

# **DISTRIMAXI S.A.**

Vía a Daule kilómetro 10.5

Guayaquil - Ecuador

## **INFORME DE OPERACIÓN DISTRIMAXI S.A.**

**REALIZADO POR:** Administración: GERENTE GENERAL: Ing. Edwin Ripalda  
PRESIDENTE: Ing. Juan Palacios

**PERIODO:** Enero 2010 – Diciembre 2010

Señores accionistas  
Señores miembros del Directorio  
Señor Comisario

**Dando cumplimiento a las disposiciones de la Ley de Compañías, de las normas establecidas por la Superintendencia de Compañías, y, de los Estatutos y Reglamentos de DISTRIMAXI S.A., nos dirigimos a ustedes, señores accionistas para presentar un resumen sobre las actividades realizadas en la empresa durante el año 2010.**

### **1. ENTORNO ECONOMICO Y ANTECEDENTES:**

**Durante el año 2010, la situación económica del país se ha mantenido con cierta estabilidad en el aspecto económico, teniendo una reducción de la tasa inflacionaria; un incremento en PIB, sumado a una balanza comercial positiva al cierre del periodo; sumando a un mejor precio del petróleo que a la final se refleja una mejora en los aspectos macroeconómicos del Ecuador.**

**Hechos que no ha repercutido de igual forma en los aspectos microeconómicos que determinan en situaciones no tan aceptables para el desarrollo empresarial; esto debido a la promulgación de diferentes leyes, reglamentos y situaciones de carácter político que han venido restringiendo el potencial de crecimiento de las empresas ecuatorianas.**

### **2. PRODUCTOS Y MERCADO:**

**La empresa DISTRIMAXI S.A. comercializa el producto CANTA CLARO (375, 750 y Ron), en el mercado de la costa y principalmente la provincia del Guayas y Santa Elena, y se encarga directamente de impulsar, controlar y supervisar la venta del producto en esa zona.**

**Con esa perspectiva en el mes de marzo se instaló la oficina que queda ubicada en la Cella Los Vergeles carretera vía a Daule Km, 10 ½ a una cuadra de IPAC con el personal necesario, en ellos recayó la responsabilidad de comercializar el producto en la zona mencionada; para esta comercialización se poseen vehículos destinados a la distribución y venta.**

**Adicionalmente se buscan nuevos productos que permitan compartir los gastos de distribución y minimizar los costos; de hecho en el mes de diciembre se realizó un convenio con la empresa de agua Agroenge fabricante del agua Vitacua, que ya ingresó al portafolio de productos.**



# **DISTRIMAXI S.A.**

Vía a Daule kilómetro 10.5

Guayaquil - Ecuador

Sabemos que la introducción de un producto es dura, más aún en un mercado tan competitivo como el de Guayas, por lo que se ha requerido realizar fuertes inversiones y gastos para poder introducir la marca y el producto en ese mercado; para ello se han utilizado estrategias de marketing como impulsadoras, promociones, descuentos, auspicios, degustaciones apoyado con material POP, lo que ha ocasionado un egreso económico importante para la empresa, sumado a esas se está realizando cobertura con nuestros vehículos y autoventa.

También se han realizado convenios con otros distribuidores tanto mayoristas (Distribuidora Romero Reyes), como minoristas ( Dist. Fernando Ulloa, Pablo Cruz, César Villacis), esto con la finalidad de tratar de abarcar mayor cantidad de clientes por lo extenso de la zona.

Se aspira poder llegar a más convenios y así distribuir otros productos; de hecho se está conversando para la distribución de limonada de la Marca Juan Chichero, que es de la misma casa comercial de la vitacua, y se espera para el próximo año ya entrar a distribuir este producto y ampliar la venta de agua en otras presentaciones como bidones y galones.

Hasta el momento los volúmenes de venta no han permitido cubrir los gastos generados por la empresa, esperando que en el año 2011 se pueda consolidar la presencia de los productos en el mercado.

### **3. ANÁLISIS DEL BALANCE Y ESTADO DE RESULTADOS:**

En este año 2010 se constituyó la compañía Distrimaxi S.A. por tal razón presente una pérdida razonable de US\$ 32,350.41 debido a que no se obtuvieron resultados favorables con la proyección establecida. Las ventas fueron de US\$ 15.133.62 que comparado con lo proyectamos solo alcanzamos un 35%.

Cabe indicar que durante el año 2010 la compañía ha pagado por impuestos (IVA y Retenciones) un promedio aproximado de US\$ 200.00 x trimestre debido a que la compañía cuenta con un crédito favorable de \$ 11,202.80.

Los aspectos principales que constan en el Balance y Estado de Resultados del año 2010 son:

- Dentro del activo corriente se obtiene un valor total de US\$ 2,152.86; es decir que debido a que es una compañía nueva en el mercado de Guayaquil los clientes nos cancelaban la cartera superior a los 45 días.
- Dentro del activo exigible se destacan las cuentas por cobrar a Clientes con un valor de US\$ 7,220.77 que a pesar de no ser alto está dentro de los parámetros normales del crecimiento de ventas y en la innovación de una compañía que desea formar parte del mercado licorero.
- El activo realizable tiene un valor total de US\$ 1,401.44 lo que demuestra un manejo muy eficiente de los inventarios.
- En el activo fijo se obtiene un total de US\$ 87,962.19 que representa la mayor inversión que los socios han hecho para poder cumplir con los objetivos establecidos y que se espera que sirvan para los siguientes años de la compañía y se mantienen sin revalorización debido a que estamos entrando al año de transición de las normas NIIF en donde los Activos fijos se valoran a un valor razonable.



# DISTRIMAXI S.A.

Vía a Daule kilómetro 10.5

Guayaquil - Ecuador

- Dentro de Cuentas por Pagar se obtiene una deuda con acreedores de US\$ 47,121.79 lo cual nos indica que la compañía a pesar de no tener un año de constituida obtiene créditos importantes con acreedores y a plazos superiores de los 90 días de crédito.
- Cabe recalcar que la mayor parte de deuda pertenece a inversión de los accionistas para poder cumplir con los objetivos propuestos.
- Cabe mencionar que al final del ejercicio fiscal se mantuvo una obligación con otro proveedor para salir de la línea de productos establecido en la constitución y poder abarcar el crecimiento de la compañía para los próximos años.

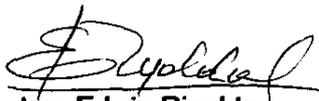
## 4. RECOMENDACIONES:

Se desprende del presente informe las siguientes Recomendaciones:

- Nuestra presencia en el mercado es necesaria reforzarla con algunos convenios con distribuidores, para ello podría ser necesario conceder un mejor precio y ganar en volumen de rotación de productos
- Se podría realizar una rotación de personal hacia y desde la distribuidora con personal de nuestra empresa amiga ILELSA, para que se apoye en el proceso de ventas y capacitación.

Finalmente, señores accionistas, agradecemos su presencia a esta junta y agradecemos por su intermedio al Personal Administrativo, y de Ventas que permitieron con su trabajo obtener los resultados aquí presentados.

De ustedes muy atentamente



Ing. Edwin Ripalda  
GERENTE GENERAL  
CI: 170417117-0



Ing. Juan Palacios  
PRESIDENTE  
CI: 110200367-8

Loja, abril del 2011

