

Quito, DM 07 de enero de 2015

INFORME ANUAL DE GERENCIA

MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA. - AÑO FISCAL 2014

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 Socios la gestión del periodo fiscal 2014

INFORME ECONÓMICO.-

Sobre la base de presentación de los Estados Financieros del periodo 2014, el porcentaje de cumplimiento de ventas respecto al objetivo planteado ha sido del 101%. 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 en crecimiento. En comparación al balance consolidado del año 2013, el porcentaje de ventas se ha incrementado en casi un 2% esto en parte a el incremento en venta de equipos a nivel nacional.

El índice de liquidez reporta un resultado de 14,22. Se trabajará en el siguiente periodo fiscal para canalizar los fondos en inversiones productivas para la compañía.

Respecto a la propiedad que mantienen los socios en relación a los acreedores (RAZON DE ENDEUDAMIENTO), éste indicador reporta un porcentaje de 17.23%, lo cual indica que al igual que el periodo fiscal anterior un porcentaje mayor del 50% de los Activos de la compañía continúan en propiedad de las socios fundadores, lo que demuestra que este porcentaje se encuentra sobre los márgenes razonables de endeudamiento externo ya que se encuentra por debajo del 50% del Patrimonio Neto.

GESTION DE COMERCIALIZACIÓN, CLIENTES Y PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2015.-

La Gestión de Comercialización en el periodo fiscal 2014, 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 ha logrado incursionar en nuevas líneas de negocio relacionadas al mercado de la salud, implementos de equipos y artículos son los potenciales productos sobre los cuales también se trabajará para abrir un nuevo mercado 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.



MARIO CAMPAÑA CIA. LTDA.

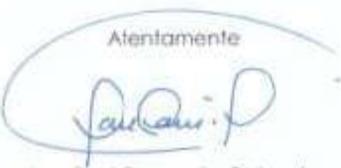
MC biomedical pharmacía biotech

PERSPECTIVA PARA EL AÑO 2014.-

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

- 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 pharmacía