



agrocomercial
Morvie

Quito, DM. 22 de mayo de 2007

**A LOS SEÑORES MIEMBROS DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS DE LA
COMPAÑÍA AGROCOMERCIAL MORVIE CIA. LTDA.**

De mi consideración:

En cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 20 de la Ley de Compañías y al Estatuto Social de la compañía AGROCOMERCIAL MORVIE Cía. Ltda., tengo a bien, señores socios, someter a su consideración el presente Informe de Gerencia por el ejercicio económico 2006.

ANTECEDENTES

En septiembre del año 2002 se instrumentó legalmente la constitución de AGROCOMERCIAL MORVIE Cía. Ltda., por tanto sus operaciones comerciales como empresa legalmente constituida se realizaron a partir de Octubre del año 2002. Su actividad principal se centró en la comercialización de fruta al por mayor, bajo la filosofía de realizar entregas permanentes y oportunas de sus productos a la principal cadena de supermercados del país "SUPERMAXI".

ANÁLISIS DEL SECTOR

El crecimiento de nuestro principal cliente (SUPERMAXI), con la apertura de nuevos locales, generó estabilidad y crecimiento a las ventas de fruta, marca MORVIE y a granel.

Cabe mencionar que la línea de negocios de pulpa de fruta tuvo un crecimiento sostenido a partir de la segmentación de clientes entre distribuidores y mayoristas a fin de identificar las necesidades del mercado y dar mayor impulso a las ventas.

La gestión gerencial se encaminó a posicionar en el mercado la marca "MORVIE", lo cual se reflejó en un incremento del 16% en su volumen de ventas, el promedio de ventas en el año 2005 era de USD 226 mil dólares mensuales, en el año 2006 se obtuvo un promedio mensual de USD 262 mil dólares.

ASPECTOS OPERATIVOS

La constante preocupación de la administración ha sido optimizar los procesos y cumplir con las exigencias del SUPERMAXI en lo que a calidad y oportunidad de las entregas se refiere. Las programaciones semanales de las adquisiciones y los despachos han permitido cumplir con este objetivo. Sin embargo existen algunas alternativas que la administración se encuentra revisando con el propósito de diversificar sus líneas de negocio y minimizar el riesgo que implica tener un solo cliente que capta el 90% de nuestros productos.

Para su operación la empresa cuenta con el respaldo de la infraestructura de activos que posee su mayor accionista y gerente general, la cual ha sido facilitada a la empresa, a

Vía Amaguaña - Tambillo Km 6
Telefax: 2877 - 095 • E-mail: morvie@punto.net.ec
Quito - Ecuador



~~cambio de un semo de canon mensual de arrendamiento y de un pago por servicios por el alquiler de los camiones utilizados en el transporte del producto. Esta infraestructura ha permitido que MORVIE no tenga problemas de logística y que sus productos lleguen al consumidor final en óptimas condiciones.~~

ASPECTOS FINANCIEROS

Principales Indicadores Financieros

RENTABILIDAD SOBRE VENTAS → 1% ←

Sin bien la rentabilidad sobre ventas no es óptima sin embargo al ser un índice positivo muestra una posición financiera intermedia. Según la experiencia, el parámetro del sector es del 5% sobre ventas.

GENERACIÓN OPERATIVA DE CAJA → USD. -44.124 ←

Este indicador muestra un flujo de caja operativo negativo, por lo que fue necesario recurrir a fuentes de financiamiento de corto plazo.

LIQUIDEZ → 1.2 ←

Este índice demuestra que por cada dólar de deuda la empresa tiene 1.20 dólares para cubrir sus obligaciones.

CICLO DEL NEGOCIO → - 19 días ←

Este indicador demuestra que mientras a sus proveedores la empresa se tarda en pagarles un promedio de 5 días, el promedio de recuperación de cartera es de 15 días, generando un ciclo de negocio negativo de 8 días por el financiamiento que la empresa otorga a los proveedores.

APALANCAMIENTO → 2.7 veces ←

Este índice demuestra una posición financiera intermedia, mejorada por el incremento de capital realizado el año 2005.

En general, MORVIE, mantiene una posición financiera adecuada, en lo que a generación de recursos se refiere, sin embargo hay que tomar en cuenta que es necesario obtener de los proveedores mejores condiciones de crédito, para que el ciclo del negocio sea positivo y se pueda fortalecer su situación patrimonial con una adecuada rentabilidad a futuro.

Constituyen parte integrante del presente informe los siguientes documentos financieros

- Balance General Comparativo
- Estado de Resultados Comparativo
- Estado de Generación de Fondos
- Reporte de Evaluación Financiera



ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

El nivel de crecimiento del volumen de operaciones ha obligado a la administración a fortalecer su estructura interna.

La implantación de controles internos adecuados ha sido una constante preocupación de la gerencia, para lo cual a encaminado sus esfuerzos en la definición de procesos controlados.

ASPECTOS LEGALES

Durante el año 2006, cabe destacar las siguientes acciones importantes:

- Se mantienen actualizadas las obligaciones con las entidades de control del Estado, SRI, Municipio y Superintendencia de Compañías.

PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO

Como máximo socio y gerente general de MORVIE, me he planteado los siguientes objetivos estratégicos:

- Incrementar el volumen de ventas en un 15% respecto al promedio mensual obtenido el año 2006.
- Encaminar los esfuerzos para obtener un margen de rentabilidad mínima del 2% sobre ventas.
- Diversificar las líneas de negocio, con la inclusión de nuevos productos y con la posibilidad de efectuar alianzas estratégicas.
- Implantar una campaña agresiva de introducción al mercado de la PULPA y la obtención de sus registros sanitarios.
- Definir y Fortalecer la estructura administrativa interna.
- Mejorar el control de los procesos internos.
- Dotar a la empresa de una Infraestructura propia.
- Bajar el nivel de endeudamiento.

Finalmente, quiero dejar constancia de mi profundo agradecimiento a todos y cada uno de los colaboradores de la empresa que con su enorme esfuerzo han ayudado a la consecución de los objetivos planteados para el año 2005.

Atentamente,

Iván Mora Espinosa
GERENTE GENERAL