

# **INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS**

**CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO**

**ENERO 1, DICIEMBRE 31 DE 2010**

*Señores accionistas:*

*Este informe analiza las actividades de la Compañía en el periodo enero 1 – diciembre 31 del año 2010 y las proyecciones para el año 2011.*

## **ANTECEDENTES:**

*Al analizar el entorno político y económico que rodeó a nuestra empresa en el año 2009, mencionábamos la crisis económica mundial que si bien no afectó al Ecuador en forma severa si influyó el desenvolvimiento de las empresas, La crisis tuvo repercusiones aún en el 2010, una de ellas la dificultad de conseguir cartas de crédito a los plazos concedidos por los proveedores, esto ha obligado a que AMBAGRO S.A. tenga que contratar créditos bancarios a fin de poder refinar las importaciones con un sacrificio económico importante.*

*Los precios internacionales de los insumos agropecuarios han tenido en el año 2010 una tendencia al alza a esto se suma el incremento que también se ha producido en los materiales de provisión nacional tales como empaques, etiquetas etc. de otra parte la competencia ha crecido y al momento se encuentran en el mercado un número mayor de alternativas que son ofrecidas a la demanda, los mayores costos no pudieron compensarse con una elevación similar en el precio de venta, esto a repercutido en un menor margen de utilidad de los productos.*

*En el 2010 la compañía ha logrado mejorar su stock lo que le ha permitido atender de mejor forma a nuestros clientes sin embargo de esta mejoría aun tenemos problemas de provisión de productos. Este hecho impide además que podamos aprovechar una porción adicional del mercado, ya que solamente atendemos eficientemente 3 provincias del Ecuador y 2 en forma parcial.*

*A pesar de estos factores adversos nuestra empresa se ha posesionado mas en el mercado y hemos podido mantener nuestro volumen de ventas y tener un crecimiento que si bien no es el que esperábamos lo considero aceptable. El monto de ventas ha producido un ingreso a la empresa suficiente para cubrir los gastos de la misma y producir un súper habit*

## **OPERACION DE LA COMPAÑIA**

*La estructura de personal de la compañía no ha variado y se mantiene prácticamente la misma desde el año 2000:*

*El personal administrativo está compuesto por Gerente, Contadora, Secretaria y Ayudante de Contabilidad y Secretaría.*

*El personal de ventas está constituido en la zona centro por un representante de ventas y 2 extensionistas, La zona Norte está a cargo de un distribuidor y AMBAGRO mantiene 2 extensionistas de*

apoyo. En Pichincha la situación es similar se cuenta con un distribuidor y en su apoyo mantenemos un extensionista.

Como personal de ventas están considerados adicionalmente el Bodeguero y el personal que se dedica a envasado.

## RESOLUCIONES DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS

En el año 2010 cumpliendo con la resolución de la Junta de Accionistas de marzo del 2009 se aumento el capital social de la Compañía de 190.000 dólares a 250.000 dólares.

## ASUNTOS ADMINISTRATIVOS

### Gastos

La relación gastos administrativos/ventas totales frente al año 2009 ha disminuido de 7,82 a 7.34%

Distribución de gastos por rubro, comparación 2010-2009

ADMINISTRATIVOS	GASTO ADMINIS	GASTOS %	GASTOS ADMINIST	GASTOS %
	Dólares		Dólares	
	2009	2009	2010	2010
<b>TOTAL</b>	<b>74.993</b>	<b>7.82</b>	<b>78.607</b>	<b>7.34</b>
<b>REMUNERACIONES</b>	<b>43.039</b>	<b>58.66</b>	<b>39.414</b>	<b>50.14</b>
<b>MOVILIZACION</b>	<b>940</b>	<b>1.25</b>	<b>1.913</b>	<b>2.43</b>
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>	<b>1.391</b>	<b>1.85</b>	<b>1.797</b>	<b>2.29</b>
<b>PAGO ENTIDADES PUBLICAS</b>	<b>2.748</b>	<b>3.66</b>	<b>1.906</b>	<b>2.42</b>
<b>PAGO A PROFESIONALES</b>	<b>1.425</b>	<b>1.9</b>	<b>6.424</b>	<b>8.17</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>11.824</b>	<b>15.77</b>	<b>12.359</b>	<b>15.72</b>
<b>SEGUROS</b>	<b>541</b>	<b>0.72</b>	<b>468</b>	<b>0.59</b>
<b>OTROS</b>	<b>13.084</b>	<b>17.44</b>	<b>14.324</b>	<b>18.22</b>

El cuadro anterior relaciona el total de los gastos administrativos y el valor total de las ventas y en el caso de cada la relación corresponde al valor de cada rubro con el valor total de los gastos administrativos.

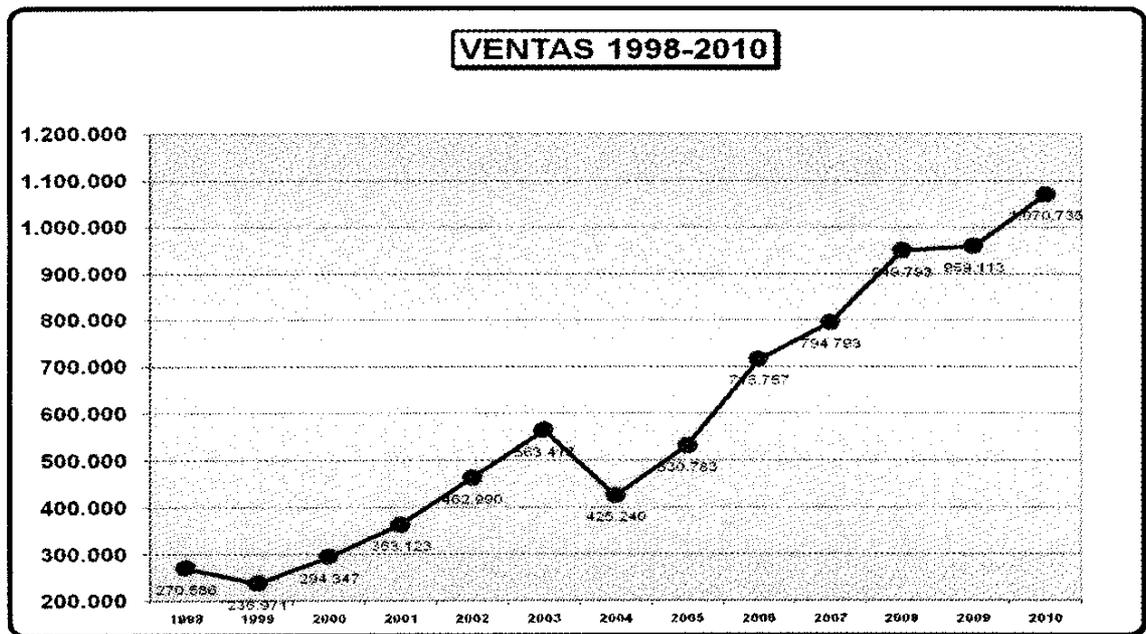
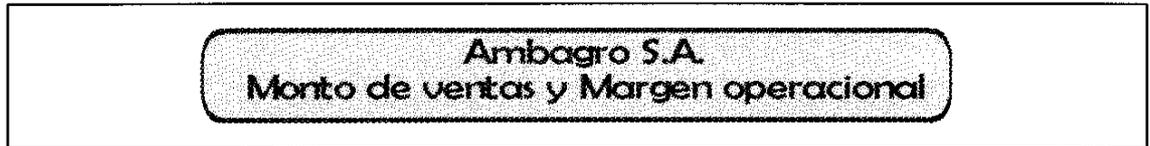
Cabe señalar que hay un incremento notable en el rubro correspondiente a Pago a Profesionales y Otros gastos

## VENTAS

El monto de ventas ha alcanzado un valor de 1.071.267 dólares mostrando un crecimiento de 11.16% frente al 2009. Crecimiento que casi duplica el que se tuvo entre 2009/2008 pero que sin embargo es menor al que la compañía ha tenido en los años anteriores donde alcanzo cifras de alrededor del 18%

El cuadro siguiente muestra la evolución de las ventas desde el año 1998-2010

Volumen de ventas 1998-2010



#### **MONTO DE VENTAS Y ZONAS**

AMBAGRO S.A. atiende varias provincias del Ecuador y estas han sido zonificadas con fines operativos:

<b>Zona Norte:</b>	<b>Imbabura, Carchi</b>
<b>Zona Pichincha:</b>	<b>Pichincha, Cotopaxi</b>
<b>Zona Centro:</b>	<b>Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo</b>
<b>Zona Su</b>	<b>Azuay, El Oro, Guayas, Los Ríos</b>

Nuestra actividad tiene importante desempeño en las provincias de: Imbabura, Carchi, Cotopaxi, Tungurahua.

Parcialmente atendemos a Pichincha, Chimborazo

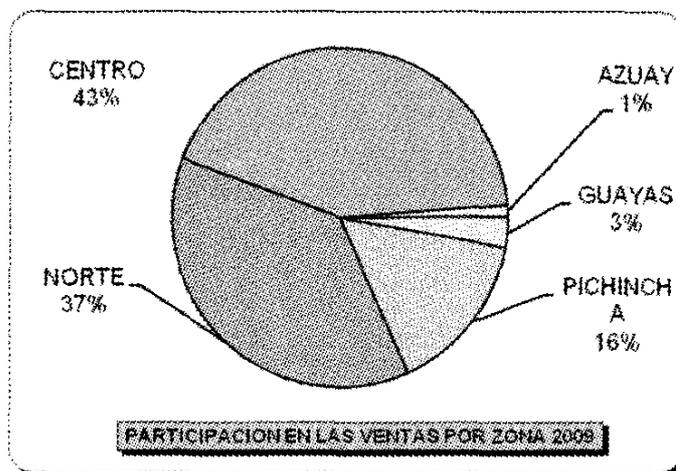
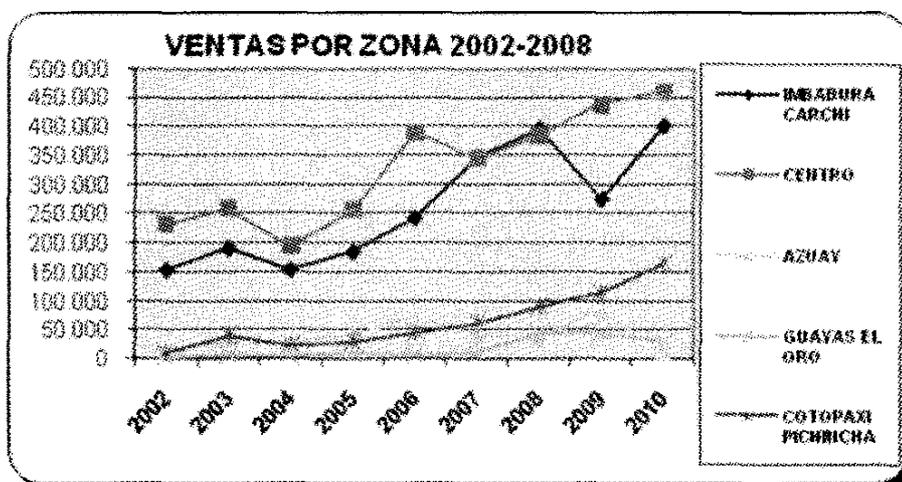
Marginalmente a Azuay, El Oro, Guayas, Los Ríos.

El resto de las provincias ecuatorianas no han podido ser integradas a nuestra actividad.

*Volumen de ventas por zona y su porcentaje de participación con relación a las ventas totales.*

<i>Imbabura y Carchi</i>	<i>400.825</i>	<i>37.43%</i>
<i>Pichincha Cotopaxi</i>	<i>165.950</i>	<i>15.49%</i>
<i>Tungurahua Chimborazo</i>	<i>460.610</i>	<i>43.02%</i>
<i>Azuay, Guayas, El Oro</i>	<i>43.350</i>	<i>4.04%</i>

*Participación en las ventas de cada zona*



*Las ventas en la zona central constituyen casi la mitad de las ventas totales*

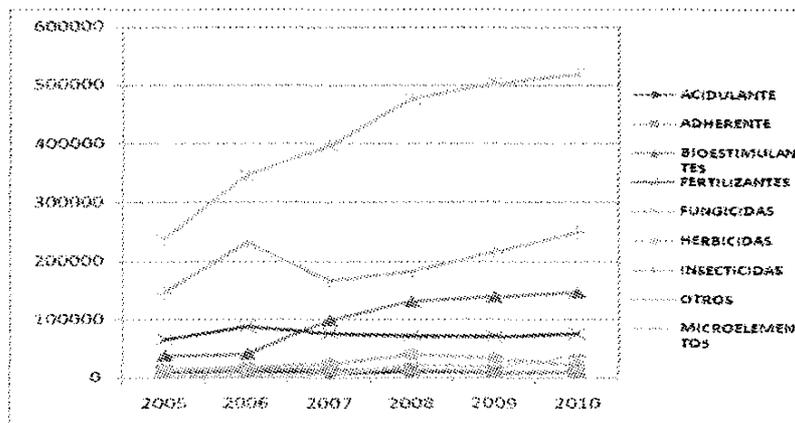
*Las ventas en la zona norte se han recuperado ya que en el año 2009 estas tuvieron una disminución apreciable, al momento constituyen el 37% de las ventas de la empresa sin que lleguen a tener la preponderancia que tuvieron en el 2008*

*En Pichinchas las ventas denotan un interesante crecimiento, la diversidad de cultivos y las posibilidades de riego en la zona ayudaron a este resultado al momento constituyen el 16%.*

*El Azuay, El Oro, Guayas y los Ríos apenas representan el 4% de las ventas, sin embargo las perspectivas en estas dos últimas provincias son muy alentadoras.*

### **Productos y precios**

*En el tiempo la participación de los diferentes fitoquímicos ha variado, al momento los fungicidas son el monto más importante de ventas seguido por los insecticidas, sin embargo la venta de Bioestimulantes demuestran un crecimiento muy importante así como la de microelementos, la de fertilizantes, y adherentes se mantiene en niveles constantes.*

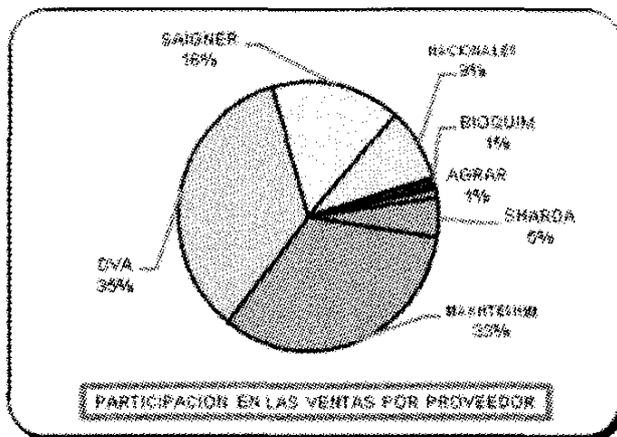


*Igualmente la participación de los proveedores ha variado en el tiempo. El mayor monto constituyen las compras a DVA que muestran un descenso con relación al 2009. Le sigue en importancia las adquisiciones a Makhteshim. Cabe señalar que DVA nos provee de 7 de los productos que expendemos, mientras que en el caso de MCHW estas corresponde exclusivamente a dos productos. Dentro de los Bioestimulantes son las compras a Saigner las de mayor monto, al momento en este rubro tenemos también como proveedor a AGRAR las dos empresas españolas.*

*A partir del 2008 se han realizado adquisiciones a SHARDA de la India.*

*Son importantes los montos adquiridos localmente que en muchos casos sirven para cubrir deficiencias de stock, se debe señalar que 2010 este rubro tiene una importante disminución*

**Distribución de las ventas por proveedor**



*Gastos de ventas La relación gastos de ventas/ Ventas Totales ha variado de 14,23% en el 2009 a 13,71 en el 2010.*

*En términos absolutos este rubro fue de USD146.866 dólares El monto mayor correspondió remuneraciones USD89.737y significan el 61.09% de los gastos de ventas.*

**Gasto de ventas por rubro y su participación porcentual**

VENTAS	GASTO DOLARES	GASTO VENTAS	GASTO DOLARES	GASTO VENTAS
		%		%
	2009	2009	2010	2010
<b>TOTAL</b>	<b>136.551</b>	<b>14.23</b>	<b>146.886</b>	<b>13.71</b>
REMUNERACIONES	80.601	59.03	89.737	61.09
MOVILIZACIÓN	2.543	1.86	2.606	1.77
GASTOS INDIRECTOS	15.330	11.23	17.797	12,12
PUBLICIDAD	1.618	1.18	2.563	1.74
MANTENIMI VEHICULOS	12.957	9.49	17.454	11.88
SEGUROS	9.307	6.82	5.215	3.55
DEPRECIACIÓN	1.120	0.82	1.873	1.27
PROVISIONES	1.655	1.21	2.182	1.49
OTROS GASTOS	7.944	5.82	7.459	5.07

*Igual que en el caso de los gastos administrativos él 13,71% es la relación de los gastos totales de ventas con el monto de ventas totales, y en cada rubro este es la relación del ítem correspondiente con el monto de gastos de ventas*

*Las remuneraciones con relación al gasto de ventas ha subido de 59 a 61% Los gastos indirectos y el mantenimiento de vehiculos tiene un incremento.*

## FINANCIEROS

Los gastos financieros a partir del año 2009 son un grave peso para la empresa en el 2008 representaron el 0.73% en el 2009 el 2,28 y en el 2010 el 2.45% si bien es cierto en este rubro se incluye el interés que corresponde a la financiación de la compra del galpón de la empresa el monto mayor 25.022 dólares son debidos a créditos contratados para refinanciar las cartas de crédito señalo que por cada punto de incremento de este rubro, hay un costo para la empresa de 10.000 dólares.

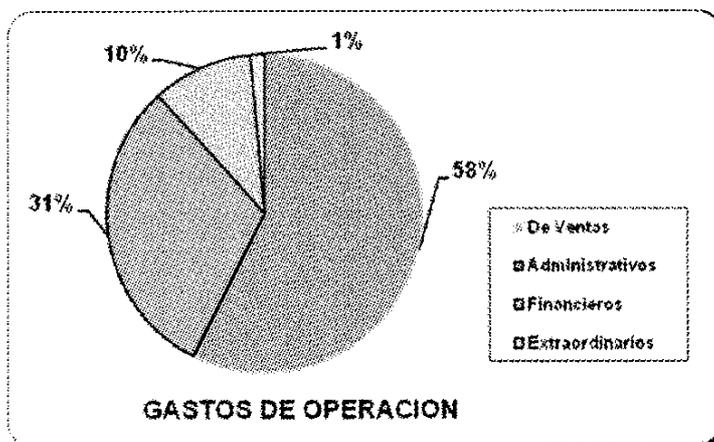
Los gastos extraordinarios son cubiertos con el 0.3 del valor de las ventas

## GASTOS OPERACIONALES TOTALES

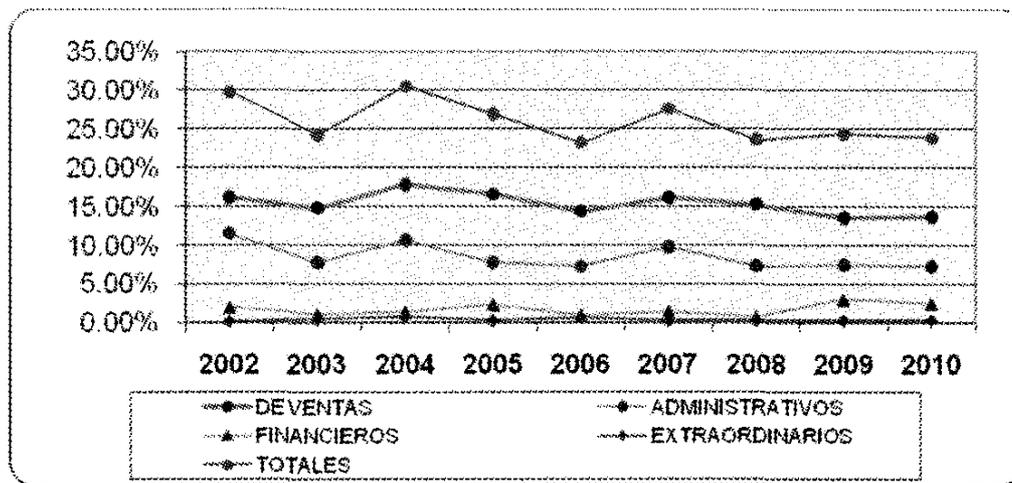
### Gastos operacionales por rubro

Rubro	Monto
De Ventas	146.886
Administrativos	78.607
Financieros	26.326
Extraordinarios	3.719
<b>TOTAL OPERACIÓN</b>	<b>255.538</b>

### Distribución de los gastos operacionales



**Gastos de operación 2002-2010 en % sobre el valor de los ingresos.**



Con relación al año 2009 la relación gastos de operación/ ventas totales ha mejorado actualmente estos son cubiertos con el 23.84% aproximadamente 2 puntos menos que el año anterior

Cabe señalar que al analizar los gastos de operación por cada uno de los rubros existe un descenso en los gastos de ventas y administrativos y un incremento en los gastos financieros, por las razones expuestas con anterioridad.

### **PROYECCIONES 2011**

Para el año 2011 esperamos crecer en una tasa de al menos 18%

La proyección que a continuación se presenta se ha realizado bajo los siguientes supuestos:

1. Proyección de gastos totales: incremento de 6.7% en promedio
2. Precios de venta con respecto al 2008: estables.
3. Esperamos alcanzar la meta ventas de 1,211.245 dólares
4. Stock suficiente para atender al mercado.
5. Se considera la posibilidad de ampliar los sectores atendidos, incrementar las ventas en las provincias de Pichincha y Chimborazo, sectores de gran importancia agrícola y en los que al momento no tenemos un mercado que corresponda al nivel de actividad de la empresa.

El cuadro adjunto muestra la proyección de ventas por producto.

El cuadro siguiente presenta una estimación de los gastos para 2010.

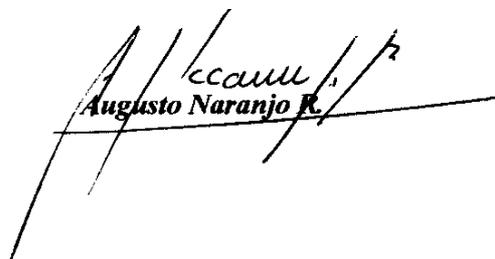
**Cuadro No 4: Proyección de gastos.**

<b>RUBRO</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2011/2010</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	146,886	162,062	110,3%
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	78,607	82,189	104,6%
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	35,798	31,754	88,7%
<b>GASTOS EXTRAORDINARIOS</b>	3,719	2,230	60,0%
<b>GASTOS TOTALES</b>	<b>265,011</b>	<b>282.775</b>	<b>106.7%</b>

Con las premisas anotadas ventas de USD1.283miles. margen operacional de 33% significarian ingresos para la compañía por un monto de USD423.4 miles se cubrirían los gastos estimados en USD282.8miles dejando un superávit.

Señores Socios de la Compañía, la gerencia agradece el apoyo de los accionistas a su gestión, agradece sobremanera al personal de la empresa por su esfuerzo y apoyo.

**Atentamente**

  
Augusto Naranjo R.

