



Mercampos Corporación Mercantil Campos Pérez S.A.

IMPORTACIONES Y DISTRIBUCIONES

MATERIALES DE ZAPATERÍA Y TAPICERÍA EN GENERAL

Pedro Pablo Gómez # 104 y Lorenzo de Garaycoa (Mezzanine) Of. No.4

Teléfonos: 2412933 - 2412686 * Fax: 2411224

Guayaquil - Ecuador

INFORME DEL COMISARIO PRINCIPAL

Señores Accionistas:

Como Comisario de la corporación MERCAMPOS S.A. tengo a bien comunicar los resultados económicos del ejercicio correspondiente al año 2008 en cumplimiento de las leyes pertinentes, estatutos y reglamentos. Utilizaré los índices y razones financieras de aceptación general, para una mejor explicación.

RAZONES DE LIQUIDEZ

Razón de circulante.

2008	2007
1.108	1.03

Indica que por cada unidad de pasivo se cuenta con 1.108 para cubrirlo.

Razón de Liquidez.

2008	2007
0.017	0.02

Indica que por cada unidad de pasivo se cuenta con 0.017 para cubrirlo sin recurrir a los inventarios.

RAZONES DE ACTIVIDAD

Rotación de activos fijos.

2008	2007
37.57	29.59

Rotación de activos totales.

2008	2007
1.085	1.09

RAZONES DE RENTABILIDAD

Margen de utilidad bruta.

2008	2007
15.10	16.65





Mercampos Corporación Mercantil Campos Pérez S.A.

IMPORTACIONES Y DISTRIBUCIONES

MATERIALES DE ZAPATERÍA Y TAPICERÍA EN GENERAL

Pedro Pablo Gómez # 104 y Lorenzo de Garaycoa (Mezzanine) Of. No.4

Teléfonos: 2412933 - 2412686 * Fax: 2411224

Guayaquil - Ecuador

Margen de utilidad operacional.

2008	2007
0.60	2.19

Margen de utilidad neta.

2008	2007
0.51	1.00

CONCLUSION

La utilidad de la compañía MERCAMPOS ha disminuido en relación al año anterior, sus índices financieros no son favorables.

En cuanto a sus operaciones debe incrementar nuevas líneas de ventas y ampliar su mercado.

Recomendamos elaborar un plan estratégico y comercial que permita a la compañía salir de la situación económica comprometida en la que se encuentra actualmente si se desea continuar operando exitosamente y atender las demandas de sus clientes, servidores y accionistas de la misma.

La Gerencia debe analizar el punto de equilibrio par que pueda sacar conclusiones en relación a cuanto se requiere para operar sin ganar ni perder y cuanto debe ser el esfuerzo de ventas para presentar utilidades por las operaciones comerciales de la Empresa.

Gracias

Ing. César Martínez Y.

Guayaquil, 12 de Marzo de 2009