

INFORME DE GERENCIA AÑO 2007

Desde el año 2005 Proglobal se puso como meta el diversificar su portafolio de productos buscando marcas probadas y de prestigio a nivel internacional. Finalmente y después de haber descartado muchas posibilidades se llegó a concretar la representación de Snapple a finales del 2006. Gracias al buen trabajo realizado a nivel comercial se ha logrado en el 2007 introducir dicha marca con gran éxito en todo el Ecuador. Por esta razón hemos logrado afianzar relaciones con Cadbury y de esta forma tenemos ya los derechos para introducir toda la línea de sus bebidas y desde este año estaremos comercializando en el mercado H Punch, MR y MS T y otras de sus excelentes marcas. También fue un año en el cual hemos realizado alianzas estratégicas con empresas productoras e importadoras de bebidas y alimentos firmando convenios de distribución exclusiva logrando así que a partir del 2008 salgamos al mercado con más productos como lo vamos a revisar en la proyección.

VENTA 2002-2007

COMPARATIVO ANUAL	2002	2003	2004	2005	2006	2007
VENTAS	78,230	219,657	319,118	377,621	420,779	633,892
		181%	45%	18%	11%	51%

Como podemos ver claramente hemos tenido grandes aumentos en las ventas todos los años, sin embargo para poder cumplir con esto hemos tenido que reaccionar e implementar ciertos gastos y estrategias no planificadas ya que el mercado es muy volátil y competitivo en este tipo de industria.

RESULTADOS 2007

RESULTADOS AÑO 2007	PRES 2007	REAL 2007
VENTAS	618.490	633.892 2,49%
COSTO DE VENTAS	394.669	392.130 64% 62%
UTILID BRUTA	223.821	241.762 36% 38%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	153.612	202.932 32,11%
GASTOS FINANCIEROS	13.597	18.835 38,52%
GASTOS MARKETING	30.924	70.248 5% 11,08%
DEPRECIACIONES	18.776	18.776 0,00%
TOTAL GASTOS	216.909	310.792 35%
UTILIDAD ANT DE IMP	6.912	-69.030
RENT VENTAS	1%	-11%
RENT CAPITAL	4.40%	-43,97

Como podemos ver pasamos el presupuesto de ventas y también mejoramos el costo de ventas teniendo como resultaos una utilidad bruta del 38 por ciento un 2 por ciento mas de lo presupuestado. Sin embargo los gastos administrativos se vieron fuertemente afectados principalmente debido a que se decidió abrir operaciones en Guayaquil con el objetivo de realizar una mejor gestión comercial en dicha región y así poder incrementar ventas las mismas que siempre han representado un porcentaje muy bajo de las ventas a nivel nacional. Para lograr esto se contrato un gerente regional de experiencia en la industria de bebidas energizantes el mismo que nunca cumplió con nuestras expectativas siendo esto más que un aporte, una fuerte carga administrativa. A fin de ano se finalizó con su contrato teniendo que pagar indemnizaciones y demás de por ley.

El gasto Financiero también fue mayor a lo presupuestado ya que por cuestiones de flujo de caja y aumento en los gastos administrativos no se pudo pagar todo el capital que estaba contemplado a la deuda de Proandi.

Otro gasto que fue mucho mayor a lo presupuestado fue el de Marketing, ya que al igual que en años pasados la fuerte introducción al mercado de nuevos competidores nos han obligado a hacer mas inversiones que nos permitan poner barreras de entrada para no perder peso y posicionamiento en el mercado.

Todo esto nos deja una fuerte pedida la misma que esperamos recuperar casi es su totalidad con los resultados del 2008.

PROYECCION 2008:

PROYECCION 2008	PROY	
	2007	2008
VENTAS	633,892	997,791 57%
COSTO DE VENTAS	392,130	667,893 62% 67%
UTILID BRUTA	241,762	329,898 38% 33%
GASTOS ADMINISTRATIVOS	202,932	192,219 -5%
GASTOS FINANCIEROS	18,835	17,435 -7%
GASTOS MARKETING	70,248	49,060 11% 5%
DEPRECIACIONES	18,776	13,375 -29%
TOTAL GASTOS	310,791	272,089 -12%
UTILIDAD NETA ANT DE IMP	-69,029	57,809 -11% 6%

Esperamos aumentar un 57 por ciento las ventas debido principalmente a las nuevas marcas incorporadas al portafolio de Proglobal. Por un lado tenemos las marcas propias

Importadas del proveedor Cadbury como son H Punch y MMT, y por otro lado vamos a vender Aquaplust, aguas funcionales y Bestevia, endulzante natural cero calorías, productos que pertenecen a las empresas con las cuales hemos hecho alianzas estratégicas y firmado contrato de distribución exclusiva.

El costo de ventas será de nuevo afectado y sube al 67 por ciento debido a la ya conocida situación de los Estados Unidos y por ende al encarecimiento del precio del Euro. Esto afecta a los productos que se importan desde Alemania como es CULT y JAGERMAISTER. Para su conocimiento se presupuestó los costos con en Euro de 1.45

Los gastos Administrativos los vamos a bajar en un 5 %.

También baja el gasto financiero ya que se termina de pagar el préstamo para capital de trabajo de una de las dos deudas que se mantiene con el Produbanco. Todavía mantenemos una deuda de 30.000 usd y de 63.735 usd con Produbanco y Proandi respectivamente, la misma que por el momento y debido al crecimiento en marcas se seguirá pagando solo intereses y no capital.

En Marketing se va a realizar un trabajo muy específico y se espera contar con recursos de los proveedores para diferentes actividades. Por esta razón esperamos gastar el 5 por ciento de las ventas en publicidad y propaganda entre todas las marcas.

Las depreciaciones también bajan ya que se realiza la venta del activo fijo Ford Sport Track.

Con todo esto esperamos llegar a tener una utilidad antes de impuestos de 57.809 usd, esto representa el 6 por ciento de las ventas y el 24 por ciento del nuevo capital.

							PROY 2002
CULT	78,230	217,628	255,302	331,122	268,536	306,982	209,088
		178%	17%	30%	-19%	14%	-32%
CULT DIET					22,466	59,910	38,016
						167%	-37%
JAGERMAISTER				19,308	66,773	102,826	135,864
					246%	54%	32%
VODKA			51,863	39,001	24,613	18,367	19,530
				-25%	-37%	-25%	6%
SNAPPLE						141,158	150,120
							6%
H PUNCH							75,240
MMT							65,362
BESTEVIA							128,621
AQUAPLUS							171,360

En este cuadro podemos ver que proyectamos crecimiento en ventas para las marcas Snapple y Jagermiaster, sin embargo proyectamos un 32 por ciento menos en ventas de Cult y Cult diet debido a las circunstancias de mercado y el nivel de competencia ya que existen marcas más baratas y con presupuestos para publicidad muy por encima de los nuestros lo que nos obliga a buscar un nicho de mercado muy específico.

Por otro lado esperamos cumplir con las expectativas que tenemos con todas las nuevas marcas (H punch, MMT, Bestevia y Aquaplus). Las mismas que se han proyectado en un escenario conservador.

RENTABILIDAD POR MARCA 2008

MARCA	COSTO	VENTA	RENT
CULT	0,75	1,32	43%
CULT DIET	0,75	1,32	43%
JAGERM	13,83	18,87	27%
SNAPPLE	0,65	0,90	28%
H.PUNCH	1,32	2,85	54%
MR Y MST	2,12	3,56	40%

En este cuadro podemos ver la rentabilidad de las ventas por marca, aquí destacamos que CULT es el producto en el que mas ganamos debido a su alta rentabilidad y todavía sigue siendo un producto estrella ya que es el mayor en número de unidades vendidas.

DEUDA PROGLOBAL

DEUDA AL 31 DIC	2007	INT 2008	2008
DEUDA PRODUBANCO 1	13.489	784	0
DEUDA PRODUBANCO 2	30.000	3.944	30.000
DEUDA PROANDI	63.735	6.384	63.735
DEUDA CAMION	10.515	0	3.406
		11.112	

En este cuadro podemos ver el total de intereses proyectados a pagar en el 2008. Aquí solo se esta pagando capital del préstamo de Produbanco 1, el mismo que se termina de pagar en el 2008 y el capital del préstamo del camión. A mitad de año evaluaremos el flujo de caja para ver la posibilidad de abonar capital a las otras deudas.

NUEVAS INVERSIONES Y GASTOS PARA EL 2008

Debido al incremento del portafolio de productos nos vemos en la necesidad de invertir en la compra de un nuevo camion ya que nuestro único vehiculo para distribución ya no abastece con las necesidades de la empresa. Por el momento será suficiente la compra de un furgón marca change, de procedencia China que abastece hasta 700 kg de peso, el cual nos ayudara a las entregas a los clientes dentro de la ciudad. El valor de este activo es por 11.000 usd y podemos pagarlo sin intereses en cuatro cuotas fijas.

También la construcción de una pared y puerta en las oficinas centrales para optimizar el espacio de los ejecutivos de la empresa.

Este año se va a gastar el 5% de las ventas en promoción y publicidad.

No hay ningún cambio en los gastos administrativos además de un pequeño reajuste al personal operativo de la compañía, mas no a las gerencias y ejecutivos.

Como ya es de su conocimiento a finales del año 2007 se aprobó el aumento de capital de 157.000 a 237.000 USD, dicho aumento ya esta aprobado y los nuevos porcentajes quedaron según el siguiente cuadro:

	ACTUAL 157.000	AUMENTO 80.000	NUEVO 237.000	%
TWDB	61.230	0	61.230	25,84%
TWJ	61.230	19.600	80.830	34,11%
JO	20.410	10.400	30.810	13,00%
BT	14.130	0	14.130	5,96%
PW		50.000	50.000	21,10%

En este momento se esta procesando legalmente la venta y cesión del total acciones del señor Thomas Wright Duran Ballen a Thomas Wright Jijon y a la empresa Carney Development Corp.

PRESUPUESTO DE MARKETING 2008

Hemos asignado 48.200 usd de presupuesto para el año 2008. Este gasto se lo va a realizar según la necesitas y estrategia por marca. Hay que mencionar que a esto se le debe sumar el apoyo recibido por parte del proveedor de Cadbury.

CULT / CULT DIET (26.200 usd)

Campaña en radio, para enfocar los beneficios del producto contra la competencia.

Sampling

Material POP

JAGERMAISTER (6.500 usd)

Sampling
Barridas con modelos
Material POP

SNAPPLE / H PUNCH / MMT (15.500 usd)

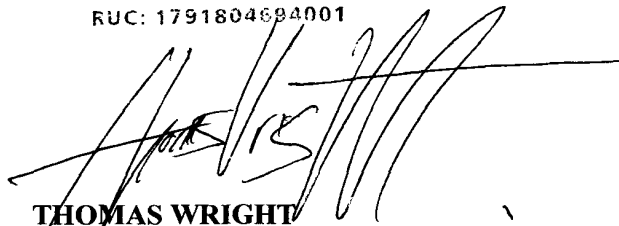
Sampling
Material POP
Cine (Siempre y cuando recibamos el apoyo del proveedor)

Como pueden ver nuestro presupuesto es muy limitado por lo cual nos vemos obligados a realizar actividades muy específicas y puntuales.

Es importante mencionar que el Marketing para las marcas Vodka Nemiroff, Aqua plus, y Bestevia será realizado por sus respectivas empresa ya que estos productos no son importados por Proglobal.

PROGLOBAL S.A.

RUC: 1791804694001

A large, stylized handwritten signature in black ink, likely belonging to Thomas Wright, is written over the printed name and title.

THOMAS WRIGHT
Representante Legal
PROGLOBAL S.A.