

INFORME DE LABORES A LOS ACCIONISTAS DE ZAPHIR-TRADE S.A. EJERCICIO 2011

En la empresa enfrentamos el reto de desarrollar una nueva línea de negocio consistente en bombas dosificadoras a ser comercializadas con industrias que las usan como insumos para sus productos por lo general de consumo masivo. Para ello, se contrató un Gerente de línea y una asistente de ventas y se creó la segmentación del plan de cuentas respectivo. No obstante, hacia finales del 2010 se presentaron varios problemas de carácter administrativo que nos obligaron a realizar algunos ajustes hacia lo interior. También, en cuanto al suministro continuo de bombas hubo problemas que hacia finales del año nos llevaron a tomar decisiones más radicales como fue la de comprar directamente en Asia e introducir las bombas con marca propia. Este nuevo esquema verá sus frutos recién en el 2012.

También el 2011 finalmente se concretó el aumento de capital a \$48,418 actualmente pagados.

AREA COMERCIAL

Las ventas netas del año fueron de \$268,736 de los cuales, \$115,445 corresponde a la línea CONSTRUCCIÓN y \$153,291 a INDUSTRIA.

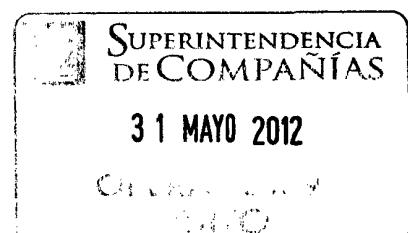
Del análisis de nuestras ventas en construcción, se observa que las cadenas como Home Vega y Kywi representan el mayor porcentaje de ventas, y luego están constructores, en especial en la zona de Esmeraldas donde se han vendido tradicionalmente bien nuestros calentadores de agua.

En Industria, el 2011 fue un año decisivo al dar inicio a una venta más sistemática a partir de Febrero con la incorporación formal de un gerente y asistente de ventas, que tuvieron como desafío incorporar más y más clientes, inicialmente enfocados en Pichincha y posteriormente también en Guayaquil, donde la participación de ZAPHIR Trade en la ferias IPLAS 2011, fue un factor muy importante.

Luego de la participación en la feria y los problemas de se agudizaron en el suministro continuo y confiable de bombas desde Asia por intermedio de la multinacional que nos vendía, tomamos la decisión de contactar directamente a los fabricantes de las bombas en China e introducir las con nuestra propia marca, ZAPHIR Pumps, que fue registrada debidamente. Esto, sin embargo, no tuvo un efecto comercial significativo durante el 2011 sino que se verá en el siguiente año. Con este cambio, logramos mejores precios de origen, por lo tanto mejoramos significativamente nuestros márgenes de ganancia bruta, lo que nos hace mucho más competitivos. La desventaja, sin embargo es que en China debemos prepagar el producto, lo cual nos lleva necesariamente a una mayor dependencia de capital de trabajo, que deberá ser resuelta a inicios del 2012 para poder sustentar esa operación.

AREA ADMINISTRATIVA

La cartera de ZAPHIR Trade construcción es bastante confiable; sin embargo en industria, al tratarse de nuevas relaciones, ha debido merecer un cuidado más esmerado. En el manejo de importaciones, hemos advertido incrementos importantes en los fletes aéreos, y hemos debido buscar alianzas estratégicas con prestadores de servicios más confiables, toda vez esta función se ha vuelto más y más demandante y continua.



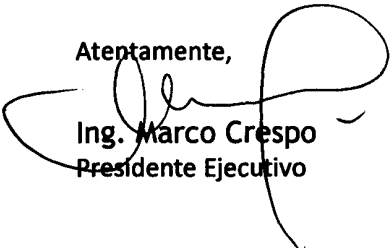
En la parte contable, tuvimos que lamentar que a fines de Noviembre la contadora renunciara, lo cual nos llevó a buscar los servicios de compañías más formales para encargar este delicado tema, habiendo contratado finalmente a finales de año a la empresa Auditricont para la implementación de las NIIFs y al Sr Marlon Uvillus el outsourcing contable.

Tuvimos que lamentar terminar el año con resultados negativos de \$10.798 que se debieron exclusivamente a la operación en pérdida de la línea industria, debido a los problemas de falta de abastecimiento y por ende pérdida de ventas, al tiempo de tener costos fijos por inventario no adecuado. El inventario inadecuado está siendo devuelto al proveedor y así canceladas las obligaciones, no obstante, hemos debido asumir costos de bodegaje. Con las medidas tomadas, en el 2012 se verán los resultados positivos, sin embargo no antes del segundo semestre. En la línea construcción, las ventas mejoraron con respecto al 2010 y el margen de ganancia bruta se mantuvo. La falta de capital de trabajo hizo que se perdieran oportunidades de venta, situación que es requerida también en esta línea para asegurar un adecuado crecimiento y posicionamiento en el mercado.

Por lo demás, la compañía se encuentra al día con todas sus obligaciones financieras, patronales y tributarias y cumpliendo con oportunidad las declaraciones obligatorias.

Quito, 31 de Marzo 2012

Atentamente,


Ing. Marco Crespo
Presidente Ejecutivo

