

Informe de Gerencia General

A los accionistas de Astra C.A.

Señores accionistas:

Dando cumplimiento a las disposiciones de la Ley de Compañías y de los Estatutos vigentes de ASTRA C.A. someto a su consideración el informe de Gerencia General, correspondiente al ejercicio económico 2007.

ENTORNO MACROECONOMICO

Según el análisis efectuado por la Cámara de Industriales de Pichincha en su Boletín Económico de diciembre del 2007, superada la incertidumbre generada por el cambio de Gobierno, las nuevas políticas a implementarse y por ser un año electoral, en el que predominó la confrontación constante y se priorizó desde una perspectiva ideológica la disminución de la desigualdad, los supuestos que el Gobierno ha establecido para la elaboración del Presupuesto General del Estado, son una inflación a diciembre del 2008 del 3.2% anual y un crecimiento del PIB nominal en millones de dólares de 46.969.

Los signos de debilitamiento de la economía mostrados desde diciembre del 2006, se hicieron más evidentes durante el primer semestre del 2007. El BCE modificó a la baja la tasa de crecimiento real de la economía en casi 1 punto porcentual debido a la reducción del 13% en la producción petrolera, a más de una demora en el Plan de Inversiones Públicas anunciado por el Gobierno.

Según las previsiones de la CEPAL, el FMI y el Banco Mundial, ubicaría al país como uno de los de menor crecimiento durante el año 2007 frente a la estimación de Colombia y Perú del 6.8% y 7.3% respectivamente que crecerán impulsados por el consumo y la inversión privada.

Igualmente en el Boletín Económico de la Cámara se comenta que la Ley de Equidad Tributaria junto con otras medidas adoptadas por el Gobierno, desincentivan la actividad económica privada lo que redundará en un menor crecimiento económico y generación de empleo en el 2008.

SITUACION ACTUAL

Del examen al Estado de Situación y de Resultados de la compañía se concluye que con relación a similar período del año anterior el Patrimonio se incrementó en el 4.54% por USD\$. 31.591.74, que responde a dos hechos, el primero al incremento de las utilidades a libre disposición de los accionistas en el 2007 en un 96.61% por USD\$. 25.766 frente al 2006 y el segundo por un crecimiento de las Reservas Legales en el 22.82% por USD\$ 5.826.19. Por ello el rendimiento del Patrimonio es del 13% en el 2007 frente a 7% en el 2006.

Objetivos trazados

CONTRIBUCIÓN

A pesar de los problemas de contracción de mercado, del incremento de las materias primas en forma permanente, se logró superar el volumen de ventas del año 2006 en 115.721.94 metros esto equivale al 15.23%. Con relación al Presupuesto la variación es de un déficit del 7.85% en volumen que se considera aceptable y dentro de los rangos de tolerancia.

En el segundo semestre del 2007, se incrementaron las ventas en volumen en un 12.59% por cerca de 52.000 metros pero a nivel de utilidad el segundo semestre fue el que produjo los resultados obtenidos por la compañía pues durante el primer semestre a pesar del volumen se registró una pérdida de USD\$. -160.05, merece también resaltarse que en el segundo semestre se incrementó el volumen de producción lo que contribuyó a paliar los efectos de los costos y gastos fijos.

Los crecimientos más significativos con referencia al año anterior están dados por productos desarrollados con nuevas bases textiles como son Miura y Bisón, especialmente el segundo que registra 25.827 metros el 52.86% superior al volumen registrado en el año 2006, de forma similar se ha registrado incremento en las ventas de estos productos con grabados, pues en el año anterior tuvieron una venta incipiente, en el 2007 han repuntado no en los niveles que la empresa presupuestó pero si en un buen porcentaje.

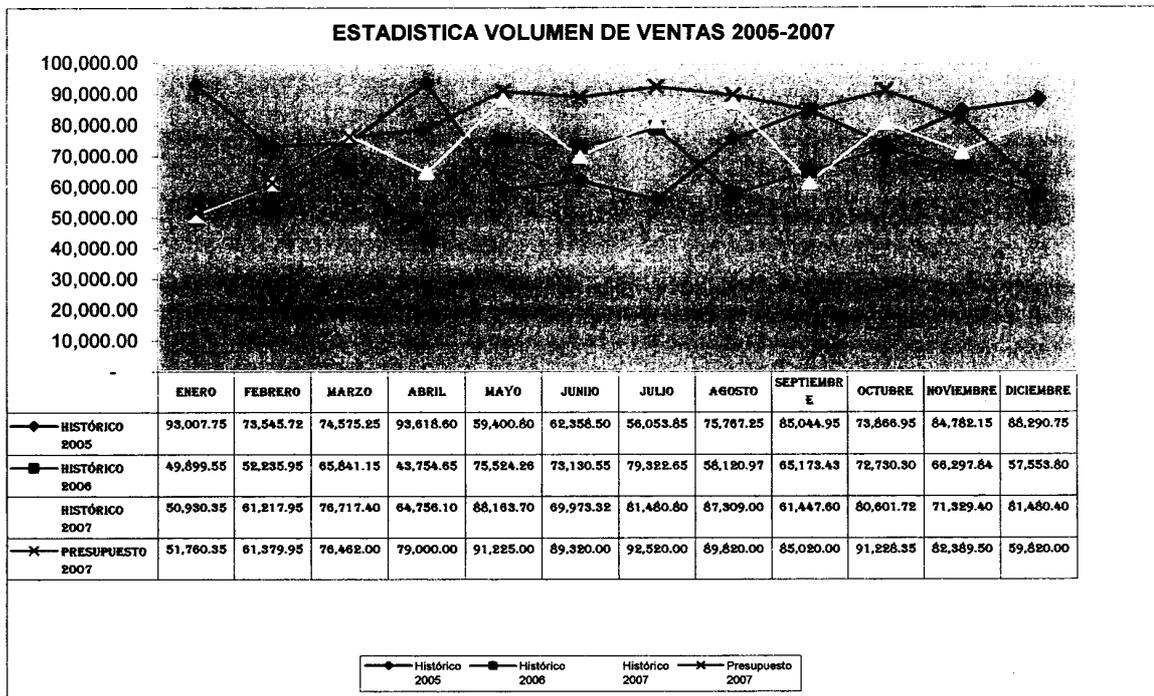
La decisión adoptada por la administración de efectuar inversiones de capital en Tejeduría, fue acertada pues ha permitido incursionar en el desarrollo de productos innovadores con diseños que están imponiéndose en el mercado y lo más importante con un mejoramiento de calidad por las nuevas bases textiles que nos ha permitido permanecer en el mercado local.

El promedio de ventas globales, estimado para el ejercicio 2007 fue de 79.162.10 metros mensuales y el real obtenido en este período es de 72.950.63 metros con un déficit en el promedio mensual de 6.211.47 metros.

El principal producto Plantilla Polyalgodón registra un incremento del 16.75% por 44.190 metros más que los que se registraron en el 2006 y en el resto de productos se ha producido un balance, pues el mercado demuestra su preferencia por productos nuevos que van desplazando a otros productos, por lo que se ratifica el hecho de haber cumplido con las metas presupuestarias.

En el 2007 fue importante la evacuación de inventarios de lenta rotación o sin movimiento, lo que si bien contribuyó a la reducción de los stocks de bodegas, no así al margen de contribución porque no fue muy relevante, por el precio al que tuvo que realizarse estas ventas, por esta razón el índice de rotación de inventarios de materias primas se ha reducido en el 6.14% con relación al año anterior.

En el gráfico que se ilustra a continuación, se concluye que el comportamiento de las ventas mensuales guarda la misma tendencia en los años 2006 y 2007 y presupuesto 2007, no así en el año 2005 que tiene ciertas variaciones.



La tendencia a que las ventas en las 3 zonas principales Ambato, Quito y Guayaquil represente en dólares el 85% de las ventas totales, fue una constante que se mantuvo hasta finales del año 2007 y que repetirá durante el 2008, más aún si se logra mantener las ventas con empresas promocionales.

Las ventas a Plasticaucho Industrial en el 2007 fueron de USD\$. 775.222.02 el 88% de las ventas de la zona de Ambato, Comercial Yolanda Salazar representa el 6.38% y Germán López el 3.37%, en términos globales el crecimiento mayor está dado en esta zona que se incrementa en casi USD\$. 100.000 frente al año pasado, con el 14.54%.

En la zona de Quito, Coivesa representó el 39% del total de la zona y aparecen nuevos clientes como Luis Hernández, al que se le vendieron USD\$. 28.751.28 en mano de obra plastificando telas de su propiedad.

La cliente Inés Torres representó el 32% de las ventas totales de la zona de Guayaquil que en todo el año registró USD\$. 350.576.79.

Se logró una interesante negociación con SUMIFLOR un proveedor de todos los productos que requiere el sector agrícola, entre otros el material de protección industrial en florícolas. La estimación de sus pedidos es de aproximadamente 500 unidades mensuales.

El 16 de noviembre del 2007, se efectuó la primera exportación a Colombia al cliente Guillermo Roncancio por 3.044.75 metros por USD\$.11.170.38. La negociación se efectuó

con precios puerta a puerta Bogotá en las instalaciones del cliente (DPP BOGOTA), para lo cual fue necesaria la contratación de un agente afianzado que retire la mercadería de planta y se encargue de todo el trámite de la exportación

[REDACTED]

En el tercer trimestre del año 2007 se efectuó la adquisición de una máquina transfer, que se canceló mediante compensación de deudas con el cliente Luis Hernández.

El objetivo era que al ponerla en operación y funcionamiento daría un valor agregado al producto Expandible Normal Ensambladora que se entrega a la autopartista COIVESA el cliente más importante de la zona Quito, esto es entregar el producto Normal Ensambladora con la esponja adherida, esto implicaría tácitamente una reducción de los costos del cliente, adicionalmente esta máquina permite pegar telas estampadas con cerfil cubriendo los requerimientos del sector automotriz.

Por otra parte fue necesaria la renovación del camión de reparto de ventas, pues el vehículo anterior de fabricación 1.985, tenía 22 años de trabajo y el costo de mantenimiento y reparación era constante y elevada, para ello se suscribió un contrato de arrendamiento mercantil (leasing) con el Produbanco por USD\$. 25.478 a un año plazo, para un camión Chevrolet NKR, en el mes de septiembre se vendió el camión anterior para cubrir la cuota inicial del contrato.

Con respecto al Proyecto de renovación y modernización que se propuso a la Junta de accionistas en abril del 2007, para la implementación de una línea de calandra completa destinada al desarrollo de nuevos productos, debo informar que lamentablemente por el costo de la inversión de una línea básica construida en China que sobrepasaba el millón doscientos mil dólares, mientras que el precio de esta misma máquina en Europa se encontraba entre 5 y 7 millones de dólares según el informe del ingeniero Klaus Shultka, un asesor técnico alemán con experiencia de 45 años, que ejerció el cargo de Jefe de Producción en Plásticos Industriales en España y que visitó en el mes de junio del 2007 la planta industrial, el Directorio de la compañía no consideró viable el proyecto, más aún cuando el retorno de la inversión no era a corto plazo, se sopesó el costo beneficio a favor de los intereses de la compañía.

Por esta razón, se retomó la búsqueda de un aliado estratégico que opere en el país, manteniéndose conversaciones con MILEMPRO, una compañía distribuidora de productos de fabricación colombiana, especialmente desarrollados en calandra para mediante nuestra fuerza de ventas efectuar la distribución en el país, pues productos con esta tecnología tienen una gran aceptación en el sector editorial y de publicidad que cada vez es más exigente y competitivo.

Situación Financiera de la Compañía

A pesar de la dinamización de las ventas en el 2007, no se han incrementado los indicadores de inventarios de Materia Prima, Productos en Proceso y Productos Terminados, por el control de los stocks, de manera que se mantengan en volúmenes

razonables de acuerdo con las estadísticas de consumo y adicionalmente un mes de seguridad.

El crecimiento del pasivo corriente entre los dos ejercicios analizados es el 13.06% y la del activo corriente es del 2.85%. El Capital de trabajo se redujo en el 4.27% con relación al registrado en el año anterior y la prueba ácida nos da una relación del activo corriente para cubrir el pasivo corriente es de 1.05 veces con una reducción del 2.96% frente al 2006 en que este índice fue de 1.08 veces, lo que indica que los activos corrientes de fácil realización (Bancos y Exigibles) podrían cubrir el 108% de los pasivos exigibles a corto plazo.

En cuanto a niveles de endeudamiento a nivel global se mantienen en los mismos porcentajes que en el 2006, pero si analizamos el comportamiento del endeudamiento financiero frente a las ventas han crecido en el 25.43%, considerando que fue necesaria la contratación de créditos bancarios para cubrir las obligaciones por la adquisición de materias primas e insumos del exterior, porque los recursos provenientes de las cobranzas a clientes resultaron insuficientes.

En el ejercicio 2007 el Directorio la compañía, facultó la contratación de tres créditos con Produbanco, por USD\$. 350.000.00 en total, dos préstamos de USD\$. 100.000 cada uno se instrumentaron a 1 año plazo y un préstamo por USD\$. 150.000,00 que se negoció a dos años plazo siendo la última fecha de vencimiento el 28 de abril del 2.009.

[REDACTED]

[REDACTED]

GENERALES

Como política general, se coordina acciones con el Directorio, a través de reuniones periódicas, para la toma de decisiones que permitan la buena marcha de la Compañía.

MEDIO AMBIENTE

En cumplimiento del Plan de Contingencias y Emergencias ambientales, se ha contactado con el Cuerpo de Bomberos para la capacitación al personal en simulacros de incendio.

En el Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional se ha realizado a nivel de todos los trabajadores de la compañía el programa de medicina preventiva en el dispensario del IESS de la Magdalena, sin que se presenten problemas de salud por contaminación del ambiente.

Para controlar la emisión de gases de combustión se construyó el sistema de condensación de gases de aceite.

Con respecto al Programa de relaciones comunitarias, se ha cumplido con la difusión y socialización del Plan de Manejo Ambiental con todos los moradores ubicados entre 0 y 100 metros a la redonda desde los límites de la planta y se ha participado en actividades sociales, culturales, educativas con los moradores aledaños.

La compañía cuenta con el CERTIFICADO AMBIENTAL POR AUDITORIA DE CUMPLIMIENTO, que nos fue otorgado en septiembre del 2007 y que tendrá vigencia por dos años, esto es hasta septiembre del 2.009.

La unidad de seguimiento RICTHISARM cada seis meses efectuará una inspección in situ para verificar si la compañía está cumpliendo con las actividades del Plan de Manejo Ambiental.

ASPECTOS CIVILES

La compañía tiene instaurado dos juicios respecto del terreno de propiedad de ASTRA que se encuentra ubicado en la parroquia Nayón del Cantón Quito. El primero por amparo posesorio seguido por Freddy Cabrera en contra de ASTRA en el Juzgado Vigésimo de lo Civil y que mediante providencia de 16 de julio del 2007, el proceso fue archivado por abandono de la parte actora, como estrategia del estudio jurídico del doctor Iván Torres,.

El segundo juicio por prescripción adquisitiva de dominio, presentado por Freddy Cabrera en contra de ASTRA C.A., por el Juzgado Séptimo de lo Civil, mediante sentencia dictada el 07 de enero del 2.008 el Juez Séptimo de lo Civil, desechó la demanda presentada por Freddy Cabrera, sin embargo este apeló y el proceso tendrá que ser ventilado en la Corte Superior de Justicia.

ASPECTOS TRIBUTARIOS

El Servicio de Rentas Internas con fecha 19 de noviembre del 2007, emitió la Nota de Crédito, mediante la cual se reconoce a favor de ASTRA C.A., el valor de USD\$. 3.657.74 atendiendo el reclamo administrativo planteado, debido al pago por exceso de retenciones en la fuente y anticipos realizados en el 2.006.

RESOLUCIONES DE JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Se dieron cumplimiento a las resoluciones tomadas por los accionistas en la Junta General Ordinaria celebrada el 24 de abril del 2.007, exceptuando por el pago de dividendos a los accionistas.

ANALISIS COMPARATIVO DE LOS RESULTADOS ECONOMICOS DE LOS AÑOS 2006-2007

Del análisis comparativo a los resultados económicos de los ejercicios 2006-2007 del

período enero a diciembre, se observa que existe un incremento del 15.69% en las ventas netas del año 2007 por el valor de USD\$. 314.777.93 y en las utilidades antes de impuestos un incremento del 91.72%, por USD\$. 45.947.59, considerando que a diciembre del 2.006, se registró una utilidad de USD\$. 50.098.15 y a diciembre del 2.007 la utilidad acumulada fue de USD\$. 96.045.74.

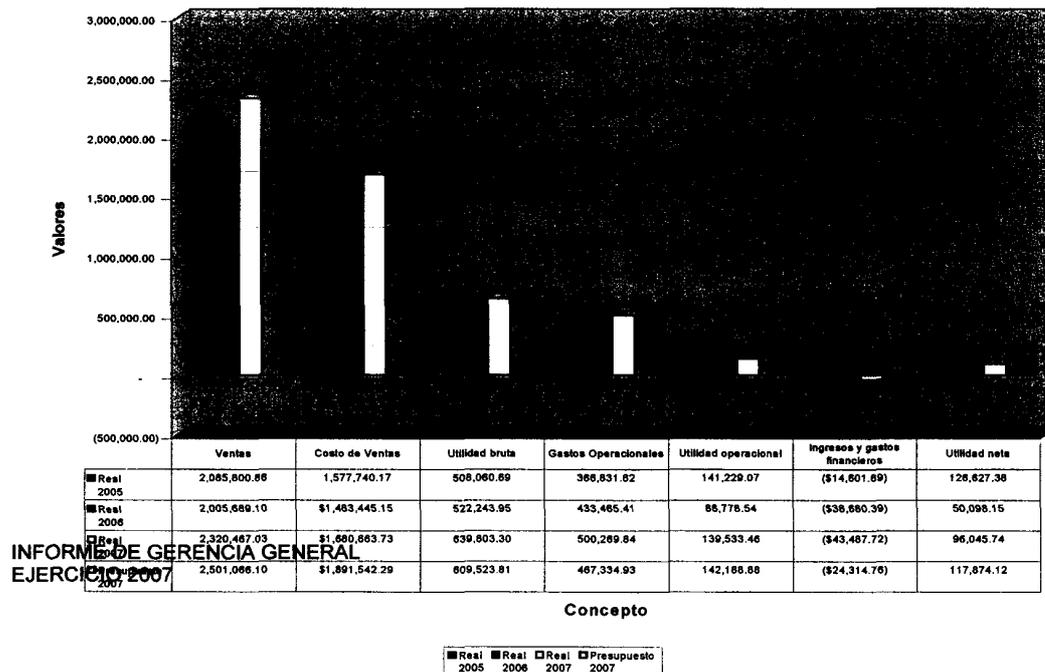
Los puntos más importantes del análisis del Estado de Resultados analítico, radican en un superávit con relación al año 2.006 del 15.23% en el volumen de ventas por 115.721.94 metros y del volumen de producción en el 7.12% por 57.106.92 metros adicionales a los producidos en el año anterior, por lo cual el margen de contribución unitario alcanza a USD\$. 0.66 por metro, con superávit del 3.27% con relación al año 2006 en que el margen de contribución unitario fue de USD\$. 0.64, la razón está dada por la composición de los productos, no se observa una variación importante en el precio ni en el costo de ventas unitario.

Revisando el comportamiento de los ingresos operacionales, se observa que a nivel de ventas brutas el incremento con relación al año anterior fue del 14.32%, porque las ventas brutas del 2.006 fueron de USD\$ 2.184.781.50 y las del 2.007 de USD\$. 2.497.665.15.

Los descuentos se han incrementado en el 15.83% y las devoluciones en ventas por el contrario se han decrementado en el 43.18%. El precio unitario en el 2.006 fue de USD\$. 2.55 y en el 2.007 fue de USD\$. 2.58 con una variación de 1.14% de incremento. Pues en todo el año solo hubo un incremento de precios.

El costo de ventas registra un incremento del 13.29% no solo por el incremento del volumen producido, sino por el incremento de los costos fijos y variables con relación al año anterior. En el año 2.006 el Costo de Ventas fue de USD\$. 1.483.445.15 y en el año 2.007 es de USD\$. 1.680.663.73, pero el costo unitario registra una variación del 0.42% de incremento con relación al año anterior, por la subida de USD\$. 0.01. El costo unitario en el 2.006 fue de USD\$. 1.91 mientras que en el 2.007 se ha incrementado a USD\$. 1.92.

Evolución de Resultados 2005-2007



Los gastos operacionales, registran un incremento del 15.41% con relación al año anterior, por el incremento de los gastos de venta en el 23.25% y de los administrativos en el 9.15%, la diferencia radica en que el año 2006 los gastos operacionales representaron el 19.84% de las ventas brutas y en el 2.007 se incrementa al 20.00%, por un alza de USD\$.66.804.42. El rubro de mayor afectación es sueldos y salarios que se incrementan en el 11.32% por USD\$. 28.779.08, en razón del incremento del personal de ventas, por la implementación de las nuevas sucursales de ventas propias. Otro de los rubros que denotan incremento es Arrendamiento de locales y arrendamiento del camión de reparto, debido a que estos gastos se produjeron en el 2.007. La opción de compra del camión se realizará en el mes de junio del 2008.

Constituyendo los gastos operacionales, gastos fijos, su impacto es determinante en el cálculo del punto de equilibrio y en las utilidades de la compañía, más aún si este gasto permanece fijo a cualquier volumen de producción y ventas, por lo que si bien existe un crecimiento del 15.41% a nivel global, a nivel de gasto unitario por producto la tendencia es que el gasto unitario sea de USD\$. 0.57 por metro producido y vendido,

El margen operacional registra una variación del 57.17% por USD\$. 50.754.92 en más frente al 2006 y responde al mantenimiento de los gastos operacionales. La utilidad operacional del 2006 fue de USD\$. 88.778.54 y la del 2007 fue de USD\$. 139.533.46, pasando del 4.06% de las ventas brutas en el 2006 al 5.6% en el 2.007.

Los gastos financieros tienen un incremento del 25.96%, por los intereses generados en el pago del servicio de la deuda con instituciones financieras y el financiamiento de las cartas de crédito con proveedores del exterior y los ingresos financieros tienen un incremento del 103.71%, debido a que en esta cuenta se registraron la utilidad en la venta de activos fijos y la factura de gastos de Exportación a Colombia por USD\$. 2.564.15 por lo que el efecto neto en los resultados es de un incremento de los gastos financieros en el 12.43%.

El punto de equilibrio se colocó en 65.299.19 metros, cuando en el año anterior estuvo en 62.657.31 metros, es decir una variación mínima pues el margen de contribución del año 2006 fue de USD\$. 0.64 mientras en el 2007 es de USD\$. 0.66 por metro producido y vendido.

ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DE LOS INGRESOS OPERACIONALES

Cuadro de ventas por tipo de cliente, enero a diciembre 2006-2007

CONCEPTO	2007		2006		VARIACION RELATIVA	
	Dólares	Unidades	Dólares	Unidades	Dólares	Unidades
Fábrica	795.647	317.773	691,048.22	280,185.45	15%	13%
Almacenes	168.397	79.597	115,020.15	51,841.28	46%	54%
Clientes Especiales	534.698	191.799	492,273.14	175,811.55	9%	9%
Plasticaucho	775.222	311.492	622,773.48	268,032.60	24%	16%

Industrial						
Exportación	8.606.23	3.045				
Productos con Valor agregado	37.897	5.342	84,574.11	305,544.45	-55%	-98%
Total	2.320.467	909.048	2,005,689.10	1,081,415.33	16%	-16%

El promedio de ventas mensuales en volumen durante el 2006 fue de 64.656 metros por de USD\$, 160.093, sin considerar los productos con valor agregado, que merecen un tratamiento diferenciado, mientras que en el ejercicio 2007 fue de 75.309 metros por USD\$. 190.214, con un incremento del 16.48% en volumen y del 18.81% en dólares.

COMPOSICIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Entre los dos períodos analizados el incremento del volumen producido es del 5.82% por 48.572 metros frente al 2006. En el 2007 el 2.73% del total producido lo constituyeron material de clase B y Retazos, en el 2.006, esta composición de la producción representaron el 3.91% del volumen total producido.

Considerando que el volumen producido en el 2007 no guarda una diferencia significativa frente al 2006 se observa que los costos fijos son similares en los dos periodos, y porcentualmente en el 2007 representan el 16.23% del costo de producción cuando en el año anterior fue del 17.51%.

La producción en volúmenes del ejercicio 2.007 comparativamente con el año 2.006 se desglosa como sigue:

CONCEPTO	2007	2006	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
Clase A	850.645	787.265	63.379	8.05%
Clase A con memo	8.610	14.856	-6.246	-42.05%
Clase B	16.077	24.380	-8.303	-34.06%
Retazos	8.025	8.284	-259	-3.12%
Total producido	883.356	834.784	48.572	5.82%
Costos fijos	264.442	264.623	-181	-0.07%
Costos variables	1.364.865	1.246.623	118.242	9.49%
Total Costos producción	1.629.307	1.511.246	118.061	7.81%

A partir de junio del 2007, se implementó la sección de Sellado Electrónico con la finalidad de dar valor agregado a los productos que se fabrican en la compañía y para lo cual se efectuó la adquisición de una máquina selladora de alta frecuencia hidráulica.

Luego de adecuar la segunda estación de trabajo y el desarrollo de varios prototipos de trajes de fumigación, en los meses de julio a octubre se realizaron producciones moderadas de la línea que comprende el sector florícola, el margen de contribución no fue óptimo durante estos meses debido a las dificultades que se presentaron con la resistencia de los materiales frente a los químicos a los que se encontraban expuestos, razón por la cual en

diciembre se descartó la producción de trajes de fumigación hasta el desarrollo de un nuevo producto con otras especificaciones

UTILIDADES DEL EJERCICIO 2007

En la conciliación tributaria practicada para determinar la base imponible sobre la cual debe efectuarse el cálculo del 25% de impuesto a la renta, se estableció las siguientes variaciones sobre la Utilidad contable registrada al 31 de diciembre de 2007, se adjunta un anexo descriptivo.

El resumen es el que se presenta a continuación:

CONCEPTO	VALOR DOLARES
Utilidades ejercicio 2.007	96.045.74
(-) 15% Participación Laboral	14.406.86
(-) 25% Impuesto a la renta	23.376.96
Utilidad neta del ejercicio	58.261.93
(-) 10% Reserva Legal	5.826.19
Utilidad Neta a libre disposición de accionistas	52.435.74

En cumplimiento de lo determinado en la Ley de Compañías, la Junta General de Accionistas debe autorizar la apropiación del 10% como Reserva Legal, esto es, USD\$. 5.826.19 quedando a libre disposición de los señores accionistas el valor de USD\$. 52.435.74

El Directorio propone a la Junta General de Accionistas que se efectúe la distribución total de los dividendos declarados en este ejercicio económico, por el valor de USD\$ 52.435.74

RECOMENDACIONES JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

PERSPECTIVAS PARA EL 2008

El *presupuesto de operaciones* para el ejercicio económico 2008, aspira a incrementar el volumen de producción y ventas en 10.58% sobre el obtenido en el 2007 en forma global, de tal suerte que incluso supere el volumen vendido en el 2006 en el 27.42%, a través de un fortalecimiento a la comercialización de productos principales como son Miura y Bisón y Expandible Normal Ensambladora que en total se estima constituyan el 25.85% del volumen total proyectado, en Plantilla Polyalgodón el presupuesto considera una reducción mínima del 4% en volumen pero porcentualmente seguirá siendo el producto de mayor representatividad con el 30.68% de las ventas totales del año.

La propuesta es un crecimiento en volumen del 67% en Miura y del 13% en Bisón se basa en las estadísticas de volumen y comportamiento de estos productos, a más de las últimas negociaciones efectuadas con clientes como Royaltex que es una fábrica de productos

promocionales para empresas de cosméticos que han reforzado la venta de estos productos.

Adicionalmente, se estima reforzar la participación del mercado con productos que incluyan procesos adicionales, entiéndase productos como metalizados, jaspeados y estampados, dado la demanda manifiesta del mercado especialmente en el último trimestre del 2.007, que marcó una tendencia favorable para la compra de estos productos, particularmente en la región costa, tendencia que se evidenció por el ingreso de productos similares importados de Colombia y Brasil principalmente.

Se prevé un incremento en la demanda de productos destinados al segmento publicitario, por dos factores importantes a saber; el primero que nuestra compañía ha marcado una diferencia sustancial frente a otros proveedores habituales del segmento publicitario, por la confiabilidad, velocidad en la respuesta, calidad y precio del producto y logística empleada, que al cliente le da seguridad y confianza para comprometerse a su vez con su cliente final, el segundo factor es el conocimiento de la diversificación de productos que tiene el portafolio de ASTRA, por parte de potenciales clientes que a través de los puntos de venta propios identifican que existen productos para satisfacer su necesidad particular

La percepción del mercado era muy restringida respecto de la amplitud de segmentos a los cuales nos dirigimos, pues la percepción era limitada a los segmentos automotriz y de tapicería de muebles de hogar, por lo que los puntos de venta se han convertido en una vitrina eficaz en cuanto a gestión de venta integral y promoción de productos no tradicionales, lo que ha provocado un fenómeno de sustitución tanto de producto como de proveedor, al encontrar una alternativa de abastecimiento local, que reduce los costos del productor y por ende del consumidor final.

En lo concerniente a productos con Valor Agregado, que se fabrican en la Selladora Electrónica, en el 2.007 se ingresó al segmento de productos para motorizados, (trajes de motociclistas, ponchos de agua, chaquetas y botas para motociclistas), encontrándose la compañía en la etapa inicial esto es definición de prototipos definitivos en varios tipos de materiales, por lo que se ha efectuado una producción moderada de estos productos.

La programación mensual para mantener un stock mínimo de 300 unidades por producto está coordinada entre Producción y Comercial sobre la base de los productos de mayor rotación.

Se espera que el mercado de este segmento se estabilice para mantener promedios de venta regulares con margen de contribución interesante que coadyuve al mejoramiento de los resultados de la compañía.

En los informes que la Gerencia presenta al Directorio, se ha mencionado en forma permanente el efecto que tienen en los costos de producción, el incremento de los precios de la materia prima e insumos derivados del petróleo, especialmente DOP, PVC e HILO, lo que adicionalmente ha incidido en la liquidez de la compañía, porque no se ha incrementado el volumen de compras, sino que se compra la misma cantidad pero a precios superiores.

El impacto mayor se registra en el DOP, pues al iniciar el año 2007 se registró un precio de USD\$. 1.94 por kilo y al finalizar diciembre el precio fue de USD\$. 2.26 por kilo, incremento

del 9.28% en un solo año, pero si se analiza retrospectivamente desde el año 2000, observamos que de un precio de USD\$. 0.90 por kilo se incrementó a USD\$. 2.26 a diciembre del 2.007, esto expresado en monto total de la compra por 32.000 kilos por pedido, pasa de USD\$. 28.800.00 en el 2.000 a USD\$. 72.320,00 en el 2.007, sin embargo estos incrementos no pueden ser trasladados en su totalidad y con la frecuencia con la que se producen al precio del producto terminado, porque caso contrario salimos de mercado.

Con el objeto de licuar los costos y gastos fijos a través de volumen de producción y de optimización de la capacidad instalada de planta y considerando que el mercado local no brinda una seguridad en volumen de compra por cualquier eventualidad, sea climática, de confianza en el Gobierno de turno o cualquier otra, se planteó al Directorio dadas las dificultades que se han presentado en todos los intentos de negociación con el mercado exterior, que le faculten a la administración efectuar ventas al exterior con un margen mínimo de rentabilidad, para posicionarse en el mercado ya que el precio siempre ha sido un gran limitante, pues la calidad y variedad de productos ha sido una fortaleza para la compañía.

Por ello se han efectuado importantes acercamientos con grandes empresas peruanas y colombianas líderes en distribución de productos con recubrimiento plástico. En el Perú se contactó con el señor Carlos Javier, Representante Legal de la compañía MULTITOP, la distribuidora más grande de este país, que tiene bodegas distribuidas en Lima. Su interés se concentró en los productos Miura y Bisón con diseños jaspeados y de bastones, adicionalmente se visitaron a los señores Javier Palacios un comerciante informal que vende al por menor y que aspira que la primera negociación sea de USD\$. 15.000,00 y distribuidores dedicados al segmento del calzado como Plavimar y Javier Palacios a los que se les ha entregado muestrarios completos de todos los productos.

En Colombia los contactos fueron directos con el señor Rodrigo Botero de la empresa CALIPLASTICOS, que se encuentra muy bien posicionada en el mercado y que es la principal competidora de la empresa CALIPSO de Proquinal, demostró interés en los productos Bisón y Miura y en un nuevo desarrollo de un producto Miura con otras especificaciones de espesores y base textil, además solicitó el desarrollo de nuevos colores, su propuesta es una negociación FOB PUERTO BUENAVENTURA.

Con fecha 4 de septiembre del 2006, mediante R.O. N° 348 se publica la Resolución N°. 06.Q.IC-004, que resuelve en su artículo segundo, disponer que las "NIIFs" Normas Internacionales de Información Financiera, sean de aplicación obligatoria por parte de las entidades sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías para el registro, preparación y presentación de los Estados Financieros a partir del primero de enero del 2009.

Este hecho obedece a la integración del Ecuador a las normas internacionales de información financiera IFRS (Internacional Financial Reporting Standard), que busca homologar los balances de las compañías con normatividad local.

Estos nuevos requerimientos no solo pueden tener consecuencia significativa en las cifras y contenidos de los Estados Financieros de la compañía, sino también en la presentación de los balances, su conceptualización, aplicación de los sistemas de contabilidad y en la preparación del personal financiero contable.

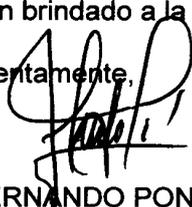
Para lo cual como previo paso la compañía deberá contratar la asesoría de empresas especializadas en el tema, para efectuar la evaluación, preparación, implementación y conversión de los estándares contables actualmente en curso a las Normas Internacionales de información financiera.

Esto implicará incluso un cambio del software aplicativo y del hardware, pues el que actualmente se aplica SAFI, es un programa cerrado en el que no se podrá aplicar la implementación de las nuevas normas de carácter obligatorio.

Según la compañía BDO Stern Cia. Ltda., que está asesorando a las empresas afiliadas a la Cámara de Industriales de Pichincha, el enfoque general serían 4 fases a saber: Diagnóstico, Preparación, Implementación y Monitoreo.

Quiero reiterar mi agradecimiento a todos y cada uno de los señores Directores, ejecutivos, empleados y trabajadores de la compañía por el decidido apoyo y esmerada colaboración que han brindado a la Gerencia.

Atentamente,



FERNANDO PONS TORRES

