

17642

# Materpackin

sistemas de etiquetado

Quito, 30 de Abril de 2007

## INFORME DE GESTIÓN ENERO-DICIEMBRE 2006 MATERPACKIN C. LTDA.

Señores Accionistas:

Presento a ustedes el informe de gestión y resultados de la empresa que asumí la dirección desde el mes de febrero del año 2006. Me voy a centrar en dos aspectos fundamentales, el primero tiene que ver con los resultados económicos de la empresa y el segundo con las proyecciones para los siguientes ejercicios.

**Resultados Económicos:** El año 2006 la expectativa política del país generó incertidumbre en los actores económicos, mientras no se definió el nuevo presidente los clientes siguieron comprando pero con pocos proyectos importantes de ampliación, nuestra empresa no atiende los requerimientos de elecciones, es decir no realizamos trabajos como propaganda. Afortunadamente los problemas políticos no afectan al tipo de producto que comercializa Materpackin puesto que son de consumo, entonces no existieron factores externos decisivos en el momento de hacer el recuento de la gestión.

Al finalizar el 2006, las ventas tuvieron un crecimiento sostenido del 2004 al 2005 de un 30%, del 2005 al 2006 un 33%, la utilidad también se incrementó, considerando las inversiones en acondicionamiento de planta que fueron llevadas al gasto, la utilidad pudo ser mejor todavía. La utilidad al final del ejercicio es de algo más de 63 mil dólares, lo cuál denota un incremento frente al valor registrado en el 2005.

En lo que se refiere al costo de ventas el porcentaje en comparación al año precedente (55,79%) pasó al 58,4%, a pesar de una desmejora en costos debido a los incrementos de costos de materia prima que no pudieron trasladarse al cliente, la operación fue satisfactoria, el gasto varió del 36,03% al 33,32%, continuando con la tendencia de un mejor uso de los gastos realizados por la empresa para convertirlo en utilidad.

**Proyecciones 2007-2010:** A finales del año 2004, se definió la estrategia comercial de la empresa, que no consideraba cambios sustanciales en lo que habíamos realizado, se estableció un enfoque en el cliente, categorizando a los mismos según la utilidad bruta que generaba, por tanto se segmentaron clientes que tenían un ejecutivo de cuenta encargado y otros que debían ser atendidos por un nuevo departamento, Servicio al Cliente, es decir sin un responsable directo a cargo. Esta focalización en función del cliente se complementó con un plan estricto de capacitación, hasta que los ejecutivos de cuenta consiguieron la homologación de nuestros principales proveedores, esta posición actual nos permite asegurar que nuestros representantes pueden hablar con solvencia de todos los productos que trabaja la empresa, ampliando de esta forma el potencial de cada cliente. Esto efectivamente se comprobó al tener un incremento en las ventas y utilidad en los clientes considerados como A. Esta estrategia se mantendrá para los siguientes años.

# Materpackin

sistemas de etiquetado

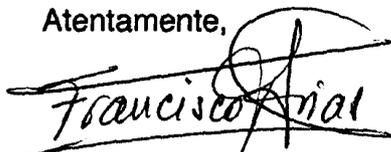
Hemos realizado importantes adecuaciones físicas en el área de planta, para conseguir mejores condiciones de operación, estabilización de procesos y por tanto se ha conseguido mejorar nuestra calidad. La parte negativa de los buenos logros es que el tiempo de respuesta al mercado se incrementó, es decir nuestra capacidad fue copada y esto nos obligó a pensar en un proyecto de ampliación, el mismo que se formuló desde el mes de Julio y se concretó a finales de año. Este proyecto que se ejecutará en el 2007 contempla la incorporación de una nueva prensa flexográfica, una inspectora/revisora y una línea de producción de etiquetas termoencogibles.

El incremento proyectado para el 2007 es para conseguir una facturación mensual superior a los US\$400.000, es decir la empresa en un año completo debería alcanzar una facturación de casi 5 millones. El crecimiento proyectado es para llegar a consumir sobre los 4 millones de metros cuadrados de material autoadhesivo al año, lo cuál nos proyectará a tener una unidad de producción propia de material autoadhesivo.

La actual infraestructura de producción nos permitirá trabajar hasta finales del 2008, pero se debe planear la compra, arriendo o conseguir una infraestructura física de al menos 1.000 m2 de planta, 100 m2 de oficinas y 600 m2 de bodegas. Esto en inversión puede representar un valor superior a los US\$750.000 y que se debe iniciar el respectivo proyecto de inversión en el 2007 para ejecutarlo apropiadamente en el 2008 e iniciar operaciones en el 2009.

Cualquier inquietud, con gusto la puedo aclarar.

Atentamente,



Francisco Arias G.  
Gerente General