

Informe de Gerencia

SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO 2007

Quito, 8 de Abril del 2008

Señores
ACCIONISTAS
EGLONSA S.A.
Presente

De mi consideración:

Dando cumplimiento a lo establecido en los estatutos de la compañía, pongo a consideración de ustedes el informe de las principales actividades de la empresa y los resultados obtenidos durante el año 2007.

ENTORNO POLITICO ECONOMICO DEL ECUADOR

El año 2007 fue el primer año del Gobierno de Rafael Correa, lo cual creaba un período de incertidumbre frente al ofrecimiento de una transformación radical, y una revolución que empezaba por lo constitucional y democrático, dando paso a lo que había sido uno de los ejes de su campaña: La Asamblea Constituyente. Además de una serie de reformas que preconizaban que el neoliberalismo fracasó, por lo que se promulgaba pasar de una economía rentista, financiera y descontrolada a una economía que apoya al sector productivo y a la generación de empleo. Mantuvo la promesa de mantener la dolarización para conservar la estabilidad que se había logrado. Al ser su primer año, y por todos los ofrecimientos indicados anteriormente, fue un año de incertidumbre y riesgo que se refleja en sus indicadores. El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) refleja un mal desempeño del país. Este PIB es el más bajo de la región y está por debajo del desempeño del país del 2001 al 2006, cuando fue cercano al 5%. Este dato es un efecto acumulativo de la incertidumbre política respecto de las políticas anti empleo, anti inversión, que inclusive pudieran reflejarse más en las decisiones de la Constituyente. Por ello, muchos empresarios están paralizando sus decisiones de inversión, mientras no se conozcan las nuevas reglas del juego. Observando otras cifras, se ha registrado una caída en las exportaciones del 1.75%. Eso es sorprendente y atípico, tomando en cuenta que se ha tenido una gran ventaja en los precios del petróleo y eso nos ha dado más competitividad respecto de los países vecinos para ingresar a los mercados asiáticos y europeos.

Todo este mal rendimiento de las exportaciones petroleras y la elaboración de productos refinados junto con otros temas determinó el bajo crecimiento del PIB y la deficiente ubicación del país en Latinoamérica.

Mientras se mantenga esta incertidumbre frente a las posibles decisiones de la Asamblea constituyente, la reactivación de la economía se mantendría estancada, sin posibilidad de reactivación del sector productivo y atracción de inversión.

Se señalan algunos indicadores de la situación económica:

INDICADORES	2005	2006	2007
Riesgo País		674	632
Crecimiento del PIB (%)	4.7	4.3	2.65%
Inflación anual (%)	3.14	2.87	2.70%
Exportaciones FOB (mil USD)	10,100	12,363	13,852.4
Balanza Comercial (mil USD)	532	1,448	1,250.4
Balanza Comercial no petrolera (mil USD)	-3,623	-3,714.9	-4,422.8
Desempleo (%)		9	7.50

SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA DE VELAS

El sector de la industria de velas, es todavía un sector bastante desconocido en el Ecuador. No están determinadas las cifras del mercado total, tanto por ser un sector que no cuenta con información, así como por ser un sector informal (muchas fábricas artesanales, inclusive ventas de velas de mujeres que se dedican a hacerlas en sus hogares), y por estar bastante segmentado.

Existen muchas empresas dedicadas a la fabricación de velas a nivel artesanal, se desconoce el número exacto. Sin embargo se puede decir de la experiencia que poseemos, que las que son más reconocidas y tienen más capacidad junto con Eglonsa son Velas Herminio Delgado Cía. Ltda, Velas Tungurahua. Esta última reconocida por el tiempo en el mercado, sin embargo de baja calidad. Herminio Delgado ha mejorado mucho su calidad y es el proveedor formal de velas para Supermaxi tanto con marca propia como con marca Supermaxi. En Cuenca están situadas muchas fábricas de velas de tamaño pequeño y mediano. Los 2 fabricantes de velas mencionados anteriormente, así como Eglonsa son miembros de la Asociación Latinoamericana de Fabricantes de Velas, con esto demuestran que existe interés por mejorar la calidad, estar al día en tendencias mundiales e internacionalizarse.

El mercado ecuatoriano todavía va a crecer y lo que busca Eglonsa es hacer un trabajo simultáneo de concientización en el uso de velas, y buscar que se de una mayor venta en el sector de venta directa (Yanbal); y por otro lado seguir con su estrategia de internacionalización, ya que existen mercados mucho más grandes y con tendencias de consumo; solo a modo de Ejemplo, el mercado de velas de USA hace aprox. 3 años fue de 2 billones de dólares anuales.

Un factor determinante para el sector es la disponibilidad de materias primas. Al momento se deben hacer importaciones de parafina, pabilos, esencias, aditivos, colorantes. A medida que se consiga proveedores locales o que se consiga sustitutos a ciertos componentes (por ejemplo cera de palma de Ecuador en vez de parafina) se logrará una mayor eficiencia del Sector.

ENFOQUE DEL NEGOCIO

Los objetivos fijados y las estrategias formuladas en el 2007, las cuales se han alcanzado en las distintas áreas de Eglonsa se pueden resumir en:

OPERACIONES:

- Incremento de capacidad instalada en fábrica de velas (Se planificó de una mejor forma el abastecimiento y la manufactura, de igual forma se ha mejorado la calidad para no reprocesar, es decir tener producto de calidad en la primera producción.
- Se ha iniciado el desarrollo de la Cultura organizacional en planta (Existe un plan de incentivos al mejor personal de la planta, y se ha empezado con el plan de seguridad, orden y limpieza en planta)
- De igual forma se empezó la administración por procesos de la operación de Eglonsa (Desarrollar un Sistema de gestión)

Se ha avanzado mucho en la consecución de objetivos de operaciones y al momento estamos dentro del programa de implementación de sistema de gestión de la calidad con miras a obtener la certificación ISO 9001.

COMPRAS:

- Se ha iniciado como parte del proceso de ISO la implementación de un sistema de evaluación a proveedores, de igual forma el establecimiento de un procedimiento para cumplir a tiempo los requerimientos de compra de insumos de producción (existencia de un listado de insumos genéricos que está en fase de mejora). Ya está en funcionamiento la base de datos de proveedores, así como las políticas de compras con los proveedores.



- Calificación de proveedores (se está trabajando en establecer un indicador de cumplimiento de proveedores como parte del proceso ISO , de igual forma se esta por establecer procedimientos de comunicación a proveedores de estándares de calidad, reportando mensualmente los requerimientos de calidad para proveedores)

La dificultad de conseguir proveedores nacionales ha dificultado en cierta forma el cumplir todos los objetivos de compras, sin embargo muchas de estas estrategias que no se han realizado, al ser una exigencia de la norma ISO se pondrán en práctica dentro de este mismo semestre.

COMERCIAL:

- Se está buscando el incrementar el nivel de ventas para el canal de venta directa ya que como se verá más adelante, existió una notable disminución para el 2007 (mejorando el proceso de planificación de prods nuevos, asesorando al cliente sobre estrategias para mantener niveles óptimos de stock , realizando planes de mejora de costos de producto, realizando actividades que empujen la venta del canal de venta directa)
- Se incrementó el nivel de ventas para otros canales locales (Se crearon productos nuevos basados en esquema de catálogo, La lista de precios se ha mantenido competitiva en cuanto se rige más por precios del mercado que por un costo + margen. Dicha lista de precios se está manteniendo también para el 2008. De igual forma se está buscando la estrategia de nuevas formas de comercializar para buscar nuevos ingresos.
- Se incursionó en mercados de exportación (participando en ferias internacionales, realizando y monitoreando pag web, ubicando fuente de información sobre potenciales clientes, se ha definido tipo de producto que interesa en mercados externos, Se está por establecer políticas para mercados de exportación por país definido, y en especial por cliente)

En la parte comercial, existen todavía trabas por superar que dificultan la comercialización como los costos altos y el poco uso del producto, pero el mercado local todavía da para crecer, y se está trabajando en aplicar estrategias para ingresar. Uno de los principales problemas es que al ser un mercado de precios, el producto chino tiene una buena aceptación en el mercado a pesar de ser de baja calidad.

En cuanto a la exportación, tal como saben los expertos en el tema, es algo que no se da en el corto plazo, Eglonsa se ha enfocado desde el año pasado en la participación en ferias y la exposición de sus productos. Existen contactos, pero hasta el momento no se ha concretado ninguna venta; sin embargo hay 3 opciones con una alta posibilidad, se espera concretar en este año.

Adicional a las Ferias en el año 2007 se ha participado en varios proyectos, como paso previo para estar preparados para la exportación; en este sentido se ha aprovechado el financiamiento y soporte de varios organismos como Corpei-Corporación de Promociones de Exportaciones e Inversiones y SIPPO, Organismo Suizo de promoción de Importación de los países en Desarrollo.

Con Sippo se obtuvo financiamiento para la participación en la Feria Tendence en Frankfurt, Eglonsa intervino en el stand colectivo de Sippo , y adicionalmente se tuvo asesoría de expertos técnicos, tanto para analizar la competencia, como para ver los temas a mejorar para estar preparados. De igual forma con Corpei se participó en el programa Expoecuador, el cual tiene una serie de componentes como Financiamiento en temas comerciales: feria Intergift de España, diseños, etc. Asistencia en capacitación técnica, la misma que se completará en el año 2008. Asesoría en Sistemas de Gestión de Calidad, en preparación para la certificación ISO, la cual también se obtendrá para el año 2008.

De igual forma, a fines del 2007 se ha preparado a Eglonsa para que en épocas que no tenga alta producción en velas, utilice su capacidad de mano de obra ofreciendo servicios a sus clientes, razón por la cual para inicios del 2008 ya se empezó a



atender requerimientos de uno de nuestros cliente en cuanto a servicios que han sido solicitados: envasado de demos, etiquetado de catálogos.

En general se puede decir que se está avanzando mucho en la empresa, considerando que la empresa nació hace dos años y que al inició enfrentó una serie de problemas palpables en el primer año; ya para el segundo año se contaba con una línea estructurada de productos, una planificación y un horizonte hacia donde va la cia. Para inicios del 2008, y como medida para aumentar la liquidez, se han abierto nuevas líneas de negocio como se indica anteriormente, lo cual también abrirá nuevas posibilidades de negocios. De igual forma para el 2008 se reestructurará el negocio de shampoos de mascotas con Pronaca, buscando mayor producción y mayor rentabilidad.

EGLONSA Y SU SITUACION

El 2007 es el segundo año operativo de Eglonsa. Para dicho año ha presentado ciertas variaciones en sus cuentas como el decrecimiento de sus activos de 720.621.88 en el 2006 a 515.163.60 básicamente por la venta de un inmueble que poseía en el Edificio del Banco de La Previsora, adicionalmente ha utilizado el efectivo para capital de trabajo y pago a proveedores. Sus pasivos han disminuido también de 509.716.87 en el 2006 a 295.783.69 para fines del 2007, motivado por la misma razón que se indica anteriormente, ya que con este flujo generado por la venta del activo fijo se pudo cancelar ciertas obligaciones y disminuir los pasivos. De igual forma la venta de este inmueble ha generado que se mantenga una utilidad similar a la generada el año pasado, en el 2006 la misma fue de 6711.38, para este año dichas utilidades representaron 7846.97, en gran parte generada por esta venta y por los niveles de ventas alcanzados para fines del año.

**EGLONSA S.A.
BALANCE GENERAL
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007**

ACTIVO					Saldo Final
					515,163.60
CORRIENTE				296,035.09	
	CAJA BANCOS	200			
	BANCOS	39715.71			
	CUENTAS POR COBRAR	93115.96			
	INVENTARIOS	161,836.82			
	IMPORTACIONES EN TRANSITO	1,166.60			
	IMPORTACIONES EN TRANSITO			199,817.55	
ACTIVOS FIJOS					
	ACTIVO FIJO DEPRECIABLE				
	COSTO ACTIVO FIJO	244,764.22			
	DEPRECIACION ACUMULADA	-44,946.67			
OTROS ACTIVOS					19,310.96
	CARGOS DIFERIDOS	23,583.99			
	AMORTIZACION CARGOS DIFERIDOS	-4,273.03			
PASIVO					295,783.69
PASIVOS CORRIENTES					295,783.69
	CUENTAS POR PAGAR	273,359.66			
	CUENTAS POR PAGAR PROVEEDORES	273,359.66			
	PASIVOS ACUMULADOS	22,424.03			
	IMPUESTOS POR PAGAR	4,449.34			
	BENEFICIOS SOCIALES POR PAGAR	10,434.31			
	SUELDOS POR PAGAR	7,540.38			

<u>PATRIMONIO</u>			<u>211,532.94</u>
<u>CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO</u>			253,829.95
	CAPITAL	800.00	
	REVALORIZACIONES DE ACTIVOS	253,029.95	
<u>RESERVAS</u>			24,814.76
	RESERVAS	24,814.76	
	RESERVAS PARA AUMENTO DE CAPITAL	24,814.76	
<u>RESULTADOS ACUMULADOS</u>			-67,111.77
	UTILIDADES AÑOS ANTERIORES		-67,111.77
	RESULTADOS AÑO 2003	-3,557.05	
	RESULTADOS AÑO 2004	-33,835.93	
	RESULTADOS AÑO 2005	-37,418.10	
	RESULTADOS AÑO 2006	7,699.31	
			<u>7,846.97</u>
			UTILIDAD (PERDIDA)

El año 2007 Eglonsa ha logrado generar y mantener un margen del 16%, 3 puntos por encima de lo alcanzado el año pasado. Todavía la empresa sigue en la etapa de despegue, en este año se han hecho grandes esfuerzos para obtener resultados en los mercados externos que se visualizarán en el 2008.

RESULTADO TECNICO (COMERCIAL)

Las ventas del 2007 fueron de US\$ 472.327.34, se cumplió el 127% de lo que se había estimado para el 2007. Ya se había pronosticado esta baja en la venta, en especial motivado por la disminución de la demanda de Yanbal que al final del año reflejo un decremento de 31% versus el año pasado. En los otros canales distintos a Yanbal el crecimiento fue del 49% frente al año 2006. En términos general el decrecimiento de las ventas fue del 22%.

Uno de los principales objetivos para el año 2007 fue el de disminuir la dependencia tan alta con el cliente Yanbal; a pesar de que el porcentaje de participación disminuyó, se debió en gran medida a que la venta de Yanbal decayó. La participación de Yanbal a fines del 2007 fue de 83%, de otros canales 12%; la participación del 5% restante corresponde a la maquila de shampoo de mascota para el cliente Pronaca.

**EGLONSA S.A.
ESTADO DE RESULTADOS
DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007**

<u>Descripción</u>	<u>Saldo Anterior</u>	<u>Periodo</u>	<u>Saldo Final</u>	
<u>INGRESOS</u>				
VENTAS NETAS PROD & SERV A 3ROS	396,494.04	75,833.30	472,327.34	100.00%
<u>COSTOS</u>				
COSTO DE VENTAS	396,494.04	75,833.30	472,327.34	100.00%
COSTO DE VENTAS VELAS	312,402.18	81,340.83	393,743.01	83.36%
COSTO DE VENTAS VELAS	312,402.18	81,340.83	393,743.01	83.36%
<u>GASTOS</u>				
OPERACIONALES	196,989.97	33,893.37	230,883.34	48.88%
OPERACIONALES	196,989.97	33,893.37	230,883.34	48.88%
VENTAS	8,922.99	11,334.58	20,257.57	4.29%
ADMINISTRATIVOS	187,366.85	22,406.98	209,773.83	44.41%
GASTOS FINANCIEROS	700.13	151.81	851.94	0.18%

**OTROS
INGRESOS**

OTROS INGRESOS

	164,660.60	-4,514.62	160,145.98	33.91%
	<u>164,660.60</u>	<u>-4,514.62</u>	<u>160,145.98</u>	<u>33.91%</u>
VENTAS	75,833.30	472,327.34		100.00%
(-) COSTO DE LAS VENTAS	81,340.83	393,743.01		83.36%
UTILIDAD (PERDIDA) BRUTA	-5,507.53	78,584.33		16.64%
(-) GASTOS	33,893.37	230,883.34		48.88%
UTILIDAD (PERDIDA) OPERATIVA	39,400.90	152,299.01		-32.24%
(+) OTROS INGRESOS	-4,514.62	160,145.98		33.91%
(-) OTROS EGRESOS				
RESULTADO NETO	-43,915.52	7,846.97		1.66%

OBJETIVOS 2008

En base a los resultados obtenidos y lo que se ha iniciado en el 2007 se espera alcanzar mercados internacionales. Esto como efecto de la participación en las ferias Internacionales a partir del mes de junio 2007: Congreso Mundial de Venta Directa-USA; Congreso Mundial de Fabricantes de Velas- Alafave, Mexico; y Feria Tendence en Alemania; en las mismas que se hizo varios contactos y se vio las oportunidades existentes para los productos de Eglonsa. Hubo mucha aceptación en los mismos, sin embargo es un producto que amerita tiempos de negociación largos, por lo cual, como se indicó arriba, se espera tener para el año 2008 las primeras ventas de exportación. Existen negociaciones bastante avanzadas con un potencial cliente en USA y un potencial distribuidor en España.

Las proyecciones para el 2008, estiman un crecimiento total del 54%, basado en especial en la exportación de velas, y en las nuevas líneas de negocios. Se espera una cifra de venta en exportaciones similar al monto de venta a Yanbal (\$ 189000), un crecimiento importante en la maquila de shampoo de mascotas (\$ 57688), y en los servicios entregados a Yanbal (\$233343); con esto se diversificará en distintos negocios y se tendrá una gran oportunidad de exportación.

Ateñtamente,


Verónica Franco I.
GERENTE GENERAL
EGLONSA S.A.