO PLAZO	LARGO PLAZO	
2004	4.285,00	1.081,00	591,00	2.613,00
2005	4.970,00	1.842,00	462,00	2.665,00
2006	4.765,00	1.443,00	395,00	2.926,00

Igualmente el análisis de las cifras que se registran en el cuadro precedente nos revelan la solvencia financiera que va adquiriendo nuestra compañía, cuando vemos que el Patrimonio va incrementándose paulatinamente de 2'613 en el 2004 a 2'926 en el 2006. Asimismo el Pasivo de Corto Plazo baja de 1'842 a 1'443 entre el año 2005 al 2006. Igualmente, el Pasivo de Largo Plazo va disminuyendo de 591 en el 2004 a 395 en el año 2006. En definitiva se denota menores deudas frente a un mayor valor en capital propio.

CONCLUSIONES: En síntesis podemos concluir que el resultado de las operaciones industriales de nuestra empresa durante el ejercicio económico del año 2006, se resumen en los siguientes aspectos:

1. El porcentaje de extracción de harina fue el 79,72%;
2. La venta de harina disminuyó en 774.582 kilos;
3. El precio de venta promedio del kilo de harina subió de US\$ 0.3517 a US\$ 0.3528;
4. La venta de fideo disminuyó en 142.196 kilos, equivalente al 1.77%;
5. El precio de venta promedio del kilo fideo subió de US\$ 0.6414 a US\$ 0.6671;
6. Las exportaciones de fideo representan el 8.15% de la venta total;
7. El Activo creció en US\$ 480.000, equivalente al 11,20%;
8. El Pasivo de Corto Plazo disminuyó en US\$ 399.000, equivalente al 21,66%;
9. El Pasivo de Largo Plazo disminuyó en US\$ 67.000, equivalente al 14,50%;
10. El Patrimonio creció en US\$ 261.000, equivalente al 9,79%;
11. La Utilidad Neta se incrementó en US\$ 2.832, equivalente al 0.75%;
12. La rentabilidad neta sobre el Capital Social fue el 16,95%;
13. La rentabilidad neta sobre el Patrimonio fue el 13.03%;
14. La rentabilidad neta sobre las ventas fue el 6,32%; y,
15. El Capital Social actual es de US\$ 2'250.000,00.

Lamentablemente la línea de fideo tipo chino no rindió los frutos esperados debido a que sufrimos una equivocación en el enfoque de lanzamiento del producto, dirigiéndolo a competir únicamente con uno similar muy posicionado en el mercado. Este año contratamos un estudio de mercado cuyo resultado nos recomienda emprender en un cambio de estrategia para lanzarlo con la novedosa denominación de "fideo instantáneo", con un potencial de consumo extendido hacia un mercado más amplio.

RECOMENDACIONES: Sentimos que la competencia nacional y mas aún la importada es cada vez mas acentuada y agresiva, razón por la que deberíamos obligarnos a fortalecernos identificando nuestras mayores eficiencias, fusionándonos y pactando alianzas que tracen mejores estrategias.

Nuestras marcas tienen sus fortalezas pero también sus debilidades, por las cuales debemos trabajar para eliminarlas. Tenemos que entregar a los consumidores un producto de la mejor calidad al más bajo precio, lo cual se puede lograr incrementando la producción a gran escala, realizando inversiones en equipos y maquinaria de alta tecnología.

En forma concreta, solicitamos que este año se nos autorice la compra de una máquina empaquetadora que reemplace a dos unidades antiguas y obsoletas, cuya precisión en el pesaje tiene muchas variaciones.

Termino este informe agradeciendo a los señores directores y accionistas que me han demostrado su confianza y respaldo, igualmente mi reconocimiento a los empleados y trabajadores que día a día entregan sus esfuerzos al servicio de la empresa.

Gracias.

Quito, Marzo de 2007

Rodrigo Sánchez P.
Gerente General.

