

INFORME DE GERENCIA 2010.

De acuerdo con las disposiciones del Directorio para el periodo 2010 se establecieron los siguientes objetivos.

- Buscar más proveedores locales o extranjeros, de insumos agrícolas, de manera la empresa 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 marcas 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 pérdidas 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.

De los cuales se realizó lo siguiente:

- Se busco y consiguió mas proveedores para el área de los insumos agrícolas, en los cuales podemos mencionar MUNDO VERDE, DUPOCSA, NEDERAGRO, y se trato de buscar un socio que nos permita expandir nuestras operaciones a nivel nacional, sin embargo no se logro con ninguna de estas opciones tener esa respuesta ya que casi todas tenían sus áreas cubiertas con vendedores propios. A pesar de esto se están haciendo pruebas con algunos productos que serán cedidos a la compañía en calidad de préstamo para ser vendidos a nivel nacional, siempre y cuando estos cumplan los niveles de calidad que se exigen por la empresa. Para el 2011 se prevé que ya se puede tener firmado los convenios de venta con alguna de estas empresas.



- En el área del supermercado se consiguió la provisión de hortalizas orgánicas, de proveedores de la ciudad de Quito, sin embargo no se siguió las compras debido a que los costos de transporte subían mucho el costo del producto y la hacían no accesible al mercado.
- El posicionamiento de las marcas de la empresa, se está logrando a medida que se crece con las ventas y cobertura que se está realizando.
- En las cuentas incobrables se determino un solo cliente el cual ya no se lo encuentra y se ha dado como cuenta incobrable esa cuenta.

Además informo de las actividades realizadas durante el período 2010.

- Se contrato una empresa asesora en la parte financiera para que ayude a mejorar en control del flujo de efectivo y de las inversiones que se puedan hacer.
- Los niveles de personal al final del 2010, se redujeron de manera que se trato de hacer más eficiente a cada trabajador ya que se buscaba también mejorar el flujo de efectivo de la empresa.
- Se incursiono con la venta de la Línea MUNDO VERDE, que son productos orgánicos, sin embargo aun el uso de estos productos no está bien difundida y el trabajo e inversión que se debe tener son altos, y los márgenes que aporta la línea no cubre estas inversiones ya que las ventas aun son bastante limitadas. Es por esta razón que se dejo la línea a un lado y no se siguió con las negociaciones.
- Se realizo un préstamo de capital de trabajo entregado por el Banco de Pichincha, para poder suplir ciertas cuentas por pagar que se tenían con los proveedores.
- Se realizo un análisis de la cartera de clientes, los cuales se clasifico y elimino a clientes problemas que no aseguraban una buena recuperación de la cartera.
- El supermercado se han logrado mejorar las ventas de contado ya que se ha contado con mayor rotación de productos como verduras y hortalizas.

Informe de los estados financieros.

- Las ventas de la compañía se cerraron en \$ 374.762,53, sin embargo para lograr estas ventas se sacrifico margen lo cual no ha afectado en las utilidades finales del periodo.
- Las cuentas por cobrar al cierre del período suman \$ 64.331,42, y las cuentas por pagar a proveedores suman \$ 61.260,12, y las obligaciones bancarias suman \$ 10.143,34. Y el inventario es de \$ 25.376,75
- Al final del periodo 2010 se tiene una pérdida de \$ 5.707,69, lo cual se justifica con el bajo margen que se realizo las ventas para poder captar más mercado y lograr presupuestos impuestos por los proveedores. Además se tuvo un incremento en los gastos por personal de ventas.



Recomendaciones para el periodo 2011.

Para el 2011, la junta general de accionistas en conjunto con los asesores financieros han sugerido las siguientes acciones a tomar de manera que se mejore el perfil de la empresa y que su manejo financiero sea mejor.

- En el Supermercado, tener un solo cajero, modificar el horario, y mejorar la apariencia de la zona de frutas y verduras.
- Entregar a domicilio productos como hortalizas y verduras frescas y procesadas, dándoles el valor agregado de entregar productos bien seleccionados y limpios.
- Mejorar la rotación de productos como la comida de perros que posee un margen mejor.
- Trabajar en posicionar el supermercado en el sector donde está ubicado.
- Para TERRAVIT, deberán buscar clientes en las siguientes zonas: Oriente (Lago Agrio, Tena, Coca, etc.). Buscar Negociaciones con los productores de Palma, y de Cacao en el Oriente.
- Mejorar la cobertura en la zona Sur del País.
- Buscar Líneas más rentables que permitan hacer negocios a mayor escala, como la línea DUPOCSA que no se vende a clientes como NINTANGA.
- Subir en por lo menos 2% los márgenes de la compañía.
- Tener un solo vendedor que haga cobertura y ventas, hasta lograr estabilizas las ventas.

Estas son las recomendaciones generales de la junta de accionistas para el 2011, sin embargo existen estrategias que han sido expuestas y no están en el presente documento pero deberán ser ejecutadas en el periodo 2011.

Atentamente.


Ing. Fernando Solano

Gerente General.

