

46185

**INFORME A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE LA**  
**EMPRESA FABRICA DE ALIMENTOS SA.**

Conforme indican los estatutos de la compañía, presento a Ustedes el informe económico del año 2006.

Este año ha significado para la compañía uno de los mejores de su historia, a pesar de la incertidumbre que vive sumido nuestro país, por la actitud irresponsable de los actores políticos y además por que este año fue, de elecciones tanto de presidente como de autoridades seccionales y parlamentarias.

La compra de materia prima especialmente de trigo en condiciones favorables significó uno de los factores principales para el éxito económico de este año.

**TRIGO**

**IMPORTACIONES Y COMPRAS LOCALES**

**Cuadro No. 1**

COMPRAS DE TRIGO E IMPORTACIONES

ITEM	TIPO	PROVEEDOR	CANT. EN KILOS	C.U. PROMEDIO KG	TOTAL	% de kilos
1	IMPORTACION # 12	SEABOARD OVERSEAS	274,036	0.2399	\$ 65,749.76	5.38%
2	IMPORTACION # 13	SEABOARD OVERSEAS	642,119	0.2313	\$ 148,552.35	12.15%
3	IMPORTACION # 13	SEABOARD OVERSEAS	1,097,950	0.2661	\$ 292,180.37	23.89%
	<b>Subtotal Importaciones</b>		<b>2,014,105</b>	<b>0.2515</b>	<b>\$ 506,482.48</b>	<b>41.41%</b>
4	COMPRA LOCAL	MODERA ALIMENTOS	3,178,740	0.2018	\$ 641,386.02	52.44%
1	COMPRA LOCAL	MINISTERIO DE AGRICULTURA	249,984	0.2000	\$ 50,000.00	4.09%
1	COMPRA LOCAL	MOLINO ELECTROMODERNO	113,210	0.1980	\$ 22,415.58	1.83%
5	COMPRA LOCAL	ECUATORIANA DE GRANOS	11,000	0.2450	\$ 2,695.00	0.22%
	<b>Subtotal Compras locales</b>		<b>3,552,934</b>	<b>0.2017</b>	<b>\$ 716,496.60</b>	<b>58.59%</b>
	<b>TOTALES</b>		<b>5,567,039</b>	<b>0.2197</b>	<b>\$ 1,222,979.08</b>	<b>100.00%</b>

Se importó 2.016 toneladas de trigo, mientras que localmente se compraron 3.477 toneladas, ésta forma de haber negociado las compras contribuyó al logro económico de éste año, es decir buscamos en

proveedores locales mejores condiciones de precio, cuando las cotizaciones a nivel internacional, no favorecían nuestro nivel de costos para poder competir en el mercado. El total de trigo negociado alcanzó la cantidad de 5.493 toneladas.

## **COMPARACION COMPRAS**

### **Cuadro No. 2**

*Comparación Compras :*

<b>AÑOS</b>	<b>CANTIDAD EN KILOS</b>	<b>COMPRAS EN DOLARES</b>	<b>COSTO KG PROMEDIO</b>	<b>COSTO TONELADA</b>
<b>2005</b>	4,898,676	\$ 1,214,113	\$ 0.2478	\$ 247.85
<b>2006</b>	5,567,039	\$ 1,222,979	\$ 0.2197	\$ 219.68
<b>DIFERENCIA</b>	<b>668,363</b>	<b>\$ 8,866</b>	<b>-\$ 0.0282</b>	<b>-\$ 28.16</b>
<b>VARIACION</b>	<b>13.64%</b>	<b>0.73%</b>	<b>-11.36%</b>	<b>-11.36%</b>

Las compras del año 2006 aumentaron con relación a las del año anterior en 594.00 toneladas, en el 2006 se invirtió \$ 1'259.000,00 para este efecto. Además como se puede apreciar el costo promedio por cada tonelada de trigo fue de 229.00 dólares 18.58 dólares menos que el año anterior.

Se puede decir que las razones para este resultado son el haber podido hacer una combinación de compras locales e importadas también es importante señalar que a nivel mundial hubo una sobre producción de trigo con respecto al año anterior, y lo más importante fue buscar estrategias de negociación con los proveedores locales, ofreciéndoles pagos en efectivo y así poder mejorar el precio final.

## **HARINA DE TRIGO**

A continuación se presenta :

- Producción de Harina de Trigo
- Costos de Producción
- Ventas y Utilidad de Harina

## PRODUCCIÓN DE HARINA

**Cuadro No. 3**

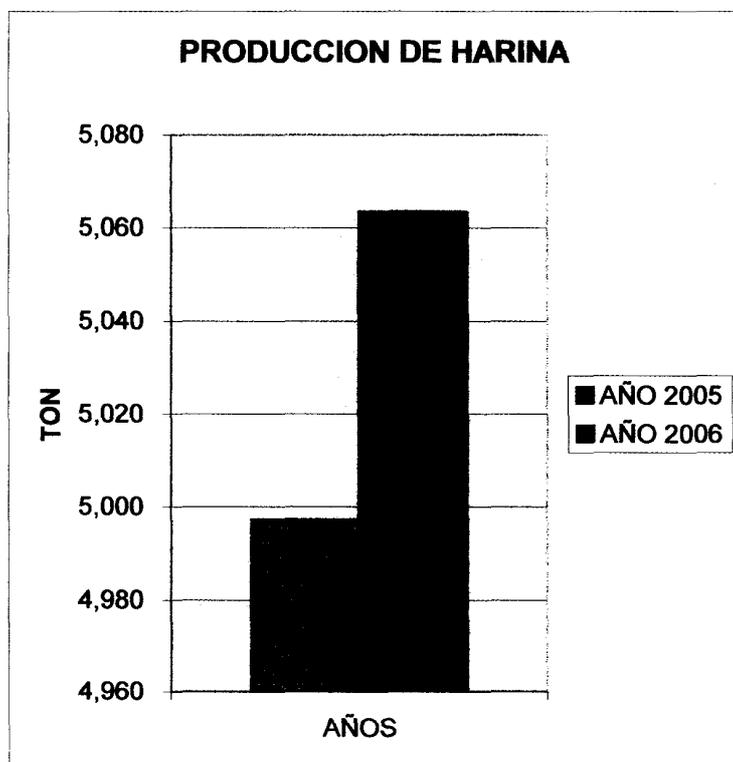
### Producción Total de Harina :

AÑOS	CANTIDAD TON	HARINA PRODUCIDA TON	HARINA PRODUCIDA 45kg	EXTRACCION
2005	4,997	3,721	82,699	74.47%
2006	5,063	3,774	83,876	74.54%
DIFERENCIA	66	53	1,177	0.07%
VARIACION	1.33%	1.42%	1.42%	

El proceso de producción nos indica que la extracción en este año fue de 74.54% casi igual a la del año anterior, de esta producción se obtuvo 3.774 toneladas de harina y 1.289 toneladas de subproducto.

**Gráfico No. 1**

### Producción de Harina



## **COSTOS DE PRODUCCION HARINA**

El costo de producción fue el siguiente:

2005	\$ 14.28	SACO DE 45 KILOS
2006	\$ 13.64	SACO DE 45 KILOS
DIFERENCIA	\$ 0.63	
VARIACION	-4.4%	

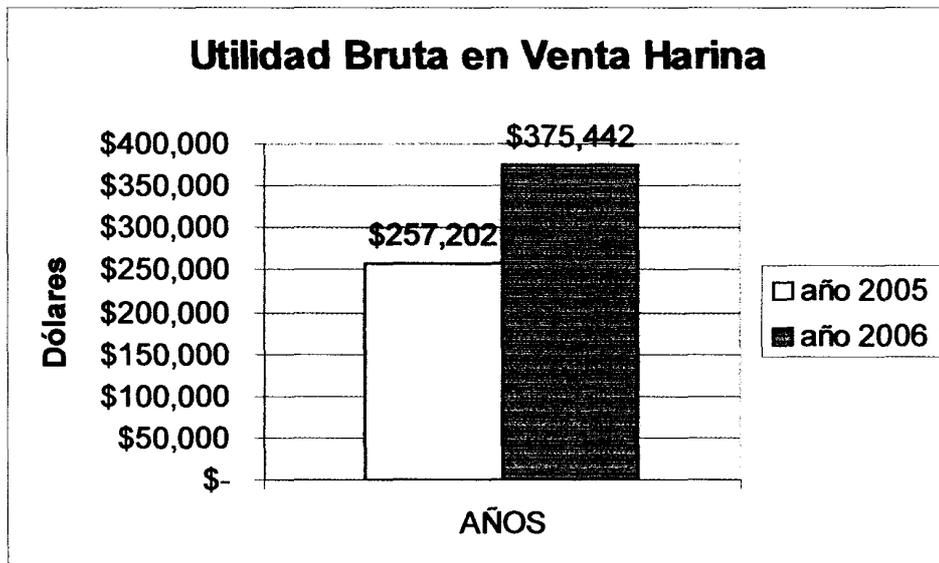
El costo de producción mejoró en \$ 0.63 en comparación con el año 2005, este valor corresponde al costo de producción por cada saco de 45 kilos.

## **UTILIDAD DE HARINA**

2005	\$ 3.14	SACOS DE 45 KILOS
2006	\$ 3.59	SACO DE 45 KILOS
DIFERENCIA	\$ 0.45	
VARIACION	14.3%	

### **Gráfico No. 2**

#### **Utilidad Bruta en Ventas de Harina**



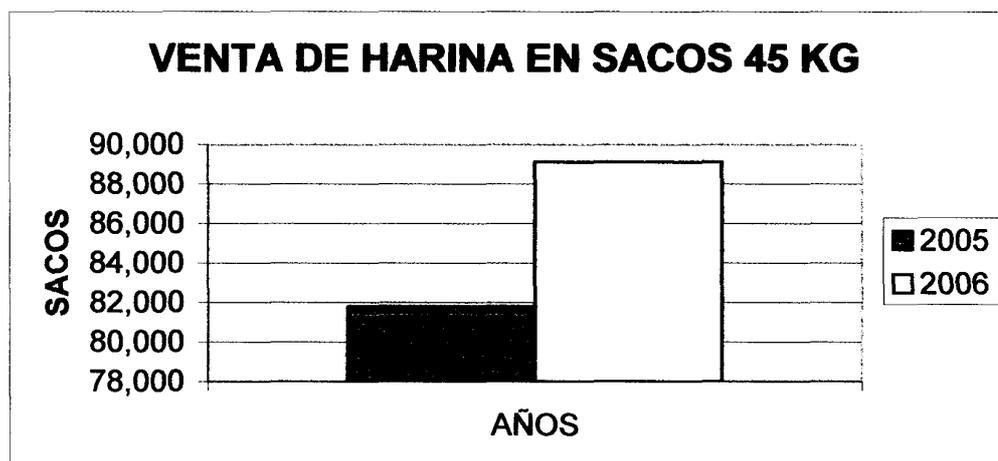
La utilidad resulto del precio que se vendió cada saco de 45 kilos y este valor en promedio fue de 17,24 dólares, si comparamos con el precio promedio del año 2005 esto representa 0.18 menos en este año. Es muy importante analizar que nunca antes hemos tenido una rentabilidad tan alta y se debe básicamente a los factores antes explicados.

En el futuro todo dependerá de los precios internacionales del trigo, y los más importante de cómo se comporte el mercado local con la ya conocida modalidad de los molinos de nuestra competencia en bajar precios para captar mercado.

## VENTAS DE HARINA

### Gráfico No. 3

#### Ventas de Harina



2005	81,790	SACOS DE 45 KILOS
2006	89,108	SACOS DE 45 KILOS
DIFERENCIA	13,318	
VARIACION	8.95%	

De esta operación de venta se obtuvo la cantidad de 1,536.000 dólares, 111,105 dólares más a los 1 424.890,00 que significaron la ventas del año 2005.

#### Cuadro No. 4

##### Venta de harina en sacos 45 kg

Detalle	Año 2005	Año 2006	Diferencia	%
Cantidad saco 45 kg	81,790	89,108	7,318	8.95%
Valor en ventas	\$ 1,424,890	\$ 1,535,995	\$ 111,105	7.80%
Precio de venta promedio	17.42	17.24	-0.18	
Costo de ventas	\$ 1,167,688	\$ 1,160,553	-\$ 7,135	-0.61%
Costo unitario	14.28	13.02	-1.25	
Utilidad bruta total	\$ 257,202	\$ 375,442	\$ 118,241	45.97%
Utilidad unitaria	3.14	4.21	1.07	
Rentabilidad bruta	18.05%	24.44%	6.39%	

### AREA COMERCIAL

#### INDUSTRIAS ALES

##### Ventas Neta

2005	\$ 1'238.914
2006	\$ 2'337.978
Diferencia	\$ 1.099.063
Variación	88.71%

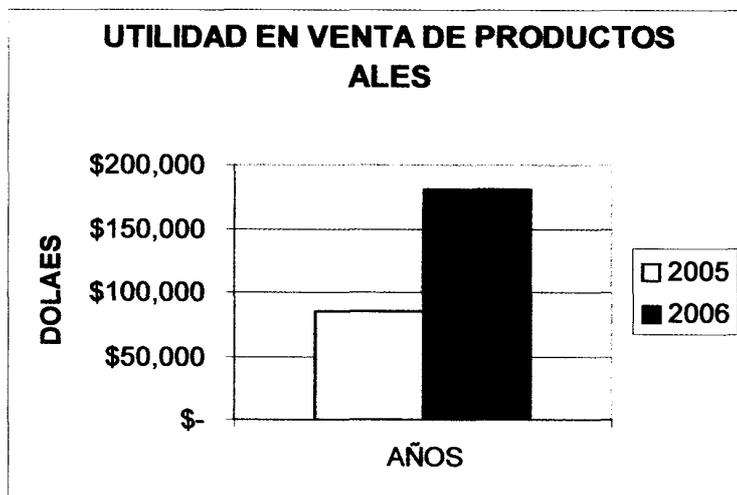
##### Utilidad Bruta :

2005	\$ 85.774
2006	\$ 180.720
Diferencia	\$ 94.946
Variación	110,69%

Como se aprecia en estos datos hemos obtenido un repunte muy significativo en la comercialización de éstas líneas, hemos logrado posicionarnos lentamente en los mercados de las ciudades de Riobamba y Ambato; para atender adecuadamente ésta plaza se procedió a contratar los servicios de un vendedor, operación que arrancó a partir de Junio del 2006.

#### Gráfico No. 4

#### Utilidad en Venta de Productos Ales



#### A V E N A

#### Cuadro No. 5

##### Ventas, costos y utilidad bruta de Avena granel 25 kg

Detalle	Año 2005	Año 2006	Diferencia	%
Cantidad saco 25 kg	40,613	59,045	18,432	45.38%
Valor en ventas	\$ 418,858	\$ 687,366	\$ 268,508	64.10%
Precio de venta promedio	10.31	11.64	1.33	
Costo de ventas	\$ 371,291	596,945	\$ 225,654	60.78%
Costo unitario	9.14	10.11	0.97	
Utilidad bruta total	\$ 47,568	\$ 90,421	\$ 42,853	90.09%
Utilidad unitaria	1.17	1.53	0.36	
<b>Rentabilidad bruta</b>	<b>11.36%</b>	<b>13.15%</b>	<b>1.80%</b>	

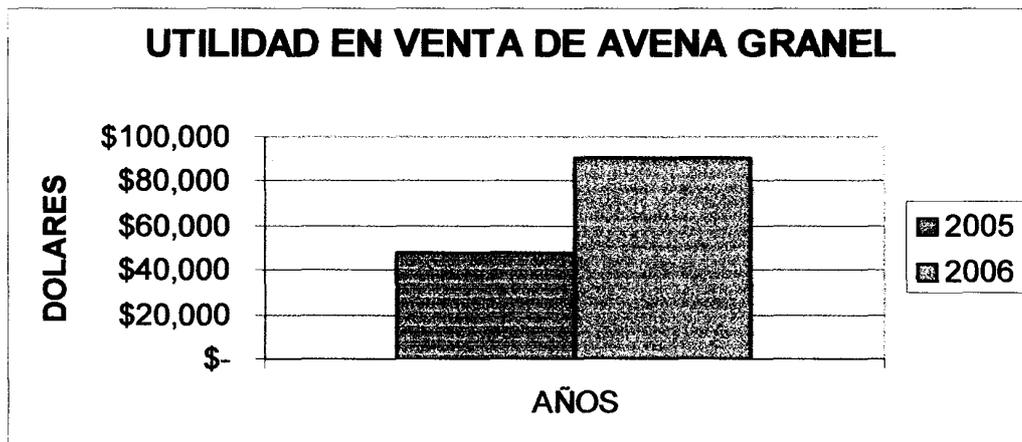
Hemos repuntado en ventas de avena en más de 18.000 bultos, lo que significó \$ 268.000 de incremento, y en la Utilidad Bruta \$ 42.853.

El Objetivo debe ir orientado a mantener éste incremento en los diferente mercados que atendemos, ya que luego de varios años se ha logrado una reputación en base a la excelencia en la calidad, lo que nos da una ventaja competitiva con relación a otros distribuidores.

Hay que resaltar el esfuerzo que representa la importación de éste producto, no sólo para negociar un precio competitivo con los proveedores, sino toda la cadena de acontecimientos que hay que superar para poder tener el producto a tiempo en nuestra planta

### Gráfico No. 5

#### Utilidad en venta de avena granel



### BALANCEADOS

#### VENTAS :

2005	\$ 192.346
2006	\$ 309.426
Diferencia	\$ 117.080
Variación	61%

Luego de varios años que empezamos con la comercialización de Balanceados, finalmente se aprecia que se ha logrado posicionarse en el mercado con un producto de calidad, especialmente por la incursión en áreas periféricas donde a base de servicio se ha logrado una fidelidad por parte de los clientes.

Esperamos continuar de la misma manera y buscar nuevos nichos de mercado que permitan continuar éste crecimiento.

## **MAICENA**

### **VENTAS SACOS 25 KG :**

2005	22.782 sacos
2006	4.342 sacos
Diferencia	- 18.440 sacos
Variación	- 81 %

La disminución en ventas, considero que se debe principalmente a políticas desleales por parte de nuestro proveedor, siendo ellos mismos los que han incursionado en el mercado, atendiendo directamente a los clientes que estaban en nuestro portafolio, además ofreciéndoles precios más baratos, situación que no la podemos controlar.

Se ha considerado la posibilidad de buscar otros proveedores, lamentablemente los precios que nos han ofrecido son más altos a los del proveedor al que nosotros compramos.

## **MAIZ**

### **VENTA EN DOLARES :**

2005	\$ 304.147
2006	\$ 223.163
Diferencia	- \$ 80.983
Variación	- 27%

Si bien es cierto se ha disminuido en ventas, la utilidad casi no varió de un año a otro, esto debido a que se pudo incrementar la rentabilidad de 8,54% en el 2005 a 10,80% en el año 2006.

Al igual que los balanceados este producto tiene una demanda en las zonas periféricas, lo que permitió atender a los clientes con un precio mayor, por el hecho de que se hace un esfuerzo en llegar a esos destinos a pesar de que los caminos no son aptos para la circulación de camiones pequeños.

## **AFRECHOS IMPORTADOS**

Este año se incursionó en la importación de afrechos del Perú, lo que contribuyó con un ingreso económico importante para la empresa. Igualmente hay que señalar el esfuerzo que hay que mantener en los

constantes trámites de importación y así poder mantener un flujo constante de éste producto, el cual está destinado a planteles avícolas.

Las ventas abarcaron un monto 80.000 sacos de 50 y 46 kilos con un total de ingresos de \$.593.745, obteniendo una utilidad bruta de \$ 104.486. Esta operación requiere de un capital de trabajo mensual de \$ 100.000 para permitir este flujo importante de importaciones.

### **OTROS PRODUCTOS**

También se ha comercializado varios productos, tales como fideos, harina de granos, granos, fundas de plástico, salsa de tomate y mayonesas, representado un total de ventas de \$ 315.554.

La rotación de alguno de esto productos no es tan significativa, se podría mencionar que los grano no entran en ésta denominación pero pienso que la venta de éstos significa más problemas que beneficios, debido a los constantes problemas por devoluciones, por infestación de gorgojo, lo que nos ha llevado a suspender las compras.

### **ANÁLISIS GLOBAL DE VENTAS**

#### **Ventas Globales :**

2005	\$ 4'650.942
2006	\$ 6.827.589
Diferencia	\$ 2'176.647
Variación	47%

De éste resultado global de ventas, la harina de trigo representa el 22% de las ventas totales de FALIMENSA, y la Utilidad Bruta el 42%.

Productos Ales aportan con el 34,24% y una Utilidad Bruta de 20,27%.

Los Afrecho Remolidos e importados representan el 15,31% de las ventas y aportan con una Utilidad Bruta de 14,17%.

La avena al granel el 11% del total de las ventas y su rentabilidad del 10,70%. Esto para citar los productos más importantes, Podemos analizar que la harina es un producto muy importante en el desenvolvimiento de la empresa, por lo tanto debemos preocuparnos

siempre de buscar alternativas en compra de materia prima que nos permitan mantenernos competitivos en el mercado. También hay que considerar la importancia de los demás productos, especialmente Ales, por la cual es importante mejorar la recuperación de cartera, ya que las compras son totalmente de contado.

## ANÁLISIS DE GASTOS

**Cuadro No. 6**

#	GRUPO DE GASTOS	2005	2006	DIFERENCIA	%
1	Gastos Administrativos	\$ 141,567.49	\$ 142,554.46	\$ 986.97	0.70%
2	Gastos de Ventas	\$ 353,660.90	\$ 516,196.66	\$ 162,535.76	45.96%
3	Gastos Financieros	\$ 17,660.13	\$ 15,701.59	\$ -1,958.54	-11.09%
4	Gastos No Operacionales y otros	\$ 4,229.28	\$ 5,499.23		
	<b>Total de Gastos</b>	<b>\$ 517,117.80</b>	<b>\$ 679,951.94</b>	<b>\$ 161,564.19</b>	<b>2.37%</b>

### **Gastos Administrativos :**

Si bien el incremento de ventas es una realidad, es muy importante resaltar que el nivel de incremento de gastos administrativos es mínima, es decir se pudo mantener la misma estructura laboral y poder manejar el crecimiento de las operaciones, sin que esto afecte éste rubro, el gasto administrativo total representa el 2,09%.

### **Gastos de Ventas :**

En éste rubro si hubo un incremento importante, sin embargo el crecimiento estuvo por debajo del crecimiento en ventas.

El gasto de ventas representa el 7,56% hay que entender que para poder obtener un crecimiento sostenido en ventas indudablemente hay que estar conscientes que también tiene un impacto en la elevación de éstos gastos.

### **Gastos Financieros :**

La empresa tiene obligaciones financieras con bancos y accionistas, sin embargo se ha logrado reducir éstos gastos, debido al pago oportuno de nuestras obligaciones.

## Cuadro No. 7

### Gastos Financieros

DETALLE	AÑO 2005	AÑO 2006	DIFERENCIA	VARIACION
Intereses por compra de camiones	\$ 8,403.48	\$ 7,370.61	\$ -1,032.87	
Intereses por préstamos de accionistas	\$ 7,995.65	\$ 8,330.98	\$ 335.33	4.19%
<b>Subtotal intereses</b>	<b>\$ 16,399.13</b>	<b>\$ 15,701.59</b>	<b>\$ -697.54</b>	<b>-4.25%</b>
Impuesto Solca y comisiones	\$ 1,261.00	\$ -	\$ -1,261.00	
<b>TOTAL GASTO FINANCIERO</b>	<b>\$ 17,660.13</b>	<b>\$ 15,701.59</b>	<b>\$ -1,958.54</b>	<b>-11.09%</b>

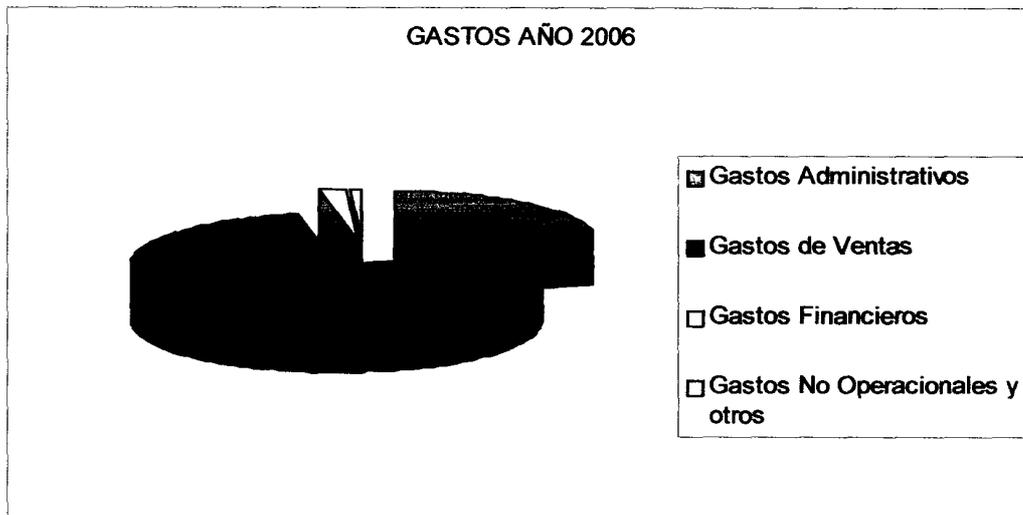
### Gastos No Operacionales :

El principal valor que compone éste grupo representa la pérdida en venta de activos fijos, correspondiente a la venta de la envasadora y que si bien significó una desinversión en un activo improductivo con su respectiva pérdida económica, se ganó capital de trabajo para las otras áreas de crecimiento que requerían de dinero fresco.

Como análisis final de gastos, podemos concluir que el incremento fue tan solo del 2,37% , comparado con el crecimiento en ventas que es del 47% ; este resultado refleja una gestión adecuada de manejo Administración.

### Gráfico No. 6

#### Gastos Por Grupo



## **ANÁLISIS DE LA UTILIDAD CONTABLE**

Para mantener una estructura administrativa eficiente, debemos mantener como un control fundamental el presupuesto de todas las áreas, y promover de ésta manera resultados como los obtenidos en éste año 2006.

Utilidad año 2005	\$ 4.869
Utilidad año 2006	\$ 213.007
Rentabilidad Contable 2005	0,10%
Rentabilidad Contable 2006	3,12%

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- Es muy importante recomendar que debemos mantener un Control muy estricto en lo que ha recuperación de cartera tiene que ver, puesto que casi el 90% son operaciones de contado.
- Con respecto a las ventas debo decir que las organizaciones administrativas modernas y el mercado exigen mantener presupuestos que permitan la toma de decisiones oportunas, para así poder seguir creciendo.
- De el total de la utilidad del periodo, recomiendo se reparta la cantidad de \$ 60.175,66 para accionistas y la diferencia se destine para aumentar el capital de la empresa.

Finalmente aprovecho la oportunidad para agradecer a todo el personal por el esfuerzo mancomunado para poder haber alcanzado éste resultado, y a Ustedes señores Accionistas por la confianza que me han brindado en el desempeño de mis funciones.

**ATENTAMENTE**

  
**Mario Paredes Altamirano**  
**GERENTE GENERAL**

File : informegerente2006