

Puembo, marzo 25 del 2.015

Señores

Alimentos Especiales Procesados C.A. ALEPROCA

Presente

Estimados Señores Accionistas:

Pongo en consideración de ustedes, el Informe de Actividades de la Compañía correspondiente al año 2014..

Este informe se estructura bajo los siguientes puntos:

1. Situación General
2. Producción
3. Ventas
4. Precios
5. Resultados

DESARROLLO

1. SITUACION GENERAL

El año 2014 fue un año complicado para la compañía sobre todo durante el primer semestre por cuanto el nivel de producción global, debido a una mortalidad alta en campo producto de mantener monocultivos y no poder dar el descanso adecuado a los suelos, unido al incumplimiento en las entregas por parte de los Integrados; y al desfase entre lo producido y los requerimientos del área comercial; impidieron que se dé la debida atención lo que generó pérdidas y oportunidades de negocios. En el segundo semestre se superó la situación anterior, en un alto porcentaje, gracias a la incorporación de nuevos Integrados y a una mejor planificación del plan de siembras, el mismo que se alineó más con los requerimientos del área comercial.

Otro tema que ha afectado es la proliferación de la competencia, basada únicamente en precios con procesos de producción de costos bajos, lo que no permitió nivelar nuestros precios a valores que nos permitan generar una rentabilidad razonable.

En este año pero fundamentalmente en el segundo semestre el proyecto de siembra orgánica ya comenzó a dar producción pero todavía con rendimientos bajos y altos costos de producción, debido a que aún no está incorporado al suelo todo el requerimiento de material orgánico. Para el próximo año esperamos tener costos de producción más bajos y una calidad y productividad superior.

El 2015 se plantea un año de retos, en donde debemos trabajar mucho en el área productiva y en el desarrollo de productos con valor agregado.

2. PRODUCCIÓN

La producción tuvo un incremento del 4% con respecto al 2013, pues pasamos de 5.017 tons. a 5.199 de los cuales 2.373 tons. fueron de nuestros Integrados. Pero como ya se mencionó, pese a tener este incremento, este no ayudó

a dar a un mejor servicio a nuestros clientes por el hecho de que lo producido no estaba acorde con los requerimientos del mercado.

Las lechugas representan el 62% de lo ofertado entre producción propia y de Integrados. Le sigue en importancia en volumen la zanahoria con el 11%; luego la col con un aporte del 10%; en el restante 17% se encuentran productos como el tomate riñón, pimientos y otros.

En el 2015 la producción propia y de Integrados se realizará en base a un plan de siembras basado en el presupuesto de ventas por producto. Así vamos a optimizar el uso de nuestras tierras y el potencial de los integrados y sobre todo satisfacer los requerimientos de nuestros clientes.

3. VENTAS

Las ventas tuvieron un crecimiento del 13% respecto al año 2.013, pues se pasó de 4,9 millones a 5,6. Las lechugas siguieron siendo las que más aportaron, representaron el 39% del total; siguiendo en importancia los productos preparados que participaron con el 38%. Los demás productos en conjunto representaron el 23% del total de las ventas.

Queremos en el 2015 incrementar el portafolio de productos preparados de manera significativa.

4. PRECIOS

Los precios que se venía trabajando en el 2013 no permitieron cubrir los costos de la empresa por lo cual se trabajó a perdida. En el año 2014 se logró un incremento interesante, pero no el ideal y esto por cuanto los autoservicios juegan un papel de controladores de precios, pero sin tener las herramientas para cumplir con el papel de reguladores lo que limita el que manejemos precios razonables. El incremento que aceptaron nos permitió superar el punto de equilibrio, pero no en los niveles que necesita ALEPROCA. Por lo cual debemos trabajar enfocados totalmente a reducir todos los costos y gastos de la empresa más aún si conocemos, que nuestros procesos de campo, cosecha, poscosecha y planta tienen costos superiores a los de la competencia, debido a un manejo profesional y a que trabajamos en alto grado con componentes orgánicos, lo que nos asegura que entreguemos a nuestros consumidores hortalizas SANAS

5. RESULTADOS

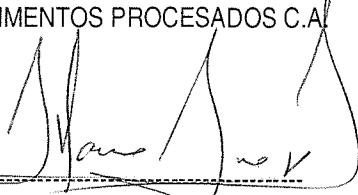
Producto de todo lo antes mencionado la utilidad bruta que se obtuvo, en este periodo, fue de 104 mil dólares, que frente a los resultados del 2013 significa un incremento de USD\$ 245 mil dólares.

" ALEPROCA "
 ESTADO DE RESULTADOS
 AL 31 DICIEMBRE 2013

" ALEPROCA "
 ESTADO DE RESULTADOS
 AL 31 DICIEMBRE 2014

	PERIODO 2013 US \$		PERIODO 2014 US \$
VENTAS NETAS	4,711,704.82	VENTAS NETAS	5,229,760.41
(-) COSTOS DE VENTAS	3,385,344.36	(-) COSTOS DE VENTAS	3636139.00
MARGEN BRUTO DE CONTRIBUCION	1,326,360.46	MARGEN BRUTO DE CONTRIBUCION	1,593,621.41
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	729,302.12	(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	705,487.37
(-) GASTOS DE VENTA Y PUBLICIDAD	754,640.35	(-) GASTOS DE VENTA Y PUBLICIDAD	814,610.00
(-) GASTOS FINANCIEROS	00.00	(-) GASTOS FINANCIEROS	4,098.15
TOTAL GASTOS	1,483,942.47	TOTAL GASTOS	1,524,195.52
RESULTADO ANTES DE P.T. E IMP.	-157,582.01	RESULTADO ANTES DE P.T. E IMP.	69,425.89
(+) INGRESOS NO OPERACIONALES	16,121.28	(+) INGRESOS NO OPERACIONALES	35,092.74
(-) EGRESOS NO OPERACIONALES		(-) EGRESOS NO OPERACIONALES	258.18
RESULTADO DEL EJERCICIO	-141,460.73	RESULTADO DEL EJERCICIO	104,260.45

Atentamente,
 ALIMENTOS PROCESADOS C.A.



Alfonso Arroyo Sáenz
 GERENTE GENERAL