

INFORME DE GERENCIA POR EL AÑO 2015

**A LOS SEÑORES MIEMBROS DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS DE
DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS HARO&MANCHENO CIA. LTDA.**

1. INTRODUCCION:

1.1 ENTORNO ECONOMICO Y POLITICO DEL PAIS

La evolución de la economía ecuatoriana

2015 El Gobierno de Ecuador preveyó que el crecimiento económico del país supere el promedio regional y alcance un 0,4 por ciento en 2015, año al que ha considerado "difícil" por la caída de los precios del petróleo y la revalorización del dólar, moneda adoptada por la nación en el año 2000.

Esa tasa es mayor al promedio esperado para toda América Latina en torno al 0 por ciento, según dijo que le comentó recientemente la secretaria ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), la mexicana Alicia Bárcena.

Incluso se prevé que la economía de Suramérica decrezca, sobre todo empujada por un crecimiento negativo de Brasil (-2,5 %), sostuvo el mandatario ecuatoriano.

La caída drástica del precio del petróleo, producto que es uno de los más importante componentes de la economía ecuatoriana, y la revalorización del dólar, moneda adoptada por Ecuador hace quince años, han sido los factores para la desaceleración en el crecimiento económico del país, según el Gobierno.

No obstante, el Gobierno resaltó que si se retira del análisis las cifras petroleras, el resto de la economía ha mostrado un mejor comportamiento.

El mandatario enfatizó que este año "ha sido durísimo" y que hay sectores que "han sufrido y están sufriendo" los efectos, aunque destacó que su Gobierno se ha empeñado en que el peso de las dificultades no recaiga sobre los más pobres.

"Hemos creado mecanismos todos estos años para que las dificultades económicas, a diferencia de antes, no afecten a las grandes mayorías", agregó Correa al aceptar que hay ciertos sectores empresariales que sí han recibido el impacto.

Diego Martínez, presidente del directorio del Banco Central, dijo por su parte en un informe que las dificultades no solo golpean a Ecuador sino que suponen un fenómeno que en la coyuntura afecta a todo el mundo.

1.2 ENTORNO DONDE SE DESARROLLA LA EMPRESA

La empresa desarrolla sus actividades, dentro del mercado nacional en base a: Ventas de toda clase de productos e insumos alimenticios de origen agrícola y/o pecuario, de productos cárnicos, de lácteos y sus derivados con 12% y 0%.

CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS PREVISTOS PARA EL EJERCICIO:

1.1 PRODUCTOS DE VENTA

La empresa durante el ejercicio 2015, basó sus ingresos de actividades ordinarias en ventas de Productos cárnicos (Pollo, carne de cerdo, embutidos y otros); también productos denominados secos tales como: Comida para mascotas, condimentos y otros.

2.2 VENTAS EFECTIVAS EJERCICIO

Los ingresos por ventas efectivas del ejercicio 2015, como se menciona en el punto 2.1 “Productos de Venta”, fueron de USA 16.708.034,77netos, después de descuentos.

2.3 RECURSOS HUMANOS

La empresa al término del ejercicio 2015 tuvo rotación del Recurso Humano con 136 empleados distribuidos en los procesos de ventas, distribución, cartera, finanzas y administración.

Todos los empleados tienen sus contratos de trabajo, reconocidos por las entidades de control que son el Ministerio de Relaciones Laborales y el IESS. Igualmente han sido cancelados sus haberes (sueldos, horas extras y beneficios sociales); en el presente periodo 2015.

La Empresa no mantiene deuda alguna con el IESS y el SRI, con relación al pago de Aportes e Impuestos a la Renta del personal.

2. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y EL DIRECTORIO:

2.1 OBJETIVOS PRIMORDIALES DE LA EMPRESA

La Gerencia de la Empresa ha cumplido en el ejercicio 2015, el objetivo primordial que es: “LA COMERCIALIZACION Y LA DISTRIBUCION DE TODA CLASE DE PRODUCTOS E INSUMOS ALIMENTICIOS DE ORIGEN AGRICOLA Y/O PECUARIO DE PRODUCTOS CARNICOS, DE LACTEOS Y SUS DERIVADOS”, destinados para la venta a personas naturales, instituciones del sector financiero, empresas privadas y públicas”.

3. SITUACION FINANCIERA DE LA COMPAÑÍA AL CIERRE DEL EJERCICIO Y DE LOS RESULTADOS ANUALES:

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA Y RESULTADO INTEGRAL

EMPRESA: DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS HARO&MANCHENO CIA. LTDA.**EJERCICIO 2015****ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**

<u>ACTIVO</u>	<u>VALOR</u>	<u>% PARTICIPACION</u>
ACTIVO CORRIENTE	700,931.46	90.27%
ACTIVO NO CORRIENTE	75,550.22	9.73%
TOTAL ACTIVO	<u>776,481.68</u>	<u>100.00%</u>
<u>RECURSOS PROPIOS</u>		
CAPITAL	400.00	0.05%
RESERVAS	31,395.72	4.04%
RESULTADOS ACUMULADOS	91,740.86	11.81%
RESULTADO DEL EJERCICIO	69,550.19	8.96%
TOTAL RECURSOS PROPIOS	<u>193,086.77</u>	<u>24.87%</u>
<u>PASIVO</u>		
PASIVO CORRIENTE	554,532.34	71.42%
PASIVO NO CORRIENTE	28,862.57	3.72%
TOTAL PASIVO	<u>583,394.91</u>	<u>75.13%</u>

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL

<u>CUENTA</u>	<u>VALOR</u>	<u>% PARTICIPACION</u>
INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	16,708,034.77	100.00%
COSTO DE VENTAS COMERCIAL	(13,919,450.73)	-83.31%
OTROS INGRESOS	577.00	0.00%
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	(2,695,293.46)	-16.13%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>93,867.58</u>	<u>0.56%</u>
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	(14,080.14)	-0.08%
IMPUESTO A LA RENTA	(10,237.25)	-0.06%
RESULTADO INTEGRAL TOTAL DEL AÑO	<u>69,550.19</u>	<u>0.42%</u>

4. PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN EL EJERCICIO ECONOMICO:

<u>EMPRESA: DISTRIBUIDORA DE PRODUCTOS HARO&MANCHENO CIA. LTDA.</u>			
<u>EJERCICIO 2015</u>			
DESTINO DE LAS UTILIDADES			
UTILIDAD DEL EJERCICIO	93,867.58		
15% PARTICIPACION TRABAJADORES	(14,080.14)		
IMPUESTO A LA RENTA	(10,237.25)		
TRANSFERENCIA CUENTA DIVIDENDOS	<u>69,550.19</u>		

La empresa en sus resultados arroja una Utilidad del Ejercicio por el valor de USA 69.550,19, La propuesta de la Gerencia es que esta utilidad debe ser trasladada a cuentas del Pasivo "DIVIDENDOS POR PAGAR SOCIOS".

5. RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL RESPECTO DE LAS POLITICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL SIGUIENTE EJERCICIO ECONOMICO

5.1 DISTRIBUIDORA HARO & MANCHENO CIA. LTDA. Deberá cumplir con el Presupuesto, Marco Conceptual y las Políticas de Ventas y Económicas que los entes de Control vayan estableciendo a partir del año 2016.

5.2 Las siguientes actividades y estrategias sobre ventas se deben realizar inmediatamente con el fin de reconocer nuevos mercados:

- a) Mejorar el servicio al cliente
- b) Aumentar los servicios ofrecidos
- c) Aumentar la publicidad
- d) Aumentar los canales de ventas

Atentamente,



SRA. OLGA LIDIA HARO HEREDIA
GERENTE GENERAL