

Quito, 8 de Marzo del 2007

INFORME ANUAL DE GERENCIA

Señores accionistas:

Como Gerente General de la Compañía Nesisco S. A., presento ante ustedes, para su aprobación, el Informe anual de Gestión correspondiente al período Enero – Diciembre del 2006, respaldado con los respectivos balances contables.

Como antecedentes es necesario señalar dos aspectos:

- Política Comercial de Unilever Andina S.A.
- Entrega de la distribución de Aceite a la Fabril

Política Comercial de Unilever

Nuestra proveedora Unilever Andina, sigue en la línea de aplicar su política en los KPI'S que ellos consideran los necesarios para desarrollar sus marcas a través de la distribución horizontal que debe ejercer el distribuidor, aumentando indicadores claves como el FOEX y visibilidad en los puntos de ventas.

Los convenios instaurados y trabajados por nosotros en el 2005 se volvieron a reeditar en este 2006 para tener mejor presencia en los puntos de ventas considerados Top Ten por su volumen de ventas, exhibición y visibilidad.

En este año, el alza de precios en algunas marcas ha creado una recesión en las ventas mientras el mercado asimila los mismos y los revendedores terminan su stock. El caso de detergentes fue el más complicado, ya que es un producto muy sensible y su volumen es alto, ya que representa un 35% a 40% de nuestras ventas.

Entrega de la distribución de Aceite a la Fabril

Para este año Unilever y La Fabril (dueña de las marcas Favorita y Criollo) resolvieron finiquitar planificadamente el contrato de distribución de Aceites, en nuestro caso esto se dio en el mes de Octubre, pero, la escasez de aceite era notoria desde mucho antes y La Fabril empezó a organizar sus zonas creando un malestar en el mercado ya que en esta transición los clientes pensaban que el distribuidor antiguo estaba desapareciendo totalmente de la zona.

El dejar de distribuir este producto represento para Nesisco un 40% aprox. de reducción en nuestra ventas, esto hizo que Unilever revea su política y nos aumente los descuentos en las categorías que quedaban para poder seguir teniendo rentabilidad y pagar nuestros gastos.

En resumen, el 2006 se presento como un año difícil por la situación política, la baja de nuestra masa crítica de ventas y, la falta de dinero en el mercado debido a que, en esta zona hasta el 2005 se vivía una economía falsa, generada por el exceso de liquidez provocada por la entrega de dinero con intereses exorbitantes en lo que se dio por conocer como: "El caso Cabrera". Muchos de nuestros clientes fueron víctimas de esa estafa.

Con los resultados contables que estoy adjuntando como soporte de este informe, espero el análisis de ustedes con las observaciones del caso, las mismas que servirán para lograr mejores resultados en el año 2007.

De los señores Accionistas,

Muy atentamente,



Miguel Ordóñez Villacreses
Gerente General

Adjunto lo indicado.