

Cayambe, 4 de Abril de 2011



De: Gerencia General

Para: Junta de Accionistas

INFORME DE GERENCIA

A continuación expongo a ustedes las consideraciones respecto a los resultados alcanzados por Inprolac S.A. durante el año 2010:

1. Las ventas netas del año 2010 fueron de \$7545178.39 equivalentes a unas ventas mensuales promedio de \$ 628764.87 para una utilidad del ejercicio de 245042.61.
2. El crecimiento en ventas fue del 8.38% vs. el año anterior. Este resultado fue potenciado por un buen nivel de crecimiento a nivel de autoservicios (36%), mientras que tuvimos una contracción en las ventas a nivel de distribuidores (-2%) y a nivel de venta directa fábrica (-50.25%). La reducción en ventas enunciada obedeció principalmente a la menor oferta que tuvimos de leche pasteurizada debido a los altos precios de leche registrados en los meses de Abril a Junio, donde llegamos a pagar en promedios quincenas de hasta \$0.4681 por litro; cuando el mínimo decretado por el Gobierno Nacional era de \$0.3933.

La escases de leche empujó los precios al alza y ante los bajos niveles de leche fresca en inventario a nivel país, tuvimos que dejar de fabricar leche pasteurizada desde antes de semana Santa para poder destinar la leche disponible a la elaboración de otros productos de mayor rentabilidad como Yogurt y Queso Fresco. Una vez normalizada la oferta de leche reiniciamos la venta de leche pasteurizada pero no volvimos a recuperar el mercado perdido.

3. El costo de ventas representa el 88.71%, 2.6 puntos por debajo del período anterior. Los costos operacionales llegaron al 6.69%, 1.76 puntos abajo respecto del año anterior. Entre tanto, los gastos financieros pasaron de 0.98 a 1.12% y el índice de liquidez pasó de 0.78 a 0.79%. Por su parte el retorno de las ventas fue del 3.25%.

Por sumar la leche y el azúcar cerca del 80% del costo de producción, cualquier variación significativa en los precios de estas dos materias primas generan un impacto muy grande en el resultado final obtenido en el período. En efecto, el precio de la leche durante el 2010 tuvo fluctuaciones muy grandes, primero desde abril hasta Junio de donde se

registraron precios como nunca antes se habían presentado en el mercado interno que nos obligó subir nuestros precios para poder conservar los ganaderos. Hacia el final del año, en contraste con el primer semestre, hubo una bonanza en materia de producción lechera y los precios se estabilizaron a valores razonables, en este segundo semestre se pudo redondear un precio promedio que compensó las pérdidas que se presentaron durante algunos meses del primer semestre.

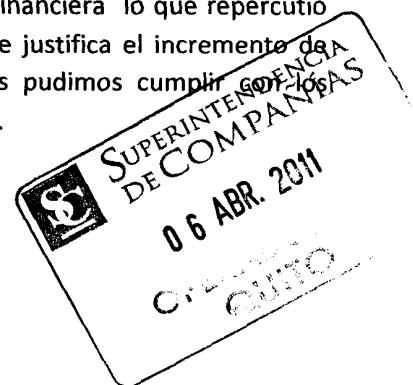
El azúcar por su parte, y algunas otras materias primas también tuvieron variación de precio que no se pudo trasladar al consumidor por el contexto del mercado. Inprolac S.A. mantuvo sus precios y fue la decisión acertada ya que aquellas empresas de nuestro sector que movieron sus precios tuvieron que reversar la decisión y el resultado fue pérdida de mercado que nosotros pudimos capitalizar.

4. La utilidad del 2010, antes de impuestos, fue de 245042,61. Aunque mejor que el año anterior todavía es baja lo cual se evidencia en el retorno de ventas del 3.25%. El resultado, que pudo ser mejor fue afectado de manera muy fuerte por el precio de leche. Ante los resultados acumulados al mes de Julio, tomamos la decisión de dejar de comprar la leche más cara en razón de ser leche fría y del volumen suministrado y se reemplazó por leche caliente de mayor número de proveedores; decisión importante en aras de enfrentar el siguiente año en una mejor posición.

Durante el presente período y ante la imposibilidad de subir los precios, la estrategia empleada estuvo muy enfocada en la reducción de costos; la sustitución de cultivos generó el mayor impacto, en total se redujo el 1.76% frente al período anterior.

El Dulce de leche empujó favorablemente a la obtención de resultados ya que se logró incrementar de manera significativa el volumen fabricado; en este mismo sentido, el queso fue otro de los productos que logró recuperarse a niveles de antes del alza de precios de septiembre de 2009. El queso fresco es un producto que absorbe un buen porcentaje de costos fijos por lo que al incrementar las ventas también se obtienen mejores niveles de rentabilidad de todo el portafolio.

5. Un aspecto más que vale la pena comentar de manera separada es el incremento de capitales el cual nos permitió obtener una mejor estructura financiera lo que repercutió favorablemente para la obtención de recursos frescos lo que justifica el incremento de 0.98 a 1.12 en los gastos financieros. Con estos recursos pudimos cumplir con los proyectos y compromisos con nuestros clientes y proveedores.



6. Perspectivas 2011

Para el 2011 se vislumbran incrementos sin precedentes en los precios de los commodities y por ende en toda la gama de materias primas derivadas del petróleo, leche y azúcar lo cual sin duda nos va a afectar en los costos de producción. No obstante, los industriales están afrontando los mayores costos de producción ocasionados por los salarios y se espera que el impacto se refleje después del primer trimestre del año.

Hasta tanto se pueda efectuar un ajuste de precios, los esfuerzos de Inprolac S.A. seguirán siendo enfocados a mejorar la eficiencia, reducir costos y crecer en volumen con el fin de amortizar de mejor manera los altos costos fijos que mantiene la compañía.

Seguimos con la mirada puesta en mejorar nuestra presencia a nivel nacional para ello esperamos poder terminar negociaciones ya iniciadas con las cadenas de almacenes COSSFA y TIA. Además, seguiremos insistiendo para poder codificar en la cadena Mi Comisariato lo cual nos daría presencia nacional y nos permitiría incrementar el volumen de producción de manera significativa lo cual es vital para nuestra organización.

Finalmente, el revamping de la línea de quesos, la ampliación de la línea de yogurt y manjar de leche y la ejecución del proyecto Porvenir nos va a ayudar muchísimo en la descentralización de nuestro portafolio hacia productos de mayor rentabilidad y alto valor agregado.

Atentamente

GILBERTO VARGAS AYALA

Gerente General

CI 1423936983

