

INFORME DEL GERENTE GENERAL A LA JUNTA DE ACCIONISTAS DE LA EMPRESA MEGACAVEDI CIA. LTDA.

PERIODO 2008

Entorno Nacional

El año anterior fue de grandes retos en la organización, se alcanzo las expectativas planteadas, pese al aspecto económico no tan favorable en la economía del país.

Pese a todo el riesgo país, el crecimiento propuesto se lo pudo alcanzar.

Impacto de la empresa

La empresa obtuvo un crecimiento del 61% en sus ventas con relación del 2007, se logró llegar a una venta mensual de 100.000,00 dólares convirtiéndose en una empresa con ventas que superar el millón de dólares.

Un factor muy importante fue la inestabilidad económica la cual provoco alzas de precios en los dos últimos trimestres del año, motivo por el cual los costos se incrementaron.

El precio final no pudo ser trasladado al cliente debido a los convenios firmados por un año lo que provoco que baje la rentabilidad en el último trimestre, lo que afecto a los resultados de la compañía.

Desempeño del Negocio

En este año la empresa fue austera en gastos se mantuvo los costos fijos e incrementaron las ventas, pese a la perdida de información por noviembre por este motivo la empresa contrató personal que nos ayuden a recuperar la información financiera.

Nuestro principal proveedor (Kimberly Clark), subió los precios en agosto y octubre lo que ocasionó que nuestra rentabilidad bajara considerablemente.

A continuación se muestra un comparativo entre el año anterior y el año 2008.

Incremento en ventas 61%.

Margen del 18% al 16%

2007 perdida, 2008 ganancia .

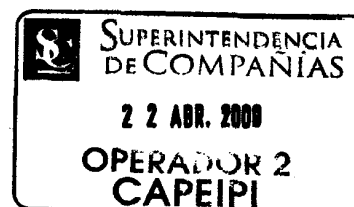
Se mantuvieron los días de cartera.

Bajo la rotación del inventario.

Se cumplieron con las obligaciones a corto plazo dentro del período establecido.

Se termino de pagar préstamos con el banco pichincha.

- 10.000 a 24 meses última cuota septiembre 2008
- 15.000 a 12 meses última cuota septiembre 2008
- 20.000 a 36 meses última cuota julio 2008



157148

Objetivos para el año 2009

Manejar mejor los recursos con los que la empresa cuenta.

Buscar proveedores que nos permitan manejar una rentabilidad mínima del 20%

Incrementar la venta en productos nuevos que nos dejan una rentabilidad superior al 20%, como son coberturas, cloro, desinfectantes, desengrasantes, línea Sfaty y salsa frías.

Realizar coberturas a través de venta directa.

Con el cumplimiento de estos objetivos la venta se incrementará en un 10% con las líneas nuevas.



Ing. Luis Cardona
GERENTE GENERAL

Abril 2009

