

**Quito, 29 de abril de 2016**

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 2016:

## **1. ENTORNO EMPRESARIAL:**

En el año 2016 la economía en proceso de deterioro que durante el 2015 se empezó a evidenciar, se hizo más profunda, con una crisis generalizada agravada por los precios bajos del petróleo, la apreciación del dólar, mayores tasas de interés internacionales, y la alta demanda de recursos para atender a los damnificados y los daños dejados por el terremoto de Abril. El año 2016 se caracterizó por un sector público con escasos recursos, y un sector privado con pocas ganas de invertir para no arriesgar sus recursos a largo plazo.

En este entorno, la economía ecuatoriana mostró una importante desaceleración, según el FMI el decrecimiento inter-anual del PIB 2016 vs. 2015 del Ecuador fue del -2,7%, en tanto que para el Banco Central del Ecuador, la desaceleración fue de un -1,7%.

De acuerdo a los datos oficiales publicados, Ecuador registró una inflación anual de 1,12% en el 2016, frente a 3,38% del 2015, esto muestra una contracción de la demanda de bienes y servicios por la crisis.

El país cerró el año 2016 con una tasa de desempleo nacional de 6,5%, en comparación al 5,6% que se registró a Diciembre de 2015. Según datos del INEC, el empleo adecuado también disminuyó 6,4 puntos al pasar de 54% en Diciembre de 2015 a 47,6% en el mismo mes del 2016, esta es la caída significativa de este índice desde hace 5 años. El subempleo pasó del 12,7% a 18,8%.

Al cerrar el 2016, la pobreza se ubicó en 22,9%, apenas 0,4 puntos porcentuales menos que el 2015 que cerró en 23,3%; pero la pobreza extrema creció en 2016 a 8,7% versus el 8,45%, registrado a Diciembre de 2015; se dio por tanto un incremento de pobres extremos en el país.

El índice de confianza del consumidor venía mostrando un deterioro sostenido desde el año 2013, en que tuvo 49.0 puntos, en el 2014 el índice bajó a 45.2 puntos, y en el 2015 alcanzó 36.2 puntos. Para Mayo de 2016 el índice bajó a su mínimo histórico: 27 puntos, y tuvo una cierta recuperación al mes de Octubre con 40 puntos, los datos a Diciembre aún no han sido publicados. El ciclo del Índice de Confianza Empresarial a Diciembre 2016 se encontró 2.3% por debajo del crecimiento promedio de largo plazo.

Respecto a la Inversión Extranjera Directa vemos cifras igual de preocupantes a las del año 2015, la IED cerró a Octubre de 2016 con un saldo neto de US\$ 132.4

UTILIDAD BRUTA	20,608.60	10,566.93	11%	5%	-49%
GASTOS ADM&VENTAS	32,545.98	52,917.47	18%	24%	63%
UTILIDAD (PERDIDA)	-11,937.38	-42,350.54	-7%	-19%	255%
OTROS GASTOS	-	-	-	-	-
UTILIDAD NETA	-11,937.38	-42,350.54	-7%	-19%	255%

## VENTAS

Durante el año 2016, **EMPROFRUT S.A.**, logró ventas por \$ 227,024.62, registrando un incremento del 24% con respecto al año 2015, cuyas ventas fueron de \$ 182,336.16. Este aumento en el nivel de ventas para el 2015 radica en nuevos clientes, entre los principales podemos mencionar a los Autoservicios (Coral, Supermaxi y TIA), que aportaron con ventas de \$ 176,660.44, correspondiente al 77.82% del total facturado para el mencionado periodo. El 17.76% estuvo dado por la facturación a Restaurantes, entre los que podemos destacar a Juliecom, Tresempecu, Alimendec, Mokai, entre otros. La diferencia (4.43%), se dio por las ventas efectuadas a Moteles, Clínicas, entre otros.

El principal crecimiento se dio en los Autoservicios, con el 63.54% de incremento, por lo comentado anteriormente. La participación de los Restaurantes, registró una disminución en un (36.59%), así como Clínicas (85.49%) y Varios (81.27%). Para la categoría de los Hoteles, se registró un incremento del 38.52%.

En cuanto concierne a la cantidad vendida en Kilos, en el año 2015 se pudo facturar 59,412.47 Kg, mientras que para el año 2016, este ascendió a 71,296.10, logrando un incremento de 20%.

La presentación que mayor venta en Kilos generó durante el año 2016, fue la de 500 gr, con una participación del 78% seguida por la presentación de Kilo con el 10%, el 11%, está dado por las presentaciones de 100 y 125 gr.

Las frutas más comercializadas durante en 2016 en Kilos, fueron la Guanábana, la segunda fruta más vendida es la Mora, seguida por la Maracuyá y luego la Naranja.

Para el año 2017, **EMPROFRUT S.A.**, registra ventas hasta el 31 de marzo de 2017 ingresos por \$ 57,083.99, que corresponden a una facturación promedio mensual para los primeros 3 meses de \$ 19,027.99, considerando que este valor se mantenga constante para todo el año, cerraríamos con ventas de \$ 228,335.96 para dicho periodo, que correspondería a un incremento del 7.97% con respecto al año 2016.

En Kilos, hasta el momento se lleva comercializado 17,849.35 que corresponde a una venta mensual de 5,949.78, con una proyección para finales del 2017 de 71,397.39, que correspondería a un incremento del 8% con relación al 2016, que fue de 70,815.6 Kilos.

En el año 2017, 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.



**Andrés Fuentes**  
**Gerente General**