

152877

Quito, 28 de abril del 2007

INFORME DE GERENCIA

La empresa Cinticomp, muestra un crecimiento de activos en un 7%, por cuanto en el año 2006, tenía \$917.484,70 y en el 2007, \$ 981.228,37. Las principales cuentas que han crecido son: Inventario de Mercaderías (93%), IVA Crédito Tributario (338%), Retención en la fuente,(87%), Muebles y Enceres (82%), Equipos de oficina (276%).

ACTIVO CORRIENTE

En este grupo de cuentas la compañía ha crecido igualmente el 7%, en el 2006, refleja \$ 853.228,53 mientras que en el 2007 aumenta a \$ 909.486,50. Lo que nos indica que el capital de trabajo ha crecido en el 7% mencionado.

En la cuenta Inventario de Mercaderías, tenemos un crecimiento importante del 93%, ya que las ventas en el 2007 crecieron un 69%, por lo que se necesitó importar mas mercadería para poder abastecer el mercado, creciendo esta cuenta.

ACTIVO FIJO

Este nos indica que la empresa ha crecido un 12% por lo que ha comprado muebles y equipo de oficina ya que ha amplió la sucursal de Guayaquil en Octubre del 2007.

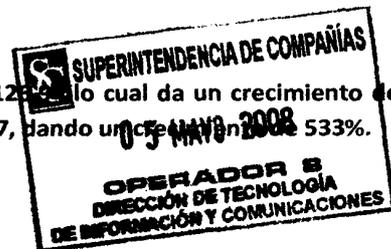
PASIVO CORRIENTE

Tenemos un crecimiento del 2%, decrecimiento de la cuenta proveedores por pagar en - 15%, liquidación de la cuenta Impuesto a la Renta de la empresa anterior y la cuenta Provisiones.

Crece la cuenta Aportes al IESS en 189% debido a que la empresa en el año 2006 y 2007 incrementó nuestro personal. También tenemos crecimiento de la cuenta Retención Renta por pagar en 151%.

PATRIMONIO

La empresa aumenta su reserva legal de \$ 80,40 a \$37.123,40 lo cual da un crecimiento de 46078%. Al igual que la utilidad de \$ 62.499,07 a \$395.917, dando un crecimiento de 533%.



En el total de Pasivo y Patrimonio tenemos un crecimiento del 7% es decir la compañía se ha capitalizado, aunque las utilidades han decrecido en el año 2007 en 64%.

VENTAS

Tiene un crecimiento de \$3'821.352,17, equivalente al 69,4%, en relación al año 2006, debido a que los productos vendidos son de alta rotación por ser productos de tecnología de punta, y si estos no rotan de una forma rápida pierden valor en el mercado quedando obsoletos.

COSTO DE VENTAS

Creció en 72,7%, siendo superior al crecimiento de las ventas, se debió a un incremento en los precios FOB. Y que se ha efectuado muchas compras locales.

GASTOS DE OPERACIÓN

Tenemos un crecimiento del 107,5%, las cuentas que más crecieron fueron, Aportes al IESS y fondos de reserva, Honorarios y comisiones, Promoción y publicidad, Intereses y comisiones bancarias, Otros gastos locales. Debido a la contratación de mayores espacios publicitarios, y las comisiones e intereses de las tarjetas de crédito, al incremento en nuestro personal e incluso al aumento del personal de guardianía y Seguridad.

El Activo Corriente es mayor que el Activo Fijo, pues en Activo Corriente tiene \$ 909.48,50 y en Activo Fijo (Propiedad planta y equipo) tiene apenas \$ 70.726,87, ya que se trata de una empresa comercial, cuyo objetivo es tener un inventario variado para poder cubrir las necesidades del mercado.

Cinticomp, tiene Cuentas por Cobrar \$390.656,91, siendo el rubro mas alto del activo corriente, pero con una recuperación rápida debido a que las ventas son al contado y con tarjeta de crédito. Por cuanto el capital rota constantemente y la empresa es muy difícil que se desfinancie.

Tiene un buen porcentaje de liquidez (21,95%), lo que facilita sus operaciones para cubrir los gastos corrientes.

En los pasivos la cuenta mas alta es Proveedores por Pagar con \$ 262.453,12, esto significa que la compañía está trabajando don dinero de los proveedores.

En el Patrimonio tenemos que la compañía cuenta con un 57,48% de capital propio para el financiamiento del activo, quedando el 42,52% financiado por los proveedores y tarjetas de crédito.

La cuenta proveedores por pagar es alta con relación al pasivo corriente, ya que la compañía está trabajando con dinero de los proveedores.

La empresa tiene elevado costo de ventas, dejándole apenas un 16% de utilidad bruta en ventas.

Los gastos de operación son de 9,5%, siendo este un alto porcentaje lo cual genera una disminución en las utilidades netas.

La utilidad neta antes de imp. Y participación es de 6,52% es decir \$359,049,28, suma esta considerada muy baja, pero está en relación con la del sector a la que pertenece esta compañía.

CONCLUSIONES

Como podemos apreciar la Compañía CINTICOMP, tiene un incremento en las ventas del 2006 al 2007 en un 69.4%, sin embargo esta decreció en un 27, 6% en relación a la utilidad obtenida en el año 2006, debido al elevado de los gastos de operación.

En cuanto al balance General se puede apreciar un incremento en el Activo Corriente del 338%, rubro generado por el IVA, CREDITO TRIBUTARIO, este rubro se generó por el alto porcentaje de ventas con tarjetas de crédito, cuyos establecimientos retienen el 2%, siendo este rubro muy elevado, si comparamos con el 6,52% de margen de utilidad. Así mismo el aumento del Crédito Tributario en el IVA se da porque estos establecimientos nos retienen el 30 y 70% del valor del IVA.

La Compañía CINTICOMP, tiene su margen de utilidad por el volumen de ventas efectuadas y no por margen de rentabilidad, por tratarse de productos de alta rotación y de fácil discontinuidad, debido a la tecnología que día a día va innovando los productos.

La Compañía gastó una importante suma de dinero en promoción y publicidad, cuyo valor asciende a \$ 307.523,60, teniendo un incremento del 159,3%, en relación al año 2006, generando una disminución en la utilidad, por tan elevado gasto operacional.

La Empresa, cuenta con una buena liquidez, buena rotación de inventario, buen margen de utilidad en relación al activo y patrimonio, su recuperación de cartera es excelente, por cuanto tiene un promedio de 2,36 días.

Se encuentra con una buena posesión en el mercado ya que sus precios son los más competitivos, tiene una amplia gama de productos, que satisfacen a todos sus clientes.

Para este nuevo año se sugiere:

Bajar los costos de importaciones, consiguiendo mejores tarifas, con los proveedores de fletes, agentes de aduanas, y transporte interno.

Renegociar los porcentajes de comisión con las tarjetas de créditos o establecimientos afiliados, que prestan el servicio, para facilitar la venta de los productos de la Compañía.

Es importante que el crecimiento de ventas en estos 2 últimos años, se mantengan en caso de no poderlo superar, ya que hasta hoy ha dado buenos réditos económicos y ha logrado que la compañía crezca y pueda abrir nuevas sucursales.

Los gastos de promoción y publicidad, se recomienda tener muy en cuenta para optar por otras alternativas un poco menos costosas, logrando que se bajen estos gastos, para obtener un mejor margen de utilidad, al final del ejercicio económico.



Atentamente,

Kléber Chacha

Gerente General
