

Quito, 16 de Marzo de 2010

INFORME DEL GERENTE DE LA COMPANIA FASHION LANA CIA.LTDA.

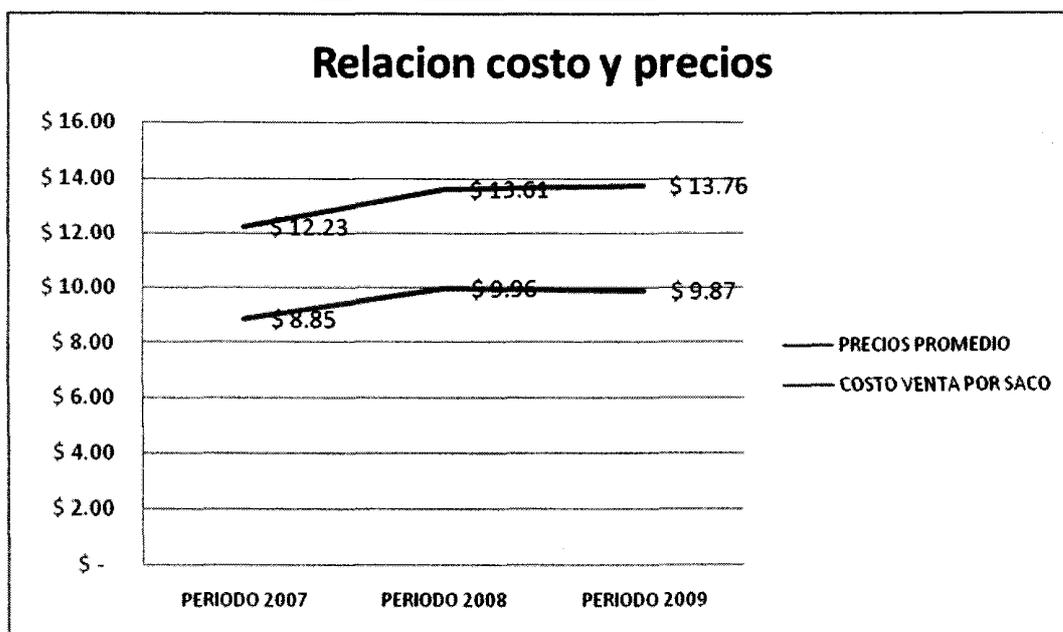
Señor Presidente

Señores Socios

La presente tiene por objeto enviarles un cordial saludo y al mismo tiempo informar sobre la gestión administrativa de la empresa Fashionlana Cia.Ltda durante el ejercicio 2009.

Primero quisiera comentar que la empresa en este periodo 2009 ha realizado grandes esfuerzos por sostener las ventas en todos sus canales, no hemos logrado hacerlo en su totalidad, pero realmente la crisis mundial como todos conocemos ha afectado a la compañía, sobretodo en sus ventas, sin embargo, lo más importante que debemos destacar es que a pesar de que tanto los precios de Materia Prima, precios de insumos y mano de obra han sufrido un incremento aproximado del 15%, hemos logrado mantener nuestro costo unitario.

P.PROMEDIO/PERIODO	PERIODO 2007	PERIODO 2008	PERIODO 2009
PRECIOS PROMEDIO	\$ 12.23	\$ 13.61	\$ 13.76
COSTO VENTA POR SACO	\$ 8.85	\$ 9.96	\$ 9.87



El siguiente cuadro hace referencia al detalle de costos de los últimos dos ejercicios económicos

COSTOS TOTALES - FASHIONLANA

COSTO/PERIODO	2008	2009	Variación
MATERIA PRIMA	\$ 996,482	\$ 775,218	\$ (221,265)
M.O.D	\$ 1,065,801	\$ 666,170	\$ (399,630)
M.O.I	\$ 118,536	\$ 149,159	\$ 30,624
Tintorería	\$ 48,301	\$ 45,112	\$ (3,189)
Combustible	\$ 42,160	\$ 31,774	\$ (10,386)
Leasing maquinaria	\$ 53,716	\$ -	\$ (53,716)
Mantenimiento	\$ 34,615	\$ 35,943	\$ 1,328
Depreciaciones	\$ 47,656	\$ 67,679	\$ 20,023
Refrigerios	\$ 72,900	\$ 63,066	\$ (9,834)
Beneficios contrato colect	\$ -	\$ 18,889	\$ 18,889
Otros varios	\$ 200,219	\$ 154,830	\$ (45,389)
Totales	\$ 2,482,175	\$ 1,855,019	\$ (672,546)

Como podemos observar la diferencia en costos del periodo 2008 vs el periodo 2009 es de seis cientos setenta y dos mil quinientos cuarenta y seis dólares. Y es por tal motivo que hemos logrado mantener el costo unitario por prenda con una disminución importante en el número de prendas vendidas.

La materia prima con una discusión de 221.265 sud entre los dos ejercicios económicos, corresponden a un ahorro en consumo de 49.000 kgf, pero el costo por kilo de hilo aumento en un 3,4%, es decir, el precio promedio de un kilo de hilo acrílico crudo en el 2008 fue de 4.96 USD y en el 2009 fue de 5.12. El peso promedio por prenda en el 2008 fue de 760 gramos y en el 2009 el peso es de 750 gramos. Lo cual se da debido a un estricto control en compras de Materia Prima y control de desperdicios. 10 gramos por cada unidad fabricada supone un ahorro sumamente importante para la compañía y confiamos en seguir mejorando estos índices y ser cada vez más eficientes.

DISMINUCION DE VENTAS, ANALISIS Y CONCLUSIONES.

Como comentaba al inicio de mi informe, el 2009 fue un ejercicio económico muy complicado para la industria textil en general, Fashionlana en su caso particular sufrió una importante disminución en sus ventas ya que los países a los que exportamos cuentan con economías muy dependientes de los Estados Unidos. México nuestro principal destino, es el país más afectado. Ellos en su economía sufrieron una caída del 6.2%.

ANALISIS DE VENTAS - GLOBAL

EJERCICIO ECONOMICO	NO. PRENDAS	USD VENDIDOS	PRECIO PROMEDIO
PERIODO 2008	264501	\$ 3,601,115.00	\$ 13.61
PERIODO 2009	207653	\$ 2,857,274.00	\$ 13.76
DIFERENCIAS	56848	\$ 743,841.00	\$ (0.15)

ANALISIS Y COMENTARIOS

1) La crisis mundial afecto de manera alarmante a nuestras ventas en el exterior

pero es importante analizar primero el numero de prendas vendidas, como vemos en el cuadro anterior las ventas con respecto al ejercicio económico anterior se redujeron en 56.800 prendas de las cuales 9.000 prendas corresponden a nuestra reducción de ventas en México, cabe mencionar que la economía Mexicana cayó en un 6.2% en el periodo 2009. Por otro lado, el mercado colombiano se redujo de la misma manera debido a que la cartera de clientes en Colombia fue muy dura de recuperar por lo que tomamos la decisión de frenar las exportaciones hasta no tener saldadas nuestras Cuentas. La decisión no fue fácil, sin embargo hoy podemos decir que fue acertada.

La compañía no realizo exportaciones a Colombia en el primer semestre. Por ende las exportaciones a Colombia cayeron de manera importante. La caída corresponde a un 35%, es decir alrededor de 11.000 prendas El Mercado de Costa Rica sufrió una importante caída, debido al estricto control aduanero en el País centro americano, nuestra cliente en Costa Rica paga alrededor del 70% entre internación y aranceles. En total podemos afirmar que las exportaciones de la empresa se redujeron en un 17% y ese 17% corresponde a 24.800 prendas.

2) Si México logro pedir alrededor de 46.000 prendas fue porque la compañía acepto producir para Costco, una cadena Americana que tiene presencia en el mercado México, a la que Fashionlana no había vendido en el 2008 por tema de precios. En este periodo 2009 tuvimos que aceptar pedidos de Costco para poder compensar el volumen de prendas vendidas, sin embargo, debo mencionar que el precio al que se le vende a Costco no es nada atractivo e incluso puedo asegurar que lo más probable es que por ello nuestro precio de venta promedio no subió como esperábamos. Tomando en cuenta estos valores la gerencia ya contacto con su cliente en México y le ratifico que en el próximo periodo no estamos en condiciones de fabricar pedidos para Costco por su bajo precio.

3) Nuestro país no pudo afrontar la crisis sino con una contracción en la economía y por ende una reducción en el consumo. Nuestras ventas locales sufrieron una caída de alrededor de 32.000 prendas, de las cuales 13.000 corresponden a nuestros puntos de ventas propios y 18.000 prendas a mayoristas y consignatarios La reducción en ventas locales se debe a que además de la crisis mundial, el primer trimestre en el Ecuador fue duro, de mucha incertidumbre y de campanas políticas en todos los medios de comunicación Posterior al evento electoral el país se mantuvo, pero llego el Verano y nuestras ventas automáticamente descendieron y lo más grave fue que el clima no dio su brazo a torcer, es decir, el segundo semestre del 2009 fue de mucho calor. Y poco lluvia, hasta el punto que desde mediados de Noviembre, El Gobierno declaro el estado de emergencia y comenzaron los cortes de energía eléctrica. Cabe mencionar también que la compañía en el 2009 rescindió del local ubicado en la Plaza Shopping center de la ciudad de Ibarra

PASIVO LARGO PLAZO:

Cumpliendo con el objetivo de reducir la carga financiera el pasivo a largo plazo se redujo de 892.001,63 USD a 568.026,94 USD, es decir, redujimos la deuda en un 36,32%, reconociendo además las contraprestaciones por garantías hipotecarias de los socios, lo cual fue aprobada por la asamblea llevada a cabo el día Martes 7 de abril del 2009.

PERSPECTIVAS PARA EL 2010.

Realmente la economía mundial esta tremendamente afecta, los índices económicos indican que el próximo año seguirá siendo un periodo de crisis. La compañía seguirá supervisando los índices de inventarios, producción y ventas. Las ventas locales consideramos que se mantendrán en los mismo niveles que el 2009, pero Fashionlana sin duda, tendrá que incrementar precios para generar un mayor margen.

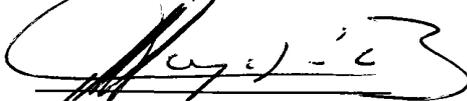
Los analistas económicos prevén que México comenzara una nueva etapa de recuperación y aspiran a que los índices vuelvan a sus niveles normales.

Para el mercado Colombiano se viene una etapa de elecciones y eso siempre genera incertidumbre y descenso en las ventas, pero esperamos que dicho mercado recupere su nivel de ventas regular. Vamos a procurar obtener mejores rendimientos y seguiremos dentro del proceso de bajar el endeudamiento de la compañía. Trabajaremos con profesionalismo, entrega y con el mismo empeño de siempre.

Durante este periodo, ha sido una prioridad de la administración cumplir con las normas de propiedad intelectual vigentes, tanto en el manejo de software, como en su material publicitario y promocional.

Por todo lo expuesto, y considerando que el periodo 2009 ha sido positivo para la compañía no me queda más que agradecerles por la confianza.

Atentamente,



VIRGILIO JOSE DAVILA BLANCO

Fashionlana Cia. Ltda.

GERENTE

