

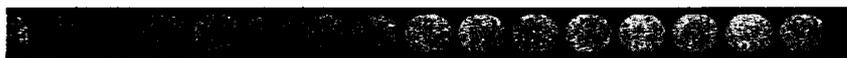
INFORME DE GERENCIA 2007

12642 ✓

Señores Accionistas de la empresa Materpackin Cia. Ltda., quiero en primer lugar pedir las disculpas por la tardanza en la entrega de la información y balances de la operación de la empresa durante el año 2007.

Las actividades en el 2007 se iniciaron con el proyecto Integra para implementar un software de control de toda la actividad comercial y administrativa de la empresa, para ello se seleccionó un Enterprise Resource Planning (ERP) de código libre, es decir sin costo de licenciamiento, también se eligió a una empresa mexicana para la implementación de dicho software, el mismo que fue lanzado en operación en el mes de marzo del 2007. Nuestra escasa cultura de cerrar todas las cuentas diariamente, y de tener un software que esté sincronizado en todos los aspectos de la empresa, nos dió innumerables contratiempos, los que debieron solucionarse hasta hace muy poco. Este esfuerzo ha servido para ordenar los procesos internos de la empresa y por tanto desde la fecha podremos contar con información financiera y operativa prácticamente al día.

En la parte operacional, la empresa firmo un contrato de maquila y consiguió la aprobación de este régimen, para lo cuál se ingresaron en custodia de la empresa nuevas máquinas que nos permitirán seguir atendiendo el creciente mercado de etiquetas, en el 2007 la empresa importó US\$737.837,75 y EUR495.835,04, esto es una muestra del incremento de operaciones y producción, consiguiendo una facturación total de US\$ 3'988.619, es decir con un incremento frente al 2006 del 22,5%. Al mismo tiempo que se generó el incremento de ventas, el crecimiento del inventario se manifestó con mayor volumen del mismo,



complicando el flujo de caja de la empresa. El manejo del inventario no fue apropiadamente dimensionado y coordinado con producción, motivo por el cual se realizaron movimientos de personal para asignar un funcionario específicamente al control del inventario para evitar los sobre stocks y por ende la pérdida de flujo de caja.

En la parte laboral, la empresa ha crecido en número de empleados debido a las nuevas máquinas, pero estamos en un proceso de racionalizar las funciones para contar sólo con los recursos imprescindibles para la operación, hay que destacar que las obligaciones requeridas por el gobierno han sido cumplidas, con la contratación de discapacitados, la aprobación de las normas ambientales para disposición de residuos y los reglamentos de seguridad industrial y salud ocupacional. Se ha invertido en capacitación del personal tal que las nuevas máquinas puedan ser operadas con eficiencia. En el 2008 se está complementando la capacitación y se inscribirá un Reglamento Interno de Trabajo para que el personal actúe en concordancia y evitar problemas por los vacíos que tiene la ley y la interpretación de la misma.

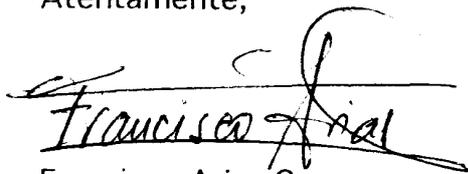
Comercialmente la empresa se ha consolidado como el proveedor de etiquetas de calidad en el mercado ecuatoriano, principalmente en el mercado atendido por Quito el crecimiento ha sido satisfactorio, cumpliendo las expectativas y planes de la empresa. La facturación en Quito fue de US\$2'964.000, en Guayaquil la falla en la producción y entrega de la etiqueta de banano ha limitado el crecimiento, así como una dificultad de cumplir en menor plazo los pedidos de la sucursal, las ventas en el 2007 en Guayaquil fueron de US\$851.205 (datos considerando sólo ventas a clientes), pero se están tomando las medidas correctivas

necesarias para conseguir el crecimiento apropiado en Guayaquil.

Durante el año 2007, se efectuaron varios incrementos de costos de los principales productos como son el autoadhesivo, papeles y servicios, lo cuál ha incidido en los resultados negativamente puesto que no se ha podido trasladar estos incrementos a los clientes en un 100%, pero al mismo tiempo ha servido para explorar nuevos proveedores y llegar a acuerdos con actuales para conseguir paliar este efecto. Esperamos una tendencia similar en los próximos años, y estamos adecuando toda la función comercial para trasladar apropiadamente estos efectos al cliente.

Finalmente, para el 2008 tenemos un ambicioso programa de crecimiento, el mismo que hasta la fecha ha sido cumplido, la incursión en nuevas líneas de productos y la penetración en nuevos mercados como son el de exportación donde vemos importantes oportunidades debido a nuestra tecnología actual y la debilidad del dolar frente al peso colombiano y al sol peruano, nuestros mercados objetivos.

Atentamente,



Francisco Arias G.

Gerente General