

INFORME DE GERENCIA AÑO 2008

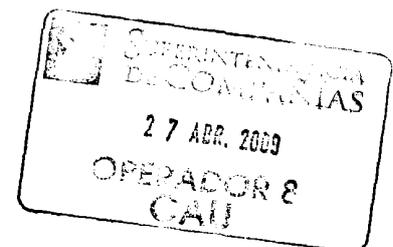
VENTAS 2002-2008

COMPARATIVO ANUAL	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
INGRESOS	78.230	219.657	319.118	377.621	420.779	633.892	774.265
%		181%	45%	18%	11%	51%	22%

Los ingresos han tenido un incremento promedio del 55% desde el año 2002.

RESULTADOS 2008

RESULTADOS AÑO 2008	PRES 2008	REAL 2008
INGRESOS	997.791	774.265
COSTO DE VENTAS	667.893 67%	506.724 65%
UTILID BRUTA	329.898	267.541
GASTO ADMINISTRATIVO	192.219	232.843
GASTOS FINANCIEROS	17.435	19.501
GASTOS MARKETING	49.060 4,92%	45.353 5,86%
DEPRECIACIONES	13.375	11.116
TOTAL GASTOS	272.089	308.813
UTIL/PERD ANTES DE IMP	57.809	-41.274



VENTAS

No se pudo cumplir con lo el presupuesto de ventas debido a lo siguiente:

1. Tuvimos una fuerte baja en la ventan de CULT con respecto al año 2007 esto básicamente se debe a la entrada fuerte de V220 energizante nacional el cual lanzó su producto con una campaña en mercadeo muy agresiva y precios masivos. Esto afecto a todas las marcas importadas y de hecho hubieron algunas que al no estar bien posicionadas como Cult tuvieron que salir del mercado. Solo aquí tuvimos un desfase de mas de 63.345 usd

2. Fuimos demasiado optimistas en el presupuesto de la venta del nuevo producto H Punch teniendo un desfase de 47.485 usd
3. Lo que mas nos afecto definitivamente fue el producto Aqua plus, por un lado el mercado nos enseño que no hay que ser tan optimistas ya que posicionar una marca completamente desconocida y que además no tuvo la imagen correcta que cumpla con las expectativas de su target de mercado, necesita de una campaña de mercadeo la misma que nunca fue implementada ya que en el interin se decidió cambiar la imagen del producto. Aquí se tuvo un desfase de 138.569 usd
4. Otro producto que no cumplió con las expectativas fue Bestevia, pues el mercado todavía no esta listo y maduro como por ejemplo ya es Colombia en este tipo de categoría, Sin embargo estamos seguros de que con el tiempo esta categoría será muy importante dentro de la azúcar cero calorías.
5. Todos los otros productos (JAGER, SNAPPLE, MMT MIXERS, CULT DIET, VODKA) se cumplió sobre las expectativas en un 133%

En el siguiente cuadro podemos ver el detalle de ventas presupuestadas y reales por marca:

PRESUPUESTO 2008	PRESUP	REAL		
VENTAS POR MARCA	TOTAL	TOTAL		
VENTAS JAGERMEISTER 0,75L	135.864	138.700	2.836	102%
VENTAS VODKA	19.530	43.835	24.305	224%
VENTAS CULT DIET	38.016	36.803	-1.213	97%
VENTAS CULT REGULAR	235.039	171.694	-63.345	73%
VENTAS SNAPPLE	150.120	167.653	17.533	112%
VENTAS H PUNCH	75.240	27.755	-47.485	37%
VENTAS MR Y MS T	65.362	85.834	20.472	131%
VENTAS AQUA PLUS	162.000	23.431	-138.569	14%
VENTAS BESTEVIA	128.621	55.464	-73.156	43%
DEVOLUCION VENTAS	-12.000	-26.368		
TOTAL VENTAS	997.791	724.800	-258.623	

VENTAS POR TIPO	2.008	%
SUPERMAXI	264.879	32%
DISTRIBUIDORES	137.130	16%
OTROS	431.225	52%
	833.234	

Para el año 2009 nos enfocaremos en crecer en puntos de venta directos en la ciudad de Quito para bajar la dependencia en Distribuidores y Supermaxi.

COSTO DE VENTAS

El costo de ventas estuvo por debajo de lo presupuestado en porcentaje, del 67% obtuvimos el 65%.

GASTO ADMINISTRATIVO

Tuvimos un incremento en el gasto Administrativo por 39.913 usd más de lo presupuestado debido a lo siguiente:

- 1- Incremento en comisiones pagadas a provincias por encargarse de la logística de entrega y cobro de clientes propios de Proglobal como es el caso de Tabernas.
- 2- Incremento en almacenamiento de productos en Almagro debido al sobre inventario comprado especialmente en Cult e incremento a mediados de año del costo mínimo por matrícula.
- 3- Incremento en el costo unitario de transporte de envío de producto a Provincias.
- 4- Contratación de un empleado más para el área de bodega.
- 5- Incremento en el costo de mantenimiento vehículos.
- 6- No estaba en el presupuesto los honorarios abogados y tramites legales para realizar el aumento de capital de la entrada del socio Paul Wright

GASTO FINANCIERO

Este incremento por un poco más de 2000 usd se debe básicamente a la necesidad de aumentar el pedido de pronto pagos en Fybeca por necesidad de flujo de caja.

PROYECCION 2009:

PROYECCION 2009	REAL 2008	CONS. 2009	POS. 2009
INGRESOS	774.265	857.311 11%	1.028.773 20%
COSTO DE VENTAS	506.724 65%	526.832 61%	627.551 61%
UTILID BRUTA	267.541	330.479	401.222
GASTOS ADMINISTRATIVOS	232.843	206.117 -11%	206.117 -11%
GASTOS FINANCIEROS	19.501	20.489	20.489
GASTOS MARKETING	45.353 5,86%	60.000 7,00%	60.000 5,83%
DEPRECIACIONES	11.116	10.069	10.069

TOTAL GASTOS	308.801	296.675 -4%	296.675 -4%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-41.724	33.806	104.547

VENTAS:

En el escenario conservador esperamos tener un incremento en ventas del 11%, esto esta calculado en base a las ventas reales del año 2008 y incremento en ventas en Jager y Aquaplus principalmente ya que mas del 90% del presupuesto para mercadeo va a ir destinado a esta dos marcas. También tenemos incremento en Snapple tomando en cuenta el promedio de ventas del segundo semestre del 2008 desde que introducimos 2 nuevas presentaciones. En el siguiente cuadro podemos ver las ventas proyectadas comparadas a años anteriores por cada marca.

VENTAS POR PRODUCTO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CULT	78.230	217.628	255.302	331.122	268.536	306.982	171.694	149.760
		178%	17%	30%	-19%	14%	-44%	-13%
CULT DIET					22.466	59.910	36.803	7.363
						167%	-39%	-80%
JAGERM				19.308	66.773	102.826	138.700	209.822
					246%	54%	35%	51%
VODKA			51.863	39.001	24.613	18.367	43.835	12.045
				-25%	-37%	-25%	139%	-73%
SNAPPLE						141.158	167.653	207.480
							19%	24%
H PUNCH							27.755	31.834
								15%
MMT							85.834	105.570
								23%
BESTEVI							55.464	20.778
								-63%
AQUAPLUS							24.431	98.744
								304%

COSTO DE VENTAS:

El costo de ventas baja del 65% al 61% y por ende la rentabilidad bruta es mayor ya que desde el mes de Marzo estamos haciendo un ajuste en el precio de venta de Snapple, MMT y H punch ya que el proveedor y los fletes nos han subido también de precios desde inicios del 2008 y no se ha hecho aun ningún cambio en el precio. En el siguiente cuadro podemos ver la rentabilidad bruta por marca:

RENTABILIDAD POR MARCA 2009	COSTO	VENTA	RENT	VENTAS	UTIL BRUTA
CULT	0,65	1,31	50%	149.760	75.510
AQUA PLUS	0,18	0,46	61%	98.744	60.277
SNAPPLE	0,75	1,00	25%	207.480	52.246
JAGERM	14,40	21,25	32%	209.822	67.621
MR Y MST	2,33	4,46	48%	105.570	50.469
H.PUNCH	2,06	2,78	26%	31.834	8.264
BESTEVIA	2,64	2,97	11%	20.778	2.309
VODKA	4,71	7,35	36%	12.045	4.326

GASTO ADMINISTRATIVO:

Hemos cortado gastos por más de 26.000 usd entre los siguientes rubros:

1. Baja en sueldos de gerencias.
2. Se elimina el puesto de Gerencia de Producción.
3. Se elimina el servicio de Almacenaje de Almagro.
4. Se elimina el gasto de celulares y seguro médico privado.
5. Se elimina el gasto de contabilidad y este será llevado por los abogados dentro de sus honorarios anuales.

MERCADEO:

Tenemos presupuestado gastar 60.000 usd en mercado de los cuales 35.000 usd son aportados por Jagermeister y Snapple, la diferencia se gastara en Aqua Plus su gran mayoría y en poca cantidad para Cult y resto de marcas.

PASIVOS PRINCIPALES

DEUDA			
PRODUBANCO	30.000	12%	3.600,00
PROANDI	63.735	8%	5.098,80
THOMAS WRIGHT J	43.000	10%	4.300,00
TEOJAMA COMERCIAL	2.564	0%	0,00
	139.299		12.998,80

En todas las deudas estamos pagando solo intereses. La única que se paga capital más interés es la de Teojama Comercial (Camión), la misma que se termina de pagar en

Abril del 2009. Según nuestro flujo de caja en el último trimestre del año podríamos estar haciendo un abono de capital de por lo menos unos 50.000 USD a las deudas.

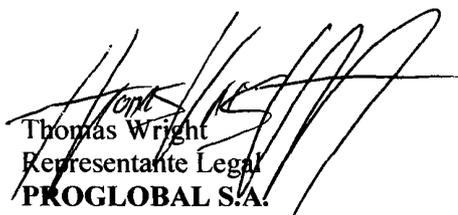
CAPITAL SOCIAL Y APORTES FUTURAS CPITALIZACIONES

	CAPIATL SOCIAL ACTUAL				APORTES FUT CAP		
	ACTUAL	AUMENTO	NUEVO	%	AUMENTO	NUEVO	%
	157.000	80.000	237.000		35.000,00	272.000,00	
CARNEY D.	26.060		26.060	11,00%	3.848,52	29.908,52	11,00%
THOMAS W.	96.400	19.600	116.000	48,95%	17.130,80	133.130,80	48,95%
JAIME O.	20.410	10.400	30.810	13,00%	4.550,00	35.360,00	13,00%
BERNANRDO T.	14.130	0	14.130	5,96%	2.086,71	16.216,71	5,96%
PAUL W.		50.000	50.000	21,10%	7.383,97	57.383,97	21,10%
	157.000	80.000	237.000	100,00%	35.000,00	272.000	100,00%

PROPUESTAS 2009

- Cambio de oficinas a una mas grande con galpón de 320 mts para bodega, esto debido a la necesidad de espacio ya que no se va a seguir utilizando el servicio de Almagro, con esto no solo vamos ahorrar en el costo de almacenaje sino también en tiempos de logística y mejor control sobre los inventarios.
- Compra de acciones de Plus Dirnks a Leonardo Jaramillo por 11.000 usd de su valor nómina equivalente a 24.000 usd.
- Desarrollo de 2 nuevos sabores y funcionalidades de Aqua plus.
- Registro sanitario de 2 nuevos sabores de te de Snapple.
- Registro sanitario de nuevo producto Clamatto.
- Fisión de empresas Plus Drinks y Proglobal.

Atentamente,


 Thomas Wright
 Representante Legal
 PROGLOBAL S.A.