



MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA.
MC biomedical pharmacia biotech

Quito, DM 21 de Abril de 2014

INFORME ANUAL DE GERENCIA **MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA. - AÑO FISCAL 2013**

ANTECEDENTE.-

MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA., desde la fecha en la que fue constituida como Compañía Limitada, ha mantenido su gestión enfocada a la comercialización de productos farmacéuticos, equipos médicos y asesoramiento. Con este antecedente expongo a la Junta de Accionistas la gestión del período fiscal 2013.

INFORME ECONÓMICO.-

Sobre la base de presentación de los Estados Financieros del año 2013, el porcentaje de cumplimiento de ventas respecto al objetivo planteado ha sido del 99%. El incremento en la demanda de los productos que comercializa la compañía y los servicios ofrecidos a nuestros principales clientes han sido los factores determinantes para que los niveles de ventas se mantengan estables. En comparación al balance consolidado del año 2012, el porcentaje de ventas ha disminuido en un 1,31%, esto en parte por ciertos equipos que fueron colocados en ese año (2012).

Considerando que el 100% de las ventas que la compañía realiza son a crédito y que el mayor plazo de es de 60 días, el promedio de recuperación de cartera en función a los resultados del Balance General es de 39 días. Las gestiones realizadas para agilizar la recuperación de cuentas por cobrar de la empresa han sido efectivas.³

El índice de liquidez reporta un resultado de 13,52. Se trabajará en el siguiente período fiscal para canalizar los fondos en inversiones productivas para la compañía.

Respecto a la propiedad que mantienen los accionistas en relación a los acreedores (RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO), este indicador reporta un 19,87%, lo cual indica que al igual que en el período fiscal anterior un porcentaje mayor al 50% de los Activos de la Compañía continúan en propiedad de los accionistas (exactamente el 80,13%), ubicando este porcentaje por sobre los márgenes razonables de endeudamiento externo ya se encuentra por debajo del 50% del patrimonio neto.

³ Base de cálculos obtenida del Balance General 2013



MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA.

MC biomedical pharmacia biotech

GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN, CLIENTES Y PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2013.-

La Gestión de Comercialización en el periodo fiscal 2013, se centró en mantener y afianzar los servicios prestados a los centros en relación a la calidad y la entrega oportuna de los productos e insumos que estos requieren.

Adicionalmente se está buscando incursionar en nuevas líneas de negocio relacionadas al mercado de la salud; Implementos, equipos y artículos son los potenciales productos sobre los cuales se trabajará en el nuevo periodo fiscal.

El excelente manejo en las relaciones con los proveedores y la implementación de procedimientos logísticos más eficientes en la entrega del producto son factores determinantes que se mantendrán, para cumplir con los objetivos de eficiencia y eficacia.

PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2014:

MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA., dentro de sus objetivos más importantes para el presente año centrará sus actividades en las siguientes más importantes:

- Mantener y mejorar los tiempos de recuperación de cartera una vez que los plazos de pago se han vencido.
- Proponer a los accionistas alternativas de inversión, orientadas a canalizar los excedentes por concepto de utilidades que la empresa genere.
- Incrementar las metas de facturación por ventas que se ha venido manteniendo en los periodos anteriores.

Atentamente

Ing. Paul Campaña Delgado
MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA.
MC biomedical pharmacia