

FLOREMPAQUE CIA. LTDA.

INFORME DE GERENCIA

AÑO 2007

Estimados Señores:

Cumpliendo con las disposiciones Legales y Estatutarias, tengo el agrado de presentar a ustedes el informe de Florempaque C. Ltda. correspondiente al ejercicio económico 2007.

1- ANALISIS DEL ENTORNO

1.1- SITUACION POLÍTICA

Siendo nuestro entorno el Mercado exportador de flores, la situación de nuestro país y las relaciones con los países del exterior, especialmente con USA, son factores que en definitiva afectan nuestro ambito de negocios.

Na hay una decision clara de mejorar las relaciones comerciales con Estados Unidos, más bien existe la tendencia a confrontarlos y a eliminar cualquier vínculo con este país, razón por la cual no se piensa renovar la permanencia de la Base Militar de Estados Unidos en Manta, con lo cual se complica mucho más la posibilidad de que haya algún acuerdo o preferencia comercial a los productos exportados por nuestro país hacia los Estados Unidos.

1.2- SITUACION ECONÓMICA

La situación tan variante del clima mundial, ha provocado un tremendo impacto económico en todo sentido, especialmente en lo que a petróleo y alimentos se refiere y, siendo que el petróleo es la base de nuestras materias, los precios de las mismas han subido considerablemente, al igual que los salaríes y costos de energia y sevicios.

1.3- SITUACION SOCIAL

La situación social, va a tener algún impacto importante, puesto que las secuelas producidas por el fuerte invierno que asotó al país de hecho va a generar más migración de gente a la ciudad, con la consecuente necesidad de empleos.

1.4- SITUACION DEL MERCADO/COMPETENCIA

La situación de Mercado, sigue siendo muy competitiva, nuestros competidores no han incrementado sus precios, en el afan de no perder

1523/8

Superintendencia de Cias.
J. A. 2008
Ivette Jiménez

clientes y siendo que los costos de materias primas están muy elevados, los márgenes de rendimiento son muy estrechos, lo que no nos permite crecer o incrementar nuestra capacidad productiva.

Hemos notado mas bien un posible espacio de Mercado en el exterior, pues especialmente a nivel de Sudamerica, nuestros productos no son fabricados por empresas Latinas y son importados desde Estado Unidos o Europa, lo que nos da una posibilidad de ir ingresando a estos nuevos mercados. Otra opción de nuevos mercados, és la fabricación de fundas transparentes tipo sello T con la nueva máquina Pouch, adquirida este año, fundas con los tamaños más usuales que sean demandadas por el público en general.

1.5- RESULTADOS DE LA OPERACION DEL PERIODO ANTERIOR

Gracias a Dios, obtuvimos un incremento de nuestras ventas, y de manera similar una utilidad mejor que el año 2006.

1.6- CONCLUSIONES DE ESTOS ANÁLISIS

Dadas las condiciones de precios altos, la volatilidad de los precios del petroleo y las pocas probabilidades de acuerdos comerciales entre Ecuador y los Estados Unidos, las proyecciones no son muy favorables, por lo que como se mencionó en el punto 1.4, la opción más esperanzadora sera buscar mercados dentro de los países de América Latina y, de esta manera tratar de lograr un incremento en nuestras ventas.

2- REVISIÓN DE LOS RESULTADOS HITÓRICOS DEL 2007

2.1- VENTAS

Las ventas del 2007 fueron de US\$ 2'090.000, frente a US\$ 1'763.000 del año 2006, lo que nos dá como resultado un incremento del 17%, porcentaje que supera el 5% de meta de incremento propuesto para el año 2007.

2.2- PRODUCCIÓN

Se pudo cumplir con las compras de maquinaria planteadas para este año, se compró otra capuchonera más, una máquina para fabricar fundas tipo pouch, se pudo adquirir la nueva microporforadora y adicionalmente, se trajo un molino para reciclar el material de desperdicio.

Debemos hacer énfasis en tener un mejor control de stocks en inventarios de materias primas, es muy costoso tener demasiado inventario y también nos demanda demasiado flujo de dinero.

2.3- CALIDAD

No avanzamos en el proceso ISO 9000, como estaba planificado, esperamos tener ya pronto concluido este proceso, que sabemos es sÚmamente importante para poder tener una verdadera mejora en lo que a procesos y control de calidad se refiere.

2.4- MERCADO

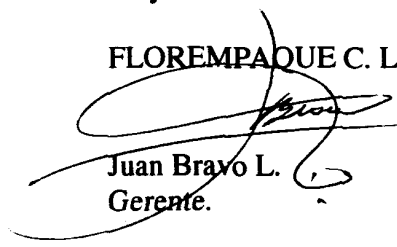
Hemos avanzado en algunas exportaciones, y los clientes locales nos han comprado nuestros productos nuevos, como son wraps, nuevos modelos de capuchones y hojas para bouquets.

2.5- FINANCIERO

El año pasado solo se pudo adquirir una sola máquina bajo el sistema Leasing, y dos máquinas más fueron compradas con recursos propios, esto obviamente ha restado nuestra liquidez.

Muy Atentamente.

FLOREMPAQUE C. LTDA.



Juan Bravo L.
Gerente.