

INFORME DE GERENCIA CORESPONDIENTE AL AÑO ECONOMICO 2015

Según lo dispuesto en la escritura de constitución de HOSPILIFE MEDICAL CIA LTDA, descrito en los estatutos de la compañía, se pone a su disposición, el informe de las actividades de la empresa realizadas durante el periodo económico comprendido entre el 01 de enero 2015 al 31 de diciembre del año 2015.

INTRODUCCION

Seguimos siendo proveedores de las instituciones más significativas e importantes a nivel local, de manera eficiente y responsable, comenzamos negociaciones importantes con clientes como Good Make Guayaquil, CR Global Quito, y Distribuidora JF Machala que nos han permitido ampliar mercado a nivel nacional. Lo que nos ha permitido crecer en ventas concentrándonos en nuestro giro de negocio.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

Mediante métodos sencillos implementados en todas las áreas hemos logrado un crecimiento importante:

Producción:

- Los talleres satélites han sido la clave para poder cubrir las necesidades periódicas, y con los contratos específicos, los cuales se han llevado a cabo sin novedad.
- Se incremento un taller para corte, lo que nos permite mayor producción y mejor respuesta a nuestros clientes.
- Se adquirió, una maquina troqueladora manual para facilitar ciertos procesos y se instalo una mesa con dispensador que nos permite reducir al 50% los costos de extendido y corte, ambas inversiones de bajo costo.
- Con el nuevo local se adecuo de mejor manera la parte destinada para producción, se implementó un asesor de carga y lugares específicos para cada actividad.
- Se implemento una impresora tipo zebra, la cual permite un rápido y mejor etiquetado además el seguimiento de control de calidad de cada paquete.

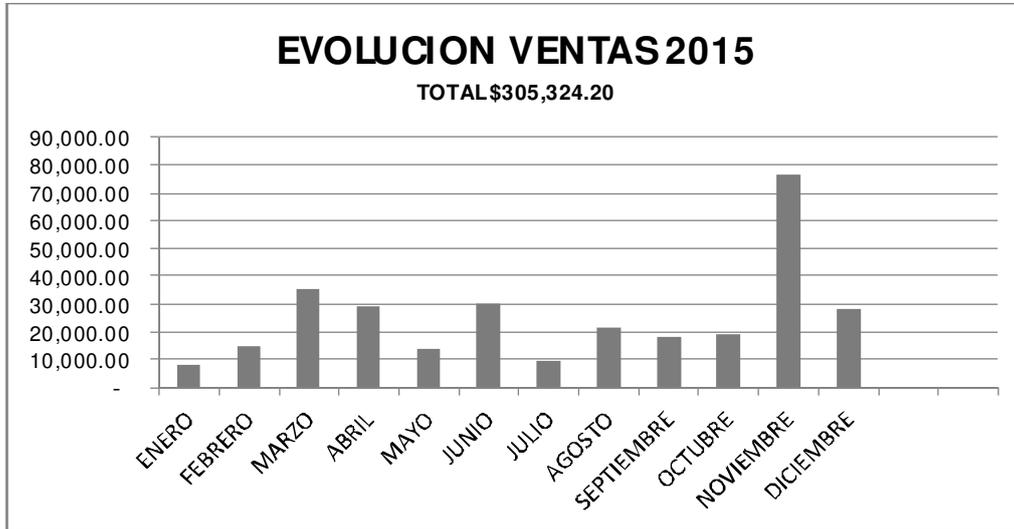
Comercial:

- Como productores hemos logrado atraer clientes que solicitan paquetes especializados y específicos por lo que nos diferenciamos de los otros fabricantes, cumpliendo con nuestra misión de “ proveer productos de calidad y que se ajustan a las necesidades de nuestros clientes de manera seria y eficiente”
- Incrementamos nuestra página web para mejorar la comunicación e información con nuestros clientes.
- Gracias a las adquisiciones de materia prima de origen nacional, se ha logrado aumentar el índice de valor de agregado nacional a un porcentaje significativo (+/- 95%) lo cual ha permitido ingresar en mejores condiciones al sector público en relación a nuestro mayor competidor a nivel Nacional. Lo cual nos impulsa a tramitar el sello de calidad ecuatoriana de la marca: “la huella / mucho mejor si es hecho en Ecuador”.
- Las charlas de capacitación a los diferentes clientes especialmente de Quito y Guayaquil nos han ayudado a incursionar en estos mercados difíciles de conquistar en años anteriores ya que a los Distribuidores se les motiva a crear la necesidad de productos especializados en las instituciones de salud. Además a concientizar la importancia del uso de nuestros productos para cada área y necesidad.

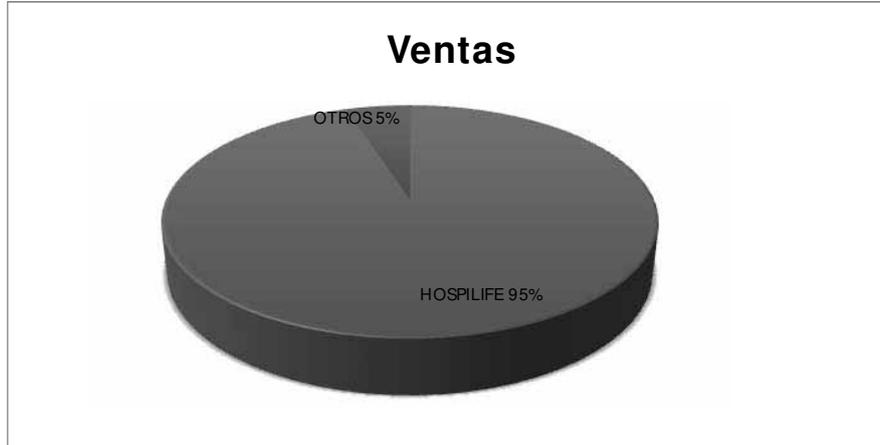
Administrativa:

- En relación a los proveedores de materia prima Internacionales nos han mantenido los costos ya que hemos importado mayor volumen y los gastos administrativos por importación son menores en relación a años anteriores. Igualmente el fabricante nacional de tela nos ha mantenido los precios y logramos una corta línea de crédito.
- También hemos comenzado a importar algunos insumos como fundas para esterilización y cinta de doble faz del mismo proveedor de tela, con reducción de costo de un 50- 60%.
- Se ha perfeccionado el uso de los recursos adquiridos en los años anteriores.
- Se han establecido protocolos para el cumplimiento de las obligaciones, tributarias, sociales, con proveedores y empleados.
- Se han incrementado horas para motivación del personal y la sociabilización de conflictos para establecer un mejor ambiente laboral y estimular el compañerismo.

ANALISIS COMERCIAL

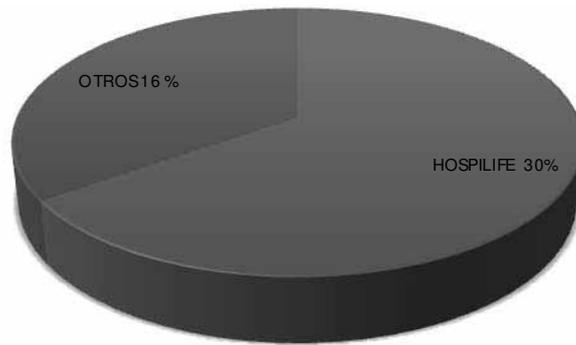


Promedio ventas mensuales: \$25.443,68



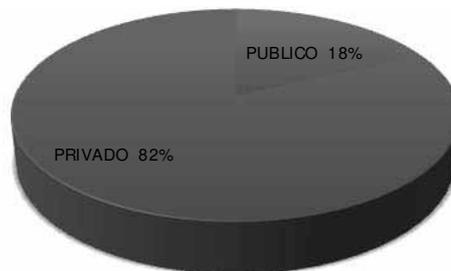
Con la línea de Hospilife estamos cumpliendo nuestro objetivo de fortalecernos en nuestro giro de negocios.

RENTABILIDAD POR LINEAS



El rubro otros incluye insumos que nos ayudan a completar el portafolio de productos pero en mínima cantidad. Con respecto a Hospilife hemos aumentado la rentabilidad en relación al año anterior.

VENTAS SECTOR



Este año el sector privado es muy significativo, ya que a través de los distribuidores nacionales hemos llegado al sector público. (50% aprox).

ANÁLISIS FINANCIERO 2015.

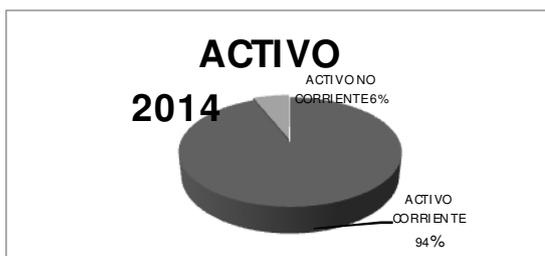
La empresa en el año 2015 muestra un crecimiento, que se lo puede evidenciar en sus estados financieros, con relación a los años anteriores

Análisis de Masas Patrimoniales

Activos				
	2012	2013	2014	2015
Activo Corriente	\$ 150.150,27	\$ 120.295,89	\$ 141.737,79	\$183.111,09
Efectivo	\$ 26.833,04	\$ 7.059,73	\$ 8.552,97	\$ 7.596,03
Cuentas por cobrar	\$ 22.083,15	\$ 23.360,28	\$ 45.623,61	\$ 66.819,46
Inventarios	\$ 93.763,26	\$ 85.961,77	\$ 78.601,70	\$ 96.097,57
Otros	\$ 7.470,82	\$ 3.914,11	\$ 8.959,51	\$ 12.598,03
Activo no corriente	\$ 10.604,42	\$ 9.780,22	\$ 9.452,45	\$ 10.929,83
Otros	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 520,00	
Total Activos	161.154,69	130.476,11	\$ 151.190,24	\$194.040,92

Análisis Vertical				
	2012	2013	2014	2015
Activo Corriente	93%	92%	93,75%	94%
Efectivo	18%	6%	5.65%	4%
Cuentas por cobrar	15%	19%	30%	34%
Inventarios	62%	71%	52%	49.5%
Otros	5%	3%	6.1%	6.5%
Activo no corriente	7%	8%	6,25%	6.0%
Otros	0.0%	0.30%	0.34%	0.0%
Total Activos	100%	100%	100%	100%

Análisis Horizontal	
	2015
Activo Corriente	29%
Efectivo	-11%
Cuentas por cobrar	47%
Inventarios	22%
Otros	41%
Activo no corriente	16%
Otros	
Total Activos	28%



En este primer análisis, se puede observar la importancia que tiene el activo corriente en el total de los activos. En el cual ha enfocado la mayoría de sus recursos fundamentalmente a la actividad del negocio; siendo los inventarios los más relevantes, ya que representan el 52% y el 49.5% del total del activo corriente en 2014 y 2015 respectivamente.

Al ser los inventarios una cuenta muy importante dentro de los activos corrientes, hay que prestarle una mayor atención, hay una disminución del inventario (-2,5%)

con relación al aumento de las ventas (15%). El aumento de los activos se debe también en gran medida a las cuentas por cobrar.

Pasivo + Patrimonio				
	2012	2013	2014	2015
Pasivo Corriente	\$ 105.428,96	\$ 57.354,74	\$71.177,33	\$102.711,44
Cuentas por pagar proveedores	\$ 66.224,80	\$ 18.986,24	\$33.599,07	\$47.381,40
Cuentas por pagar no proveedores	\$ 16.650,20	\$ 1.196,11	\$14.379,39	\$15.007,69
Cuentas por pagar accionistas	\$ 15.682,08	\$ 17.007,46	\$ 9.452,84	\$ 9.452,84
Por pagar Instituciones financieras	\$ ---	\$ 8.182,42	\$12.000,00	\$ 9.398,71
Otros	\$ 6.872,08	\$ 11.982,51	\$1.776,03	\$ 21.470,80
Pasivo no corriente	---	\$ 21.129,08	\$20.325,66	\$11.271,06
Patrimonio Neto	\$ 55.725,73	\$ 51.992,29	\$59.687,25	\$80.058,42
Capital	\$ 76.000,00	\$ 76.000,00	\$51.751,64	\$51.751,64
Resultados	\$ (20.274,27)	(24.007,71)	\$7.935,61	\$23.575,32
Utilidad 2014				\$ 4.731,46
Total pasivo + Patrimonio	\$ 161.154,69	\$ 130.476,11	\$151.190,24	\$194.040,92

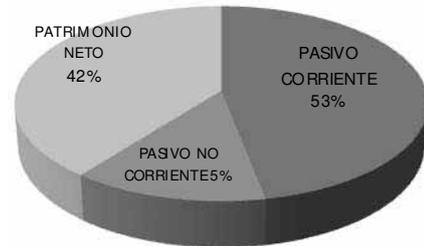
Análisis Vertical				
	2012	2013	2014	2015
Pasivo Corriente	65%	44%	47%	53%
Cuentas por pagar proveedores	63%	33%	47.2%	46%
Cuentas por pagar no proveedores	16%	2%	20.2%	15%
Cuentas por pagar accionistas	15%	30%	13.1%	9%
Por pagar Instituciones financieras	0%	14%	17%	9%
Otros	7%	21%	2.5%	21%
Pasivo no corriente	0%	16%	13.5%	5%
Patrimonio Neto	35%	40%	39.5%	42%
Capital	136%	146%	86%	65%
Resultados	-36%	-46%	14%	35%
Total pasivo + Patrimonio	100%	100%	100%	100%

Análisis Horizontal	
	2015
Pasivo Corriente	44%
Cuentas por pagar proveedores	41%
Cuentas por pagar no proveedores	4%
Cuentas por pagar accionistas	0%
Por pagar Instituciones financieras	-21%
Otros	1100%
Pasivo no corriente	-44.5%
Patrimonio Neto	34%
Capital	0%
Resultados	197%
Total pasivo + Patrimonio	28%

Pasivo + Patrimonio 2014



Pasivo + Patrimonio 2015

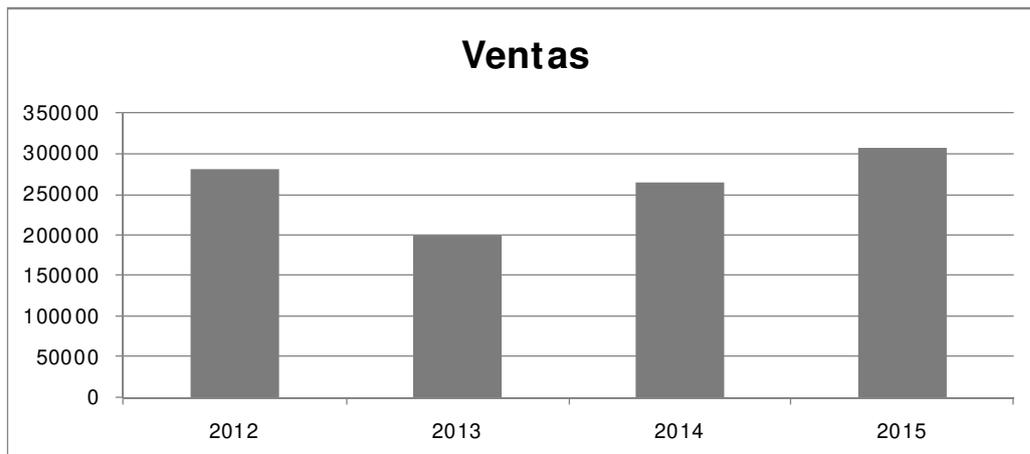


En el caso de los pasivos más el patrimonio, el peso de las obligaciones está sobre los proveedores, préstamos a corto y largo plazo, las cuentas por pagar a otros incluye las obligaciones con el SRI, IESS, sueldos y beneficios de ley.

Estado de Pérdidas y Ganancias				
	2012	2013	2014	2015
Ventas	\$ 280.337,39	\$ 198.223,35	\$265.100,11	\$ 305.324,20
Costo de Ventas	\$ 221.782,80	\$ 149.559,28	\$203.057,48	\$ 212.871,54
Utilidad Bruta	\$ 58.554,59	\$ 48.664,07	\$ 62.042,63	\$ 92.452,66
Gasto Administrativo	\$ 40.035,01	\$ 35.128,24	\$ 40.542,45	\$ 47.272,29
Gasto de Ventas	\$ 10.264,45	\$ 12.510,34	\$ 7.699,35	\$ 16.149,11
Utilidad Operativa	\$ 8.255,13	\$ 1.025,49	\$ 13.800,83	\$29.031,26
Depreciación	\$ 1.295,31	\$ 1.036,39	\$ 1.182,47	\$ 1.259,88
Utilidad antes de intereses e impuestos	\$ 6.959,82	\$ (10,90)	\$ 12.618,36	\$ 27.771,38
Multas e intereses	\$ 19,71	\$ 31,70	\$ 4.154,40	\$ 3.548,58
Gastos Financieros	\$ -	\$ 344,53	\$ 528,35	\$ 647,48
Utilidad antes de impuestos	\$ 6.940,11	\$ (387,13)	\$ 7.935,61	\$ 23.575,32

Análisis Vertical				
	2012	2013	2014	2015
Ventas	100,0%	100,0%	100%	100%
Costo de Ventas	79,10%	75,4%	76,5%	70%
Utilidad Bruta	20,9%	24,6%	23,50%	30%
Gasto Administrativo	14,3%	17,7%	15,29%	15,5%
Gasto de Ventas	3,7%	6,3%	2,90%	5%
Utilidad Operativa	2.9%	0,5%	5.31%	9.5%
Depreciación	0,5%	0,5%	0,44%	0,4%
Utilidad antes de intereses e impuestos	2.5%	0,0%	4.87%	9.1%
Multas e intereses	0,0%	0,0%	1.56%	1.16
Gastos Financieros	0,0%	0,2%	0.19%	0.21%
Utilidad antes de impuestos	2,5%	-0,2%	3.12%	7.73%

Análisis Horizontal	
	2015
Ventas	15%
Costo de Ventas	4,8%
Utilidad Bruta	49%
Gasto Administrativo	16,5%
Gasto de Ventas	109%
Utilidad Operativa	110%
Depreciación	6,5%
Utilidad antes de intereses e impuestos	120%
Multas e intereses	-14,5%
Gastos Financieros	22,5%
Utilidad antes de impuestos	197%



Este año ha sido favorable para la empresa, debido al incremento de las ventas en un 15% de las ventas con respecto al año anterior.

Igualmente, el margen bruto en el año 2015 ha aumentado en un 49% con respecto al año anterior, favoreciéndonos el costo de venta que aumento en un 12% razonablemente.

El margen operativo es mayor que el año pasado, pero también hay un aumento de los gastos administrativos y de ventas que han absorbido en mayor proporción la utilidad.

Análisis de Ratios

Liquidez				
	2012	2013	2014	2015
FM	\$ 44.721,31	\$ 62.941,15	\$ 71.088,81	\$ 80.399,65
Liquidez	1,42	2,10	1,99	1,78
Tesorería	0,25	0,12	0,12	0,51
Disponibilidad	0,53	0,60	0,89	0,85
Apalancamiento	0,00	0,22	0,21	0,20
FM/Ventas	0,16	0,32	0,27	0,26

El ratio de fondo de maniobra (FM), al ser positivo nos indica que la empresa tiene capacidad para hacer frente a sus deudas a corto plazo (por cada \$1 que adeuda a corto plazo, dispone de \$1.78 para pagar sus obligaciones). Sin embargo, se debe en gran medida a los inventarios.

La tesorería tiene un valor aceptable y quiere decir que por cada \$1 dólar de deuda a corto plazo, se tiene \$0,51 de dinero en caja para hacer frente a sus obligaciones. Por otro lado, si se deja de lado los inventarios, se obtiene una disponibilidad aceptable Por cada \$1 dólar de deuda a corto plazo, se tiene \$0,85 en activos que se pueden transformar fácilmente en dinero para pagar la deuda.

Un punto favorable es el apalancamiento que refleja que el 20% de los activos han sido financiados con entidades financieras.

Por último, se puede concluir que la empresa no tiene problemas de liquidez, aunque debido mayoritariamente a su inventario y cuentas por cobrar.

Solvencia			
	2012	2013	2014
Solvencia	1,53	1,66	1,70
Endeudamiento	1,89	1,51	1,42
Endeudamiento a corto plazo	1,89	1,10	1,28
Endeudamiento a largo plazo	0,00	0,41	0,14
Ratio de Calidad de la deuda (PC/TP)	1,00	0,73	1,12

En el caso de la solvencia, la empresa no demuestra mayores dificultades para cubrir sus deudas a corto y largo plazo ya que por cada \$1 de deuda se dispone de \$1,70 en activos para pagarla.

Sin embargo, la empresa muestra una dependencia de los fondos de terceros (por cada \$1 aportado de los socios, los acreedores han aportado \$1,42), aunque a disminuido en relación a años anteriores hay que evitar que se acumule en el endeudamiento a corto plazo.

Rentabilidad				
	2012	2013	2014	2015
Margen Bruto	20,9%	24,6%	23,50%	30%
Margen Bruto / Total Activos	0,36	0,37	0,41	0,47
Margen Bruto / Fondos Propios	0,77	0,64	1,19	1,79

La rentabilidad en este año a mejorado, se generan \$1.79 por cada \$1 de fondos de los accionistas, lo que quiere decir que se está recuperando su inversión. Los activos generan el 47% de rendimiento.

De Gestión				
	2012	2013	2014	2015
Días de cobro	28	37	56	80
Rotación de inventario productos terminados		3,9	4.40	18
Rotación de inventario de materia prima		1,0	5.30	20
Días de pago	128	65	45	80

Los días de cobro tienen un promedio de 80 días, esto principalmente por los cobros que se realiza en la parte pública, y los días de pago tienen un promedio de 80 días. Los productos terminados rotan 18 veces al año y la materia prima 20 veces al año.

Punto de Equilibrio				
	2012	2013	2014	2015
Valor en \$	\$ 249.539,64	\$ 195.710,84	\$ 259.062,47	\$230.217,62
Costo Fijo	\$ 66.887,42	\$ 79.895,63	\$ 59.584,37	\$ 73.669,64
Costo Variable	\$ 205.194,84	\$ 117.302,03	\$ 204.239,95	\$208.079,24

El costo fijo en este año ha incrementado en un 23.6%, los costos variables debido al volumen de ventas también se ha incrementado pero solo en un 2% aprox. en relación al año anterior, lo que nos disminuye el punto de equilibrio dando como resultado \$ 230.217,62 para el 2015.

Atentamente,



Sayury Vega
Gerente General
Hospilife Medical Cia. Ltda.