



## INFORME DE LA GERENCIA

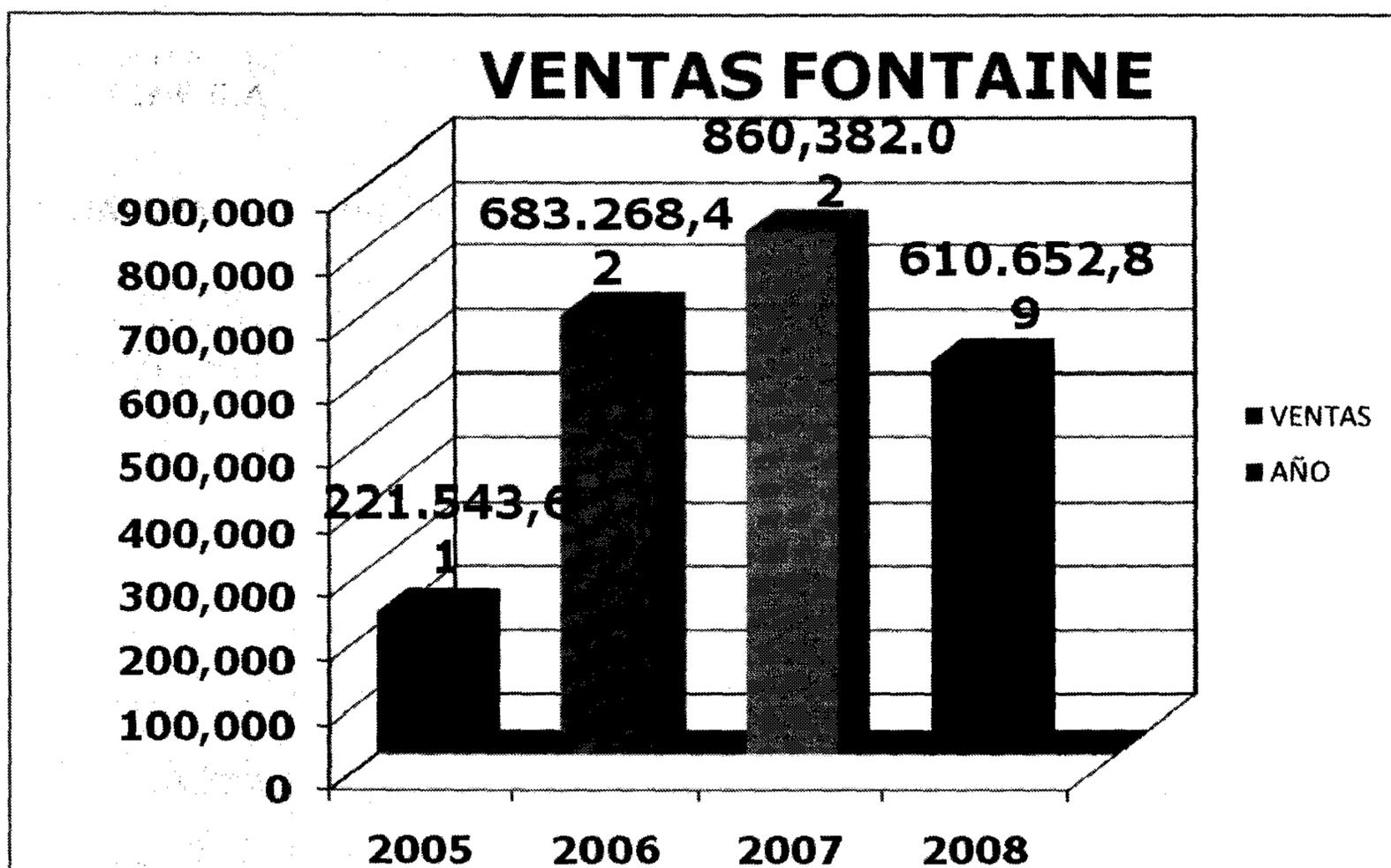
A los señores accionistas de:  
**FONTAINE S.A.**

## SITUACION GENERAL DEL PAIS

Nuevamente el año 2008 eminente político y de revisiones económicas, no mejoró el mercado productivo debido principalmente a los cambios y nuevas regulaciones de las tarifas arancelarias (que se concretaron en el año 2009) no favorecieron nuestros costos, y crearon una incertidumbre en la industria para la cual importamos resultando en una recesión que afectaron las ventas y no permitieron que la empresa mantenga su rentabilidad.



## SITUACION GENERAL DE FONTAINE SA



**Fontaine Alimentos,** decreció y el margen en los productos debieron disminuir para mantenernos en el mercado.

**Montana:** Por continuar con un cliente estrella, el mismo que vendió sus marcas a una nueva empresa, fue un punto determinante para la baja de las ventas.

**Vicam:** Recuperamos participación en ventas. Tenemos resultados satisfactorios, pero trabajaremos para incrementar el número de clientes.

**AGM:**

- Continuamos con la preocupación con los resultados por las siguientes razones:

1. Hemos vendido a un solo cliente una línea que podríamos vender a muchos más; es sumamente rentable y tiene un gran potencial.
2. No obstante perdimos la promoción de Navidad con Unilever, estemos pendientes de estos negocios para no perder este tipo de ventas que son importantes para nosotros

Sin embargo facturamos \$42 mil dólares, pero la línea tiene un alto potencial que no lo estamos cubriendo.

Los resultados no son satisfactorios.

**Otros: (Mocon, Edelpa, Arpack)**

- Por los resultados se estudiará el no trabajar con estas líneas:

1. Tenemos varias comisiones y varios proyectos con Edelpa como Farmayala, Valdez y otros clientes que nos deberían sumar para llegar a esta meta.
2. Tenemos un inventario de Arpack que llegó de empaques genéricos que también vendiéndolo sumamos a la meta.



Tipo-grupo	Ventas Netas	Particip
BRAPENTA	525,00	0,09%
OTROS	770,67	0,13%
BLENTEO	1.825,00	0,30%
ARPACK	1.970,89	0,32%
BUNN	3.247,80	0,53%
COMERCIAL DICALLA	5.071,26	0,83%
ESCOCHOLATES	7.445,55	1,22%
VARIOS (Vasos-Azu-Remo)	8.911,82	1,46%
BIANCHI VENDING	16.124,00	2,64%
KORTHO	26.586,64	4,35%
AGM	42.156,10	6,90%
PUTUMAYO	48.836,80	8,00%
JURA	49.193,75	8,06%
BIANCCI	52.243,53	8,56%
VICAM	57.570,61	9,43%
ESCOFFEE	74.341,97	12,17%
MONTANA	213.831,50	35,02%
TOTALES:	610.652,89	100,00%

Crecimiento de una nueva línea de máquinas para café: Hicimos 5 importaciones desde Chile. Y nuestros negocios de Soluciones Café, quedaron como se muestra en la plantilla anterior en las líneas de Jura, Bianchi, Vending y Escoffee.

**Costos e Inventarios:** La baja rotación se marcó en un producto Bebida tonificante en el que se invirtió \$50 mil dólares y este valor nos complicó nuestro flujo de efectivo, y por ello incurrimos en fuentes de financiamiento externos.

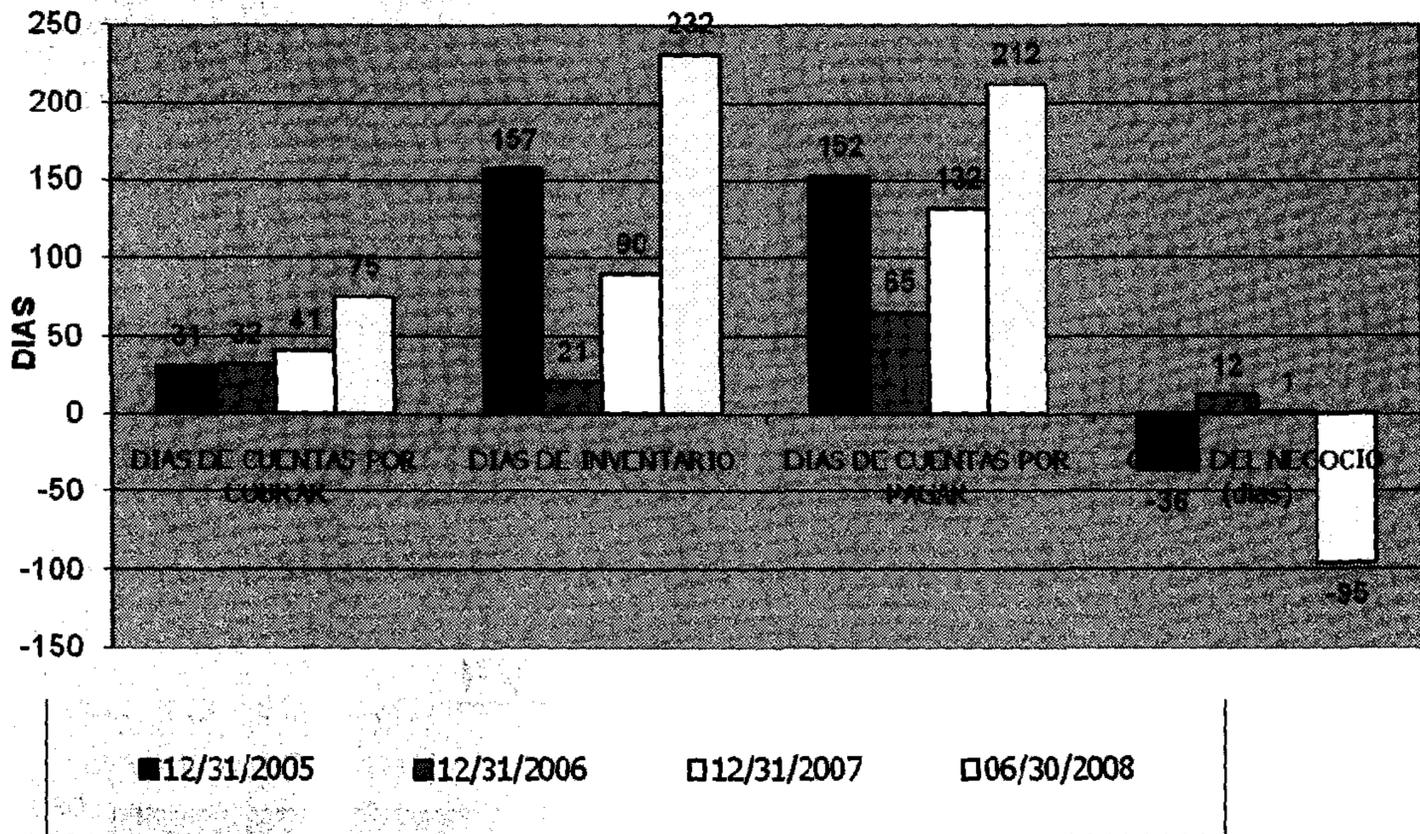
**Cuentas por cobrar:** No fuimos eficientes en ello y tuvimos que concretar préstamos por \$80k y \$60K.

**Cuentas por Pagar:** Montana nos refinanció nuestra deuda en marzo del 2008 por \$56K.

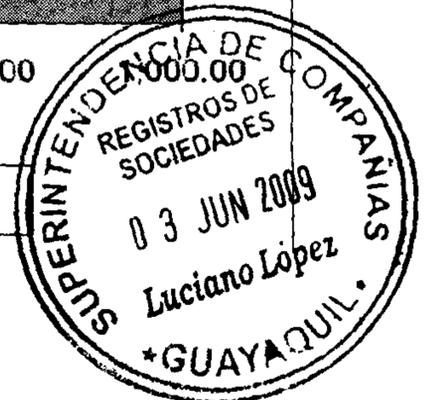
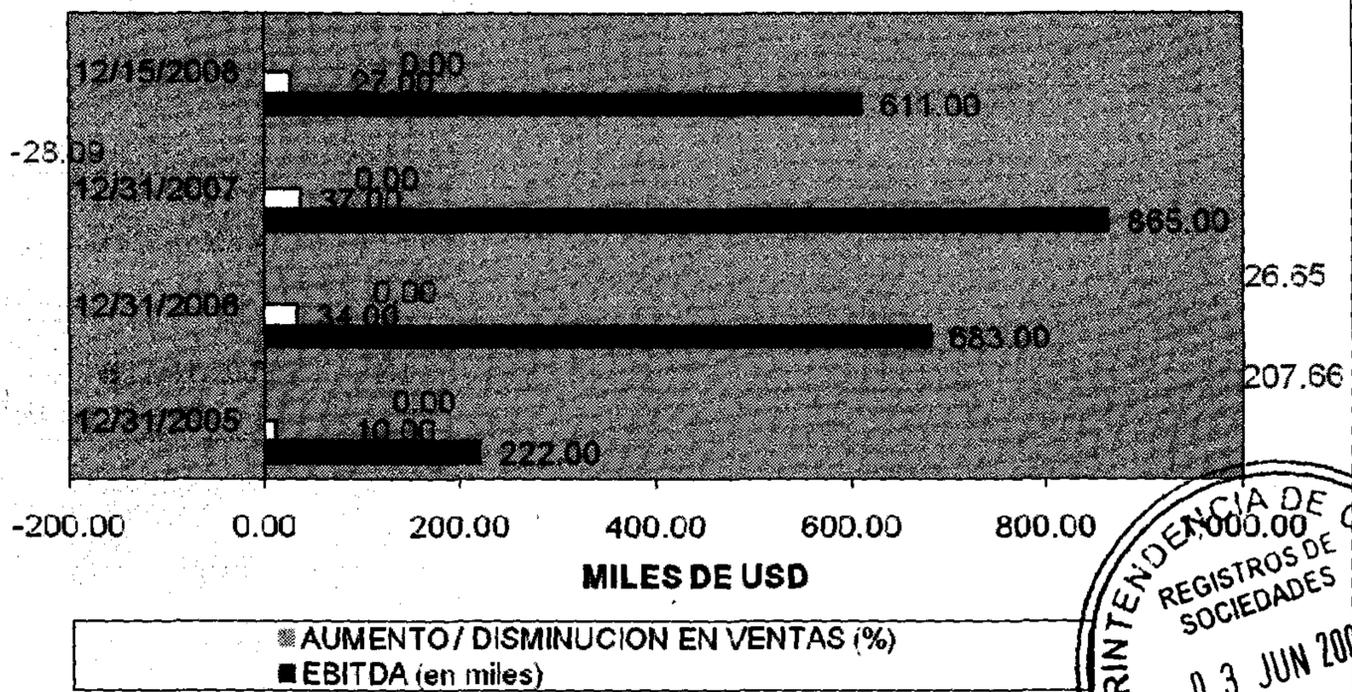


Razones antes expuestas, nos resultan en un no satisfactorio ciclo del negocio, pero es propio de una crisis de crecimiento en el que el escaso personal se desenfoco de las cobranzas, aunque hayamos crecido en líneas distintas a Montana, que tuvieron un excelente margen.

### EVOLUCIÓN DEL CICLO OPERATIVO



### EVOLUCIÓN DE VENTAS Y UTILIDADES

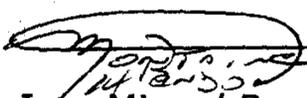


## CONCLUSION

La empresa ha logrado un desarrollo no reflejados en las ventas, pero si en las proyecciones con la incursión de nuevas líneas, que fue el objetivo del año pasado y comunicado en este informe. Proveedores de Vending y Codificadores.

Algunos de Los desarrollos a realizarse durante el 2009 son:

- Enfoque a empresas grandes para vender productos de alto consumo.
    - Visitas periódicas, nuevas oportunidades Quito, y Sierra Centro Norte.  
Grupo Superior  
Grupo La Moderna  
Confiteca  
Pacific Botling  
Toni
  - Desarrollo de:
    - Estudio de mercado en productos con mayor rentabilidad: muestreos eficientes.
  - Enfoque a las líneas que presentan más oportunidades de ganancia: Montana, Jura, AGM, Kortho, Bianchi.
- Expansión del mercado actual, tanto en Guayaquil como en Quito y Cuenca.
  - Introducir las maquinas Jura en una cadena de electrodomésticos como Codehotel.
  - Presentación estratégica de la línea completa en la Feria Gourmet de Guayaquil (Escoffee inside).
  - Búsqueda de operadores para el manejo de las máquinas.
  - Lograr la distribución estratégica de Putumayo en Duty free y Librimundi y Musicalísimo.

  
Ing. Miguel Rendón Fontaine  
**GERENTE GENERAL**

