

LETIFLOR S.A.

INFORME DE GERENCIA EJERCICIO ECONOMICO 2015

ANTECEDENTES

El año 2015 ha sido un año de cambios importantes en la compañía, esto debido al incremento de los volúmenes de producción, al deterioro del mercado ruso y en general a los cambios económicos del sector floricultor y del país. Es por esto que a mediados de año se tomó la decisión de separar totalmente a la empresa tanto en la parte comercial y de proceso de Flormachachi, las razones son de orden económico, técnico y comercial; económico por la complicación en la recuperación del flujo de efectivo de los valores que adeudaba a nuestra empresa Flormachachi ya que se encontraba en una situación también complicada de flujo, técnica puesto que el traslado de la flor de una finca a otra ocasionaba problemas de calidad, esto debido a que los volúmenes de producción diarios eran muy altos y comercial puesto que creíamos que con la distribución de variedades que cuenta Letiflor era más fácil obtener un mejor retorno que el obtenido a través de la comercialización con Flormachachi.

Es por esto que se realizó ampliación de la Postcosecha para poder realizar un proceso de hasta 16.000 tallos diarios (en horario normal) y construcción de cuarto frío, también se tiene planificado consolidar el proyecto de independización eléctrica de la finca con la colocación de un transformador con acometida propia y se realizó la adecuación de las vías internas para el ingreso y salida de carga, adicional se inició la comercialización con marca propia desde el mes de Mayo y se inició apertura de nuevos clientes y mercados.

ASPECTOS ECONOMICOS

Si bien se tuvo un cumplimiento del 103 % en producción exportable (72,000 tallos adicionales), este superávit no se ve reflejado en los niveles de ventas debido a que los valores presupuestados para el segundo semestre fueron menores, ya que como comentamos a mediados de año se inició la comercialización propia y la apertura de mercados y consecución de nuevos clientes fue lenta provocando que se obtengan precios más bajos de lo estimado, lo que ocasiono una reducción de más de \$ 95,000 en las ventas totales, motivo por el cual no se cumplieron las utilidades presupuestadas.

Como se comentó en el informe anterior el flujo de la compañía se complicó en el último trimestre del 2014 y continuó con las mismas complicaciones para el 2015, esto debido al atraso en los pagos mensuales de Flormachachi, por esto la venta directa era la mejor opción para tener flujo fresco de efectivo que permita cumplir con las obligaciones más importantes.



ASPECTOS TECNICOS

Los niveles de productividad exportable mantienen la tendencia de mejora y para el 2015 se puede apreciar que los niveles se incrementaron de forma notable, esto basado en los cambios en el manejo de plantas iniciado a finales del 2013, cambio en el esquema de fertilización y controles fitosanitarios, cabe destacar que este cambio en los niveles de productividad no afecto en gran medida la distribución de los largos puesto que se tuvo en promedio un 7 % de 40 cms y los niveles de 50 y 60 cms son mejores que los obtenidos en Flormachachi, lo que indica un equilibrio en el manejo de pisos de cortes y tamaños de botón.

ASPECTO LABORAL

Debido a los problemas con el flujo de efectivo del 2015 se tuvo retrasos en los pagos de IESS, por lo que se han realizado convenios para ponerse al día y se espera que todos los valores adeudados queden cancelados hasta el mes de Julio del 2016, en cuanto a la normativa de seguridad y salud ocupacional, la empresa se encuentra al día.

ASPECTO COMERCIAL

Como se comentó anteriormente la empresa dio un giro significativo en el mes de mayo al sacar a comercialización su propia marca (Fancy Flower), si bien lo ideal hubiese sido salir al mercado en el mes de Enero aprovechando las fiestas de Valentín y Mujer Rusa, motivos de logística y manejo interno impidieron arrancar en dichas fechas, por lo que los primeros meses fueron muy duros hasta que la marca y la empresa sean conocidas, al inicio se contrató los servicios de un vendedor que no dio los resultados esperados, pero desde el mes de Agosto se consolido un nuevo equipo de ventas que está consiguiendo llegar a las metas planteadas, al momento se tiene un paquete del 30 % de ordenes fijas que permite tener un cierto nivel de estabilidad en el mercado, pero la meta es llegar a un 50 %, las ventas están distribuidas de manera equitativa entre los diferentes mercados, nos hemos concentrado en ofrecer una calidad estable mas no superlativa, esto debido a las condiciones de ciclo y clima que no permiten tener tallos extremadamente largos ni grandes tamaños de botón, pero la base con los clientes nuevos ha sido estabilidad en la producción, excelente servicio y calidad regular.

PRESECTIVAS

Creemos que, con los cambios implementados en el área comercial, más una mejora consistente en los niveles de productividad y calidad se podrán obtener los resultados presupuestados para el 2016.

Machachi, 31 de marzo del 2016


ING. JULIO MANCHENO

Gerente General