

INFORME DE ADMINISTRACIÓN CANDLECROSS S.A. EJERCICIO ECONÓMICO 2009

ENTORNO ECONÓMICO:

La economía ecuatoriana creció muy poco el 2009. Los efectos de la crisis mundial no afectaron mayormente al Ecuador ya que los precios del petróleo se mantuvieron altos y aquello permitió que no existan grandes desbalances en nuestra economía.

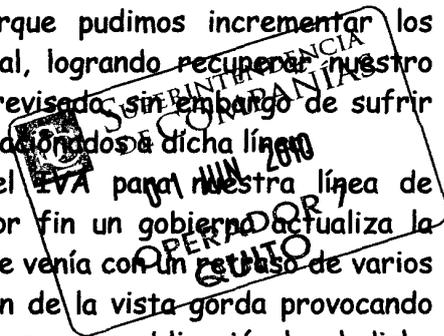
Un dato que preocupa a todos es el incremento del índice de desempleo y el de subempleo, que sumados superan el 50%. Si bien esto puede ser visto como algo normal en nuestro país, el hecho de que exista menos empleo formal y más gente en actividades económicas de ingresos muy bajos (subempleo) es un indicador de menor nivel de vida para una gran parte de la población, lo que afectará a todas las actividades comerciales.

Las previsiones para el siguiente año, o sea el 2010, no dejan de ser preocupantes y podríamos pensar que no vamos a tener condiciones favorables en este y el siguiente período.

RESULTADOS COMERCIALES:

Los resultados en materia comercial para nuestra empresa en el 2009 fueron muy alentadores, básicamente porque pudimos incrementar los precios de nuestra principal línea comercial, logrando recuperar nuestro margen, que desde el 2004 no había sido revisado, sin embargo de sufrir incrementos en todos los costos y gastos relacionados a dicha línea.

Otra buena noticia fue la eliminación del IVA para nuestra línea de preservativos y pruebas de embarazo. Por fin un gobierno actualiza la famosa lista de productos libres de IVA, que venía con un retraso de varios años y que gobiernos anteriores se hicieron de la vista gorda provocando muchas situaciones de injusticia, a más de ser una obligación legal dicha actualización. Esto ha permitido poder competir en situación de igualdad con todas las otras marcas que no pagaban IVA y, en consecuencia, tenían



muchos más recursos para destinarlos a campañas de publicidad e introducción de producto. Por fin logramos obtener (mediados de año, con 6 meses de retraso) La autorización de precios por parte del Consejo para los productos Cellasene y Little Bear. Esto nos permitió empezar su comercialización aunque tarde, pero comenzar al fin.

Los ingresos por ventas mejoraron significativamente en razón de lo explicado anteriormente, en un 15,96% en productos propios y en el total de ingresos crecimos un 31,83%, alcanzando USD 1'127.279,43 de ingresos totales en el ejercicio. La inversión en publicidad fue muy alta en el 2009, especialmente la relacionada a la introducción de Cellasene, misma que alcanzó USD 137.378,96 en ese ejercicio, esperando algo similar para el 2010.

PROYECCIÓN PARA 2010.-

La introducción de Cellasene no ha dado los resultados esperados, lo que implicará mayores esfuerzos en el 2010. Deberemos extremar el análisis y el buen juicio para lograr los mejores resultados en esta tarea.

El trabajo el Little Bear también podrá dar excelentes resultados si se logran ejecutar los planes previstos.

Otra tarea es la de consolidar nuestra presencia con todos nuestros productos en todas las cadenas importantes, lo que nos llevará a mejorar los resultados en ventas de manera significativa.


Mariela García de Barrella

