

INFORME DE GERENCIA 2009.

SEÑORES.

ACCIONISTAS COMPAÑÍA AGRGIBAY S.A.

Presente.-

Por medio de la presente tengo a bien informar a ustedes del desempeño de la compañía ARGIBAY S.A, en el periodo comprendido entre septiembre del 2009 a diciembre del 2009. Periodo en el cual la compañía comienza sus operaciones.

De las actividades realizadas.-

La compañía comienza sus actividades comerciales en septiembre del 2009, e incursiona en dos frentes de negocios el primero en la venta al por menor y mayor de productos de consumo masivo, esto la hace a través de Supermercados Agrovit. El segundo frente de negocios lo hace por medio de la venta de insumos agrícolas a través de TERRAVIT.

Supermercados Agrovit, es un micro- mercado ubicado en la ciudad de Riobamba el cual atiende a los clientes del sector del terminal terrestre, posee una base de clientes corporativos los cuales se les entrega crédito a un plazo entre 30 y 45 días. La relación entre ventas de crédito /contado es de 40% de crédito y 60 % de contado.

Terravit, es un negocio de compra y venta de insumos agrícolas, el fuerte de sus ventas esta en los almacenes agrícolas de la zona centro y sur del país. Este negocio posee un 90% de sus ventas a crédito, a un plazo promedio de 45 días. Su principal proveedor es AGRITOP, empresa a la cual se le compra en 80% de los productos vendidos, el resto de las compras se las hace a diferentes proveedores locales.

De los estados financieros.

Las ventas realizadas durante el 2009, fueron de \$ 73.792,02, de las cuales el 74,64% fue con tarifa 0% de IVA y el 25,35% fue con tarifa 12% de IVA, esto debido a que la mayor parte de las ventas fue de los insumos agrícolas que no graban IVA.

Las cuentas por cobrar al cierre del 2009, fueron de \$ 40.118,71, y las cuentas por pagar fueron de \$ 54.020,42, y el inventario final fue de \$ 27.013,33, lo cual muestra que el diferencial que existe entre las cuentas por cobrar y pagar se encuentra en los inventarios ya que se tuvo que realizar compras de último momento para poder cumplir los presupuestos establecidos por los proveedores.



El estado de Resultados muestra una pérdida de \$ 3243.70, lo cual se acerca mucho a la pérdida proyectada para el primer ciclo de operaciones ya que aun no se logra estabilizar las ventas en los diferentes frentes de negocios. Sin embargo se espera que para el cierre del 2010, la pérdida sea aun menor, ya que un se estará depreciando algunos equipos y maquinarias.

Recomendaciones para el siguiente periodo.

En la junta general de accionistas se determino los siguientes objetivos para el próximo periodo, las cuales deberán de ponerse en acción lo antes posible:

- Buscar más proveedores locales o extranjeros, de insumos agrícolas, de manera la empresa n centre sus operaciones en un solo proveedor.
- De ser posible buscar convenios con proveedores de agroquímicos que puedan dejar poner marcas propias de la empresa, para poder tener mejores activos intangibles.
- En el área de supermercado mejorar la parte correspondiente a las frutas y verduras ya que es el área más rentable y por la cual se ha distinguido el supermercado.
- Buscar ser auto sostenible con la provisión de hortalizas y verduras, es decir buscar socios estratégicos para que siempre existe un abastecimiento de hortalizas y sobre todo buscar que sean productos orgánicos.
- La evaluación del desempeño de cada empleado debe hacerse cada trimestre de manera que se pueda recompensar al personal o se pueda sancionar al mismo.
- Trabajar más en el posicionamiento de las marcas TERRAVIT y AGROVIT, para que puedan ser marcar que se comercialicen a nivel nacional en un futuro cercano.
- El Supermercado debe buscar más convenios de venta de sus productos estrellas como son las hortalizas orgánicas, ya que para el 2011 la estrategia es llegar a la zona del Guayas, en donde existe una mayor demanda y se puede comercializar estos productos con mayor margen.
- La gerencia general con la gerencia financiera deberán estudiar periódicamente las cuentas por cobrar para minimizar las perdidas por cuentas incobrables. En el caso de existir clientes que no estén dentro de los parámetros convencionales de crédito se deberán tomar acciones inmediatas para no perder ese dinero.

Estas son las recomendaciones generales para el 2010, de parte de la junta de accionistas. Además se ha informado de todas las acciones que ha tomado la empresa durante el periodo 2009, que es donde comienza sus operaciones la compañía.

Atentamente.



Fernando Solano

Gerente General.

