

**INFORME DEL GERENTE GENERAL DE LA COMPAÑÍA
“BUESTAN MANUFACTURAS EN CUERO CIA. LTDA.”
PERIODO DEL 1º DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2007**

Señores

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Presente.-

Luego del análisis realizado a los Balances de Situación y de Resultados de la Compañía, así como a los principales acontecimientos más importantes de las actividades del período 2007; a continuación, me permito exponer a ustedes las siguientes consideraciones que se resumen en los puntos que a continuación se detallan:

Durante el año 2007, el país atraviesa por una serie de cambios políticos, a pesar de haber existido una considerable estabilidad, habiendo una incertidumbre relacionada con la elección de la Asamblea Constituyente para la modificación de la constitución nacional, todo esto tendiente a una mejora de las leyes tanto civiles como fiscales. Lo que crea una posición bastante conservadora en el sector financiero, con el fin de no arriesgar sus recursos en espera de los resultados a estas modificaciones legales.

Una vez reestructurados los pasivos de la empresa en el año 2006, se comienza el año 2007 con una perspectiva de expansión de la empresa, específicamente en lo relacionado con la apertura de nuevas tiendas, para lo cual se consolida la adquisición de dos concesiones en Centros Comerciales nuevos o con nuevas etapas, esto es Centro Comercial El Condado y Centro Comercial El Recreo Nueva Etapa. Además se decide cerrar uno de los locales del Centro Comercial El Bosque y abrir un nuevo outlet en el sector del sur de la ciudad, donde la empresa no tenía presencia comercial propia. Todo esto con el fin de dar cumplimiento al plan de mayor participación directa en el mercado.

Para todo lo anterior no se recibe en absoluto crédito bancario, así que con sus mismos recursos la empresa debe solventar esta inversión, lo que estrecha grandemente el flujo de efectivo de la empresa en el año 2007.

Sin embargo se mantiene el crecimiento en ventas en la empresa, sobre los resultados del año anterior, esto se da como consecuencia del crecimiento en tiendas, manteniendo la campaña de refrescamiento y recordación de marca comenzada en años anteriores, y la apertura de nuevos puntos de venta.

En el canal de retail se incrementan las ventas en un 39% en monto y un 21% en volumen en relación al año anterior, llegando a generar el 38% de ventas del total de la empresa.

El canal de ventas de contratos mantuvo su porcentaje de participación en las ventas totales de la compañía, a pesar de que en este año hubo una total restricción de compras por parte del sector petrolero que era uno de nuestros principales demandantes en el tema de botas industriales, registrándose un crecimiento en monto de ventas, no así en

cantidad de pares vendidos, lo que significa que dentro del sector de contratos se realizaron ventas a un mayor precio, esto es porque se participó más agresivamente en la licitación de contratos institucionales, además de que se ganó el contrato para provisión de calzado del Banco del Pichincha. En el canal de contratos se incrementan las ventas en un 21% en monto, mientras que en cantidad solo se incrementa un 4% que no es comparativo por cuanto el año 2006 las unidades de ventas de marroquinería como billeteras y cinturones fue elevado en base a un contrato puntual que se atendió en ese periodo, adicionalmente en el periodo 2007, la venta de la línea formal se eleva en relación a la línea industrial por las razones explicadas anteriormente. Este canal representó en el 2007 el 30% del monto total de ventas de la empresa.

En el canal de ventas al por mayor la empresa registra un decrecimiento en cuanto a su participación sobre el total de ventas que es una consecuencia lógica a la depuración del portafolio de clientes que se inició en el año 2006 y continuó en el año 2007, como estrategia para mejorar la recuperación de recursos de la empresa, realizando menores ventas a crédito directo, y prefiriendo las ventas de retail o contratos. En este canal se decreció un 8% en relación al periodo 2006 y representó el 29% del monto total de ventas en el 2007

CANAL	AÑO 2006			AÑO 2007		
	PARES	MONTO DE VENTAS	%	PARES	MONTO DE VENTAS	%
Retail	39,731	874,822	32%	48,015	1,213,951	38%
Contratos	37,650	801,785	29%	38,945	972,987	30%
Por mayor	55,660	1,008,823	37%	48,062	930,037	29%
Otros	2,263	78,334	3%	3,091	78,291	2%
	135,304	2,763,765	100%	138,113	3,195,265	100%

La empresa obtiene una reducción en el costo de ventas en relación al año 2006, a pesar del incremento en precios en las materias primas, y esto se debe a que se logra optimizar la producción con un mejor aprovechamiento de la capacidad de planta instalada. Se siguen optimizando el consumo de materiales en producción. Y se comienza con un nuevo proyecto para el desarrollo de moldes lo que permite una innovación de modelos, en forma más rápida, y un ahorro en el diseño de nuevas colecciones que antes se las adquiría a un diseñador extranjero y ahora se las hace internamente. La tendencia de incrementos de precios de materia primas se mantiene para el periodo 2008, por cuanto el mercado asiático demanda de mayor materias primas para sus maquiladoras y para su consumo interno.

El resultado del ejercicio 2007 es positivo para la empresa, obteniendo una utilidad de \$ 77.933,03 dólares antes de participación a trabajadores e impuesto a la renta., el mismo que se vió debilitado por el incremento de costos financieros al no acceder a un financiamiento adecuado de sus inversiones a largo plazo y ocupar su capital de trabajo para dichas inversiones.

Para la compañía, su principal problema sigue siendo la falta de capital de trabajo, producto de los limitados resultados de años anteriores, y de las inversiones en el desarrollo de nuevos proyectos, cuya recuperación recién se podrá observar en los

siguientes años.

El año 2008 se proyecta como una posibilidad para lograr un crecimiento mayor en ventas y un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa, además de que se espera consolidar las primeras exportaciones de la empresa en forma fija.

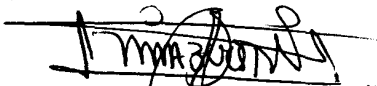
Me permito poner a consideración las siguientes recomendaciones para que sean analizadas por los socios como estrategias que podrían permitir un mejor desenvolvimiento de la organización para el periodo 2008:

- Buscar un mecanismo que permita que la empresa recupere su capital de trabajo propio, con el fin de reducir los costos financieros que involucra el tema de créditos bancarios a corto plazo para el financiamiento de la producción.
- Desarrollo de una estrategia para el fortalecimiento de la imagen de la marca que sostenga en el tiempo el incremento de la demanda de Calzado Buestán en los dos últimos años.
- Diseñar estrategias de Marketing Mix, que brinden soluciones viables y efectivas al problema.
- Desarrollar una cadena de tiendas de tipo familiar para buscar ampliar el segmento actual de la compañía, siendo de gran ayuda su actual participación de mercado y recordación de marca.
- Desarrollo de nuevas practicas comerciales: franquicias y exportaciones.

La compañía en todas las gestiones siempre ha respetado todos los derechos de propiedad intelectual que se encuentren legalmente asistidos a terceros en todas las campañas publicitarias realizadas en el periodo 2007.

Quito, 30 de mayo del 2008

BUESTAN MANUFACTURAS EN CUERO CIA. LTDA



Diana Anabela Buestán Bustillos

C.I.#170797315-0

GERENTE GENERAL

BUESTÁN MANUFACTURAS EN CUERO CIA. LTDA.