

Quito, 13 de abril de 2015

Estimados Accionistas:

A continuación presento a ustedes, el informe de actividades cumplidas y los resultados obtenidos por la compañía Emprofrut Empresa Procesadora de Frutas S.A. durante el Ejercicio Económico del año 2014:

1. ENTORNO EMPRESARIAL:

El entorno relativamente estable y favorable del que ha gozado el país desde inicio de la década comenzó a deteriorarse a principios del segundo semestre de 2014, con la declinación del precio del petróleo. Los precios continuaron cayendo durante el año y terminaron el 2014 con algo por debajo de \$50/b para el crudo ecuatoriano habiendo sobrepasado anteriormente los US\$100/b.

El Gobierno de Ecuador, además de la preocupación por el precio del petróleo, para el 2015, debe afrontar el hecho de que el dólar se aprecia y la cotización de los bonos ecuatorianos cae fuertemente en los mercados financieros. A no ser que haya una recuperación de los tres rubros: precio del petróleo, valor del dólar y cotización de los bonos, la política económica para este nuevo año, estará dominada por el intento de reducir los déficits fiscal y de pagos.

Durante 2014 se continuó con la política gubernamental dirigida al control del gobierno sobre las empresas, la tendencia continúa en 2015. De no mejorar el negativo marco macroeconómico, las autoridades deberán poner en el fin de la balanza su deseo de mayor control y la necesidad de atraer capital privado.

El tercer trimestre del año 2014, Ecuador ha mantenido la tendencia de crecimiento económico, con un resultado positivo de 3,4% en la variación Interanual.

La inflación anual a Diciembre de 2014 fue de 3,67%, casi un punto porcentual mayor a la del 2013. La inflación ecuatoriana fue superior a la inflación internacional de 2,12%, y a la de Estados Unidos que fue del 0,76%. Al analizar la estructura de la Población Económicamente Activa urbana, se puede observar que en Diciembre de 2014, la tasa de ocupación plena representó el 51,4%, la tasa de subocupación el 43,8%, y la tasa de desocupación el 4,5%. La tasa de desocupación es ligeramente inferior a la del 2013 que se ubicó en 4,9%. Según los datos del BC, la incidencia de la pobreza en la población nacional urbana del país se situó en el año 2014 en 16,4%, vs 17,6% en el 2013, es decir, hubo una reducción de 1,2 puntos porcentuales.

En el índice de confianza del consumidor vemos un deterioro en el 2014 versus el cierre del 2013, se ubicó en 45.2 puntos y 49.0 puntos respectivamente.

Respecto a la Inversión Extranjera Directa vemos cifras preocupantes que cierran el último trimestre del 2014 con un saldo neto de US\$ 135.5 millones, esto es, US\$ 28.0 millones menos que trimestre anterior, y 19.2 millones menos que el mismo semestre del año 2013.

En referencia a la deuda externa pública, esta cerró el año 2014 con US\$ 17.582,7 millones con una tasa de crecimiento de 36,1% respecto al 2013. La deuda externa privada fue de US\$ 6.512 millones con un crecimiento interanual del 10,8%. La Balanza Comercial en el 2014 registró un déficit de US\$ 727 millones vs US\$ -1.041 millones del año 2013, lo que significó una recuperación del 30,2%, resultado de las medidas implementadas por el gobierno con cupos para las importaciones, requerimientos de normas técnicas e Impuestos, entre otros. Las tasas de interés en general se han mantenido estables, a pesar de la contracción del crédito que se ha dado en los últimos meses como consecuencia de las regulaciones bancarias implementadas por el Gobierno.

Durante el último semestre del año 2014, el Gobierno emitió algunas regulaciones tendientes a apoyar el desarrollo de las empresas productivas en el Ecuador, con un enfoque principalmente en las PYMES, lo cual nos ha beneficiado y nos abre la posibilidad de entrar en las cadenas de supermercados grandes (autoservicios) con mayor facilidad, ya que las barreras de entrada han sido flexibilizadas por parte del gobierno.

En el mes de agosto 2014, la Superintendencia de Control de Poder de Mercado presentó un Manual de Buenas Prácticas Comerciales para regular la relación entre los proveedores y los supermercados, este manual entró en vigencia desde noviembre, lo cual significa un escenario con mayores oportunidades para desarrollar las ventas. Uno de los aspectos que trae beneficios a las Pymes es la prohibición de exclusividad de exhibición de un solo producto en las góndolas, según el artículo 18, el cual además exige que al menos un 15% de productos de otras marcas minoritarias tengan espacio y que la forma de distribución del producto en percha sea equitativa con las grandes marcas. En adición, el artículo 9 del Manual establece plazos de pago de acuerdo a la facturación anual de la empresa. Por ejemplo, si se trata de una factura de hasta USD 50 000, se pagará en un plazo de 15 días, esto entre otros.

La tendencia de la economía ecuatoriana muestra un escenario de mayores dificultades para el año 2015. La falta de inversión privada, los inconvenientes para cubrir el financiamiento público, y la caída del precio del petróleo que se dio en el segundo semestre del 2014, son factores que han ocasionado una situación en la que es imposible mantener los niveles de crecimiento de los años anteriores. Las proyecciones iniciales hablaban de un crecimiento del 4%, pero la CEPAL estima del 3,7%, considerando las nuevas medidas restrictivas implementadas en marzo del 2015. La inflación proyectada será mayor en el año 2015, se estima que cerraremos el año con un valor del 4% o más, debido en parte por las salvaguardias que entraron en vigencia y que encarecerán tanto los bienes importados como la producción local, se proyecta un incremento en el desempleo debido a que tanto el sector público como el privado se verán obligados a reducir sus costos generales para sobrevivir en medio de un escenario de restricciones, el circulante se verá restringido lo que implicará un cierto estancamiento o situación recesiva de todos los negocios.

Sin embargo, el gobierno se mantiene optimista y su estimado de desempleo no supera el 5% al fin del 2015.

El año 2015 se mira más complicado que los anteriores, lo que nos obliga a mirar estrategias que nos generen mayores ventas y reducción de costos. Trabajaremos para aprovechar de la mejor manera la nueva normativa gubernamental que está orientada a dar espacio a las Pequeñas y medianas empresas (Pymes), según lo expliqué precedentemente, ya que representa una gran oportunidad para desarrollar nuestro negocio y posicionar nuestro producto en los autoservicios para el año 2015 y así lograr recuperar las inversiones realizadas en registros sanitarios, equipos, instalaciones, insumos, entre otros. Además a pesar de las adversidades, estamos siempre prestos a responder a todos los retos que nos presenta el entorno del país por lo que orientaremos nuestros esfuerzos por obtener el mejor resultado posible.

1. VENTAS, COSTOS Y GASTOS:

Las cifras comparativas del estado de resultados del 2014 versus el 2013 son las siguientes:

	AÑO 2013	AÑO 2014	variación	% a ventas	
				AÑO 2013	AÑO 2014
VENTAS	13781,79	64.597,66	+50.815,87		
COSTO DE VENTAS	13927,42	50.883,74	-36.866,32		
UTILIDAD BRUTA	-145,63	13.713,92	+13.859,55	-1,1%	21,2%
			0,00		
GASTOS					
ADM&VENTAS	5194,4	21.396,01	+16.201,61	38%	33%
			0,00		
UTILIDAD (PERDIDA)	-5340,03	-7.682,09	2.342,06	-39%	-12%
OTROS GASTOS	299,77	2.988,42	+2.688,65		
UTILIDAD NETA	-5639,8	-10.670,51	5.030,71	-41%	-17%

VENTAS

Las ventas netas se incrementaron en el 2014 en un 368% con respecto al año anterior, lo cual se debe a que a partir de noviembre del 2013, se inició el desarrollo de ventas mediante la estructuración del departamento de ventas con una persona. Para el año 2014 hemos logrado ubicar nuestro producto en algunos restaurantes importantes de la ciudad de Quito e iniciamos operaciones con un autoservicio.

Las frutas más vendidas son guanábana, mora, naranjilla. Las ventas a los autoservicios las iniciamos en septiembre por lo que no fueron de gran impacto en nuestras ventas totales.

El 80% de las ventas se encuentran concentrados en 5 clientes, por lo que uno de nuestros objetivos para el próximo año será tener una mayor diversificación de nuestra cartera. A nivel de autoservicios el único que por el momento hemos captado es Magda, sin embargo tenemos planeado para el año 2015, entrar como proveedores de los autoservicios: Supermaxi, Coral y Tia. Este año 2014 ha sido un año de retos debido al desarrollo de clientes con mayor volumen y sobre todo iniciamos nuestra experiencia con los autoservicios cuyos requerimientos de registros sanitarios, etiquetados, presentación, calidad, precio y logística, deben estar apegados a la normativa de alimentos y a los gustos y preferencias de los consumidores. Estamos convencidos que el haber lanzado al mercado un producto diferenciado beneficiará la demanda de nuestro producto.

Durante el mes de diciembre llevamos a cabo procesos de degustación en Magda con la finalidad de dar a conocer nuestra marca y calidad del producto.

Para el año 2015 tenemos planeado vender a autoservicios al menos usd.100 mil y para otros clientes al menos usd.50 mil, nos prepararemos para iniciar exportaciones en un mediano plazo.

COSTO DE PRODUCCIÓN/ COSTO DE VENTAS

La composición de nuestros costos de producción es: 42% materia prima, 28% mano de obra y el 29 % gastos de fabricación.

Este año 2014 fue de gran aprendizaje y de consolidación de una cartera de proveedores de materia prima, tomando en cuenta los tipos de frutas que cumplan con nuestros requerimientos de calidad y que además sean convenientes desde el punto de vista logístico y precio, así mismo hemos debido estandarizar los procesos para también asegurar la calidad.

Con la finalidad de atender la demanda planificada del año 2015, hemos iniciado un año con inversiones para abastecernos de materia prima, es decir las frutas que debido a la temporada serán escasas en algunos meses del año, esta política nos permitirá abastecernos a mejores precios y evitar el desabastecimiento a nuestros clientes en épocas de escases, pero para esto debemos contar con los fondos de liquidez suficientes para estas adquisiciones de grandes cantidades.

Adicionalmente, nos enfocaremos en incrementar nuestra tasa de rendimiento de cada una de las frutas que producimos, así como también a la implementación de procesos que nos permitan vigilar y consecuentemente mejorar nuestros procesos productivos y de ventas, con miras a optimizar nuestra rentabilidad.

El costo de ventas en el 2014 fue del 79% , mientras que el año anterior nuestras ventas no llegaron a cubrir nuestro costo de ventas, al contrario sufrimos un resultado negativo, pues el costo superó a las ventas en 1%, esto ha dado lugar a que nuestro margen de rentabilidad bruta sea del 21% y -1% en los años 2013 y 2014 respectivamente, sin embargo al existir un crecimiento de ventas importante, según lo mencionamos anteriormente, en términos de valores absolutos la utilidad bruta se ha incrementado usd.13 mil aproximadamente en este año 2014 con relación al 2013.

La relación a los gastos de administración y ventas sobre las ventas en los años 2014 y 2013 fue del 33% y 38% respectivamente, a pesar de que hubo una disminución porcentual en el año 2014, en valores absolutos existió un incremento DE 16 MIL dado el mayor nivel de ventas en el año 2014. Se mantiene una política de un adecuado control de gastos, sin embargo debido a los bajos niveles de ventas resultantes, los gastos de administración y ventas porcentualmente son bastante altos, esta situación cambiará únicamente con un importante incremento de la cifra de ventas.

Entre los gastos más importantes se encuentran remuneraciones del personal, movilización, insumos, tanto para el año 2013 como para el 2014.

Con los antecedentes antes indicados, la pérdida para el año 2014 fue del 17%, la cual es menor al 2013 que fue del 41%, pero en términos de valores absolutos, la pérdida del 2014 se incrementó en un 89%.

2. CAPITAL SOCIAL:

El capital social de EMPROFRUT Empresa procesado de frutas S.A. asciende a USD 800 (ochocientos 00/100 Dólares de los Estados Unidos de América, distribuidos en 800 acciones ordinarias y nominativas de USD 1,00 cada una.

3. ASUNTOS ADMINISTRATIVOS Y OBJETIVOS 2015:

El incremento en ventas generado en los últimos años, ha implicado un mayor volumen de operaciones, consecuentemente la estructura de la empresa ha crecido con la contratación de 4 empleados al 31 de diciembre 2014, debido al crecimiento en ventas y con la finalidad de mantener los estándares de calidad, así como garantizar el cumplimiento de las entregas facturación y satisfacción de nuestros clientes que fueron previstos para el 2014.

Hemos adquirido un software contable denominado Efysys el mismo que ha sido implementado y utilizado a satisfacción ya que contempla módulos de facturación, compras y gastos, contabilidad, cuentas por cobrar, cuentas por pagar e impuestos. Para el 2015 contrataremos el modulo para manejo del rol de pagos y producción.

Las relaciones entre el personal y la administración de la empresa se mantienen en buenas condiciones.

Para la empresa es muy importante, el desarrollo de una planeación estratégica, por lo que hemos contratado los servicios de una empresa consultora con la que hemos estructurado nuestra misión, visión y valores. Hemos delineado el FODA y nos encontramos en el proceso de ajustar nuestras estrategias para la consecución de los objetivos propuestos para el 2015, en este proceso hemos participado principalmente los accionistas. Para el 2015 llevaremos a cabo cursos inhouse sobre temas de producción además de que debemos implementar las Buenas Prácticas de Manufactura BPM requisito legal cuya fecha tope es el 31 de diciembre del 2015. También asistiremos a cursos externos enfocados al servicio de retención de clientes y estrategias para el cierre de ventas dirigido a nuestra fuerza de ventas, además de otros cursos dirigidos a las áreas de mercadeo y administrativas para apoyar a las áreas operativas.

Adicionalmente como lo habíamos mencionado anteriormente daremos los pasos necesarios para entrar en los autoservicios en base a las nuevas normativas que apoyan el desarrollo de las pymes. Continuaremos reforzando las ventajas del código de la producción otorgadas a las empresas de alimentos, a la que EMPROFRUT se acoge y que incluyen aspectos tributarios beneficiosos.

Continuaremos con nuestra política de optimización de recursos, nos mantendremos alertas a cualquier posible cambio adicional a las regulaciones que afecten las operaciones de la empresa sin perder de vista el desarrollo de nuevos productos dentro de la rama alimenticia, para ello realizaremos un análisis de otras mejores opciones innovadoras que nos ayuden a diferenciarnos de otros productos.

Como parte de nuestras mejoras, implementaremos índices de producción, ventas y en general de gestión de nuestras operaciones con la finalidad de mantener una permanente evaluación de nuestras actividades y resultados, para que contribuya en la mejora de las áreas y nos permita el fortalecimiento del negocio.

Revisaremos nuestra estructura organizacional tendiente a lograr los objetivos propuestos, sin perder de vista los costos que puedan generar y su beneficio.

Debemos replantear la estrategia comercial orientándonos a brindar oportunidad en la entrega y calidad en nuestros productos. Desarrollaremos actividades de degustación y mercadeo para posicionarnos y lograr mayores ventas, además de desarrollo de nuevos productos.

Invertiremos en un nuevo cuarto frío, un transporte frío que cumpla con los requerimientos de alimentos y específicamente con alimentos congelados para garantizar la calidad, así como las inversiones en abastecimientos de las frutas de temporada, implementaremos las oficinas administrativas en las

Instalaciones de la fábrica con la finalidad de facilitar la comunicación y coordinación de producción, ventas y administración. Este requerimiento de Inversión ha sido ya informado a los accionistas.

Hemos cumplido con las exigencias de las nuevas regulaciones para la obtención de los permisos de funcionamiento, en 2014. Tanto del municipio como del ministerio de Salud.

Nos hemos mantenido al día en nuestras obligaciones tributarias lo que nos permite operar con normalidad

Hemos desarrollado un borrador del reglamento interno, sin embargo será concluido en el 2015, debemos además desarrollar un sistema de seguridad e higiene industrial mismo que debido a la cantidad de personas que labora en la empresa no es requisito legal, pero consideramos importante implementarlos.

CONCLUSIONES:

La situación económica del país, no se presenta muy alentadora en términos generales para el 2015, lamentablemente generan obstáculos para el desarrollo de las ventas, sin embargo, esperamos que con nuestra capacidad de gestión logremos solventarlos y cumplir con los objetivos de ventas planteados para este año.

La inestabilidad jurídica a la que estamos expuestos, nos obliga a ser muy cautos y siempre estar muy atentos a los cambios y posibles cambios para direccionar nuestras estrategias en forma ágil y oportuna, para aprovechar de la mejor manera nuestro potencial de negocio en función de estas políticas de gobierno.

En el año 2015, debemos enfrentar una posible limitación de liquidez en el mercado sin embargo la industria alimenticia dada su naturaleza se verá menos afectada. Debemos aprovechar, el potencial de ventas de nuestro producto dada la tendencia de consumir alimentos saludables y que en este caso específico ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, esperamos que con la gestión en las áreas de ventas se pueda aprovechar esta tendencia.

Es importante mencionar que para este año, debemos cumplir los planes de marketing y capacitación que nos hemos propuestos para asegurar el apoyo a la gestión comercial y captar un número mayor de clientes en este negocio.

Agradezco a todos los funcionarios de la empresa que, con su entusiasmo y fructífero trabajo del día a día, hacen posible el desarrollo de la empresa. Confiamos en nuestras fortalezas para la consecución de nuestros objetivos, por lo que estoy seguro que con nuestro esfuerzo y compromiso, con la ayuda y bendición de Dios, podremos lograr un año exitoso, pese a las dificultades

que se presentan en el entorno, siempre manteniendo nuestra filosofía de altos valores que serán la base para nuestro crecimiento sostenido.



Andres Fuentes
Gerente General

CONFIDENCIAL