

Quito D.M, 14 de abril del 2.013

Señores Socios  
**GLASSERCON CIA. LTDA.**  
Presente.-

*Distinguidos socios:*

*Pongo en su conocimiento el presente informe de gerencia del año 2.012, cumpliendo con lo estipulado en los estatutos de la compañía.*

*Una vez obtenidos los resultados, y analizando los mismos, se desprenden los siguientes análisis.*

Ventas anuales	\$ 1.807.567.27
Promedio mensual	\$ 150.630.61
Costo de ventas anual	1.532.030.14

- *Equivale a 84 % en relación a la ventas*

Utilidad bruta en ventas	\$ 271.051.96
--------------------------	---------------

- *Equivalente a un 15 % con relación a las ventas*

Gastos administración anual	\$ 154.509.27
-----------------------------	---------------

- *Lo que significa que gastamos un 8 % de las ventas en la administración de la empresa.*

Gastos de ventas anual	\$ 19.738.05
------------------------	--------------

- *Lo que significa que gastamos un 1 % de las ventas para mantener el área de ventas*

<b>Total gastos anuales</b>	<b>\$ 174.247.31</b>
-----------------------------	----------------------

- *Estos gastos representan el 9 % con relación a las ventas.*

**\$ 92.319.48**

**UTILIDAD DEL PERIODO**

Activos totales USD	\$ 765.835.19
Pasivos totales USD	\$ 528.328.94
Patrimonio USD	\$ 237.506.25

*Con las cifras señaladas, podemos determinar los índices financieros y el estado de la compañía al cierre del ejercicio 2.012.*

*Obtenemos en primer lugar un margen de liquidez del 1.22 % es decir, por cada dólar de deuda tenemos 1.22 dólares para pagarla.*

*El patrimonio neto relacionado con activos totales es del 22%.*

*El 91 % de la deuda generada por la compra del local cuyo plazo que se nos otorgó fue a cinco años, se espera continuar pagando sin contratiempos hasta el año 2.015 que termina el plazo.*

#### **CONCLUSIONES:**

*El mercado en lo que respecta a la comercialización y distribución de artículos para carpintería de aluminio ha crecido, pero las vidrierías o empresas que nos compran también lo han hecho pero en forma desordenada, no hay parámetros de control para permitir la apertura de la misma. Esto ha llevado a que la competencia entre los que somos distribuidores nos replantemos la forma de vender sin correr el riesgo de no poder cobrar, no se puede vender a cualquiera a crédito sin saber bien los antecedentes.*

*El tiempo que nos otorgan nuestros proveedores por concepto de crédito se ubica en 30 días para aluminio, 90 días para vidrio y 30 días para accesorios en general. Este plazo lo manejamos a discreción para extender a nuestros clientes, pero el problema se da cuando estos no nos cumplen a tiempo con los pagos.*

*Las actividades desarrolladas durante este ejercicio han proporcionado resultados positivos, determinando así que en este año se está logrando posicionarnos en este duro mercado de la comercialización de aluminio, vidrio y afines.*

*Ha mejorado el monto mensual de ventas, el tener aluminio, vidrio y accesorios es una ventaja para nuestra clientela.*

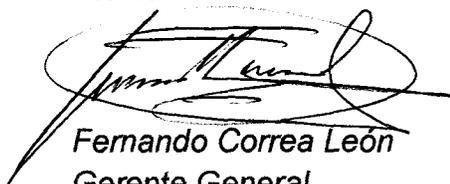
*Nos proyectamos para el nuevo año crecer en volúmenes de ventas y continuar con el posicionamiento de Glassercon en el mercado de la construcción.*

*Está a disposición de los señores socios los balances de situación y resultados como también sus respectivos anexos, correspondientes al ejercicio fiscal 2011, los mismos que reposan en las oficinas de la empresa.*

*Agradezco la colaboración brindada, y hago votos por mejores tiempos para nuestra querida empresa.*

*Sin otro particular*

*Atentamente*



Fernando Correa León  
Gerente General