

ambagro s.a.
**INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA GENERAL
DE ACCIONISTAS**

CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2015

Señores accionistas:

Mediante el presente informe, la Administración pone en conocimiento de los señores accionistas y de las autoridades de control los resultados obtenidos por la Empresa en el período Enero 1 – Diciembre 31 del año 2015, detalla el movimiento de Ambagro, analiza los índices alcanzados en el desarrollo de las actividades y revela las proyecciones trazadas para el año 2016.

ANTECEDENTES:

AMBAGRO, al cumplir 22 años de actividad, fijó sus objetivos en base a sus logros anteriores, a las características del equipo de trabajo, a la calidad de sus productos, al respaldo de sus proveedores internacionales y a la confianza manifiesta de sus clientes.

La propuesta señalaba entre otras actividades el interés en lo siguiente:

1. Mejorar el promedio de días al cobro.
2. Mantener una estricta disciplina de gastos y austeridad.
3. Cumplir el presupuesto de ventas.
4. Ampliar la oferta de productos.
5. Mantener los márgenes operativos.
6. Cumplir con las demandas de los organismos del Estado.

Varios factores determinaron el rendimiento final y afectaron el desarrollo de las actividades, a saber:

1. Fue un año de clima excepcionalmente cálido y seco, lo cual disminuyó la posibilidad de vender fungicidas curativos.
2. El señor Gerente de Ventas se retiró de la Empresa y, siendo que él atendía directamente la zona Norte en su reemplazo fue necesario ubicar a un vendedor lo cual procuró una mejor atención en tiempos y frecuencias. Esta gestión además permitió ampliar la cantidad de clientes.
3. El rediseño ejecutado desde el año 2014 por la Gerencia de Ventas que pretendía priorizar la gestión comercial en aquellos clientes de mejor rendimiento, en general, no proporcionó los frutos anhelados y afectó negativamente el margen operacional.

4. Las decisiones de las empresas dueñas de los registros no coincidentes con nuestros intereses, nos obligaron a prescindir de la venta definitiva de RECIO, SHARTEBU, TERBAK, TOR y FEGADAZIN. Este hecho provocó que comparativamente al año 2014 se produzca una disminución real en las ventas por un valor de 266.164 dólares.
5. Tratando de compensar las ventas perdidas de los plaguicidas retirados del mercado se crearon nuevas opciones de negocio adicionando a nuestro menú de oferta los productos FOSETYL y GLIFOSATO. Este incremento permitió ventas por 51.819 dólares
6. Se tramitaron ocho importaciones de agroquímicos de cinco proveedores internacionales, y una importación adicional de máquinas, equipo y repuestos para el envasado.
7. Los gastos operacionales disminuyeron en relación al año 2014 pero desgraciadamente las ventas no alcanzaron los niveles óptimos previstos.
8. Se construyó una ampliación en la bodega en unos 150 metros cuadrados, lo que permite una mejor distribución de los espacios y mejor ventilación.

En el medio internacional mantenemos en buen nivel el grado de confianza de nuestros proveedores lo cual es un importante aporte a nuestra operación porque agiliza la gestión y disminuye los costos de operación.

Por otro lado, nuestra credibilidad en el medio financiero ha permitido operaciones crediticias que han viabilizado la gestión de la Empresa. Contamos con la garantía del galpón a favor del Banco de Guayaquil y un crédito prendario aun en tránsito, otorgado por Unifinsa en el año 2014. El Banco Internacional nos ha facilitado cartas de crédito que exigieron en su momento dos proveedores.

Nuestras fortalezas son, entre otras, la calidad de los productos, los precios competitivos, el conocimiento del mercado, el prestigio ganado, la honestidad de nuestros actos, la buena atención a los clientes, la armonía interna del personal de trabajo, la confianza de nuestros proveedores internacionales, el respaldo de la banca local.

Debemos mejorar en los días al cobro, debemos aumentar nuestras ventas en productos, montos y rentabilidad. En fin, debemos ser mejores y no desmayar en nuestro empeño de ser eficientes y eficaces.

La Agricultura aporta a la economía con el 7.21% del PIB que significa un movimiento comercial de 7,000 millones de dólares y los agroquímicos son fundamentales en la producción nacional. Por ello la crisis debe constituirse en un reto. A pesar de la contracción económica y sus consecuencias, todos tenemos que alimentarnos.

El equipo de trabajo de Ambagro no ha declinado en sus aspiraciones y hemos debido luchar contra todas las adversidades, limitaciones y circunstancias intentando alcanzar nuestros propósitos de sostenibilidad y crecimiento.

RECURSOS HUMANOS

La conformación de la compañía en cuanto al **recurso humano** es la siguiente:

El personal Administrativo está compuesto por el Gerente General y tres profesionales calificadas: Las Señoritas Contadora, Secretaria y Ayudante de Contabilidad.

El equipo de ventas cuenta en la zona centro con un Ingeniero Agrónomo representante de ventas y 2 extensionistas que respaldan la gestión técnica y comercial.

La zona Norte está a cargo del vendedor y Ambagro mantiene 2 profesionales extensionistas de apoyo.

En Pichincha se cuenta con un distribuidor.

El Austro es atendido ocasionalmente por la oficina central.

Como personal de ventas están considerados también el señor Bodeguero y su equipo de trabajo, de seis operarios, quienes se ocupan del proceso total de envasado y despacho de los productos.

AMBITO LEGAL

Los organismos estatales de control buscan la aplicación y el cumplimiento de leyes y reglamentos, así,

El Servicio Nacional de Aduanas mantiene la implementación de procesos electrónicos de importación de manera concatenada con Agrocalidad y autoriza mediante la Ventanilla Única Ecuatoriana las compras Internacionales controlando su legalidad mediante los registros actualizados por Agrocalidad.

Agrocalidad vigila todos los procesos técnicos y ha ampliado y reorganizado su accionar otorgando a las oficinas provinciales mayores facultades y mejor campo de acción, lo cual ha facilitado nuestras gestiones de registros, autorización de etiquetas y de trámites de importaciones; además, la actualización de la información completa en el Sistema Guía.

Para cumplir adecuadamente con el Ministerio del Ambiente mantenemos vigente el convenio de apoyo con la Empresa Ambientalista ACOSTA Y ASOCIADOS, su delegado profesional es el señor Ing. Fernando Espindola quien en calidad de asesor hace seguimiento al cumplimiento del plan ambiental. Continúa vigente el contrato de servicios de incineración de desechos con la Empresa INCINEROX.

Hemos elaborado oportunamente nuestro informe anual de cumplimiento del Plan Ambiental y estamos a la espera de la aprobación de nuestro registro como generadores de desechos peligrosos.

El Ministerio de Relaciones Laborales nos pidió depurar la información del personal que labora en la Empresa para actualizar los datos en su sistema electrónico de control de ingresos, contratos y liquidaciones de empleados. Hicimos un seguimiento a nuestro cumplimiento del Sistema de Gestión de Riesgos del Trabajo con atención en salud y seguridad. La ejecución de estas tareas las llevamos en conjunto la Administración y el Comité Paritario conformado por el personal de la Empresa y el asesoramiento puntual de la señorita Ing Adriana Guerrero de TALENTPool.

Hemos cumplido con nuestras obligaciones frente a La Superintendencia de Compañías, la Dirección de Registro de Datos, el Servicio de Rentas Internas, el Seguro Social, la Agencia de Regulación y Vigilancia Sanitaria, los Bomberos, el Gobierno Provincial y el Municipio.

RESOLUCIONES DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS

En el año 2015 se realizaron tres reuniones de Directorio:

- 1.- El día 31 de Marzo, Junta General Ordinaria dando cumplimiento al Artículo 234 de la Ley de Compañías, se presentan los informes y balances del ejercicio económico 2014. En esta Asamblea se resuelve aprobar los informes y balances. Se designó al señor Ingeniero Oswaldo Reinoso, Comisario Revisor y al señor Doctor Marco Altamirano, Auditor Externo.
- 2.- El día 1 de Agosto, Junta General Universal para designar a los señores Presidente y Gerente General en cumplimiento a los Estatutos de la Empresa. Las dignidades recayeron en los señores Augusto Naranjo y Fernando Caicedo, respectivamente.

3.- El día 11 de Septiembre, se celebró una Junta General Universal necesaria para ratificar la designación del Auditor Externo para el ejercicio 2014; y, ratificar la aprobación al informe de Auditoría Externa del ejercicio 2014. La Asamblea ratificó al señor Auditor, lo actuado por su persona y el informe de auditoría del año 2014.

ANALISIS DE LAS VENTAS.-

La pérdida total de ventas de Fegadazin, Recio, Terbaik, Tor y Shartebu que en el año 2014 si se pudieron comercializar significaron una disminución de 266.164 dólares por lo que al haber vendido en el año 2015 un monto de 1.219.783.36 dólares, hemos sufrido un decrecimiento de 35.040 dólares frente al período 2014, esto es, del 2.79%.

En afán de mejorar las ventas y confrontar la pérdida de productos, se incrementó nuestro menú de oferta con el fungicida FOSETYL ALUMINIO y con el herbicida GLIFOSATO, ambos con registro de la empresa alemana UNIVERSAL HOPE. Estos dos productos nos permitieron ingresos por 51.819 dólares, lo que refleja lo difícil que es empezar a promocionar y lograr la atención de nuestros clientes que tienen antecedentes de compra con nuestra competencia.

Las ventas, tradicionalmente, son cuantitativamente mayores en las provincias de Tungurahua, Chimborazo, Carchi, Imbabura y en el cantón Salcedo. Son estables y medianas en la zona de influencia de nuestro distribuidor en Pichincha y Cotopaxi. Se mantienen en los parámetros normales con los clientes que son atendidos por la oficina. Se han tornado muy débiles en la zona Sur por falta de atención oportuna y adecuada.

La variedad de productos agrícolas que se cultivan en el centro del país, por condiciones de clima y suelo permiten diversificar mejor las ventas y bloquean la estacionalidad climática, lo cual se refleja en los montos de ventas. En esa medida debemos ser más persistentes con Salcedo, Imbabura y Pichincha para mejorar nuestros índices considerando las ventajas anotadas.

Tungurahua y Chimborazo consiguen una recuperación definitiva y logran crecer marcadamente con respecto al año 2014. Se debe sostener este rendimiento y llevarlo a niveles superiores.

En Salcedo, nuestro mejor cliente individual por muchos años, las ventas deben cuidarse, hay una disminución causada por la presencia agresiva de nuevos almacenes.

En el Norte el vendedor ha logrado un crecimiento del 10 % en las ventas en Carchi, pero por una relación difícil que se está superando con nuestro principal cliente de Ibarra y por razones de sequía, las ventas en Imbabura han decaído en el 12.82 %, lo que al sumar permite estabilizar el resultado con un crecimiento de apenas el 0.11 %. El reto en el año 2016 es consolidar el crecimiento en Carchi y recuperar las ventas en Imbabura hasta alcanzar ventas de 200.000 dólares como ocurrió en el año 2014.

Las acciones del Distribuidor en Pichincha y Cotopaxi son parciales y en este año por minimizar los riesgos en cartera se han reducido las ventas en el 10 %, lo cual debe corregirse en el año 2016 por acción directa de Ambagro de ser necesario y recuperar los niveles anteriormente alcanzados.

DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS POR ZONAS

Tradicionalmente hemos mantenido una **zonificación geográfica** que la debemos conservar para poder comparar los resultados y observar la evolución de los logros alcanzados.

El área geográfica atendida por AMBAGRO está zonificada de la siguiente manera:

Zona Norte:	Carchi e Imbabura
Zona Pichincha:	Pichincha y Cotopaxi.
Zona Centro:	Salcedo, Tungurahua y Chimborazo
Austro:	Azuay y El Oro
Zona Sur:	Guayas y Los Ríos

EVOLUCION DE LAS VENTAS

Las cifras explican con claridad el crecimiento conseguido del 13.28% en las provincias de Tungurahua y Chimborazo, recuperación satisfactoria que debe sostenerse e incrementarse.

Las ventas en Salcedo representan el 18.61% de las ventas totales de la Empresa.

En Pichincha se comercializa el 11.56 % del total de la Empresa.

El Sur constituye apenas el 0.54 % del rendimiento global alcanzado en el año.

La estabilidad que nos sugieren las cifras en Imbabura, Pichincha y Salcedo constituyen una preocupación para esta Administración porque se pierden ventas sumadas de 58.965 dólares que habrían representado cerca de 20.000 dólares de ingresos.

Las ventas en Carchi, Salcedo, Tungurahua y Chimborazo deben ser cuidadas con esmero porque suman el 68.11 % del monto total. En los cantones de estas provincias tenemos una fuerte tradición comercial, nuestro prestigio es alto lo cual se refleja claramente en las cifras.

En el año 2016 se debe reforzar el trabajo en Imbabura, Pichincha y Cotopaxi de manera que las ventas suban a niveles más representativos.

Azuay, Los Ríos y El Oro. Lamentablemente no hemos logrado concretar con personas supuestamente interesadas en la comercialización en esta área del Sur que constituye una tarea aun pendiente.

Hay un grupo de clientes que han exigido consideración especial, este año fueron directamente atendidos por la oficina, este grupo aportó con el 5.55% de las ventas.

El control en el rendimiento individual de los vendedores y desarrollistas es elaborado mensualmente para hacer un seguimiento de tal manera que se les pueda presionar en busca de mejores resultados. Con este fin en este año se rediseñó el plan de bonificaciones semestrales ajustando las necesidades de la Empresa con las aspiraciones y logros alcanzados por los vendedores y desarrollistas.

MARGEN OPERACIONAL.-

En este año es del 33.79% que es relativamente bueno pero que si lo confrontamos con el margen alcanzado en el año 2014 nos dice que hemos perdido de ganar el 1.71 % por cada dólar vendido.

La Gerencia de Ventas diseñó un plan de comercialización que intentaba mejorar los rangos de compra de varios clientes y en compensación les otorgaba un margen adicional de descuento. Desgraciadamente los resultados no fueron los esperados y el riesgo que se asumió resultó muy costoso.

La propuesta incluía vender masivamente en el sector Nororiental y activar el sector del Sur, sin embargo las intenciones no se concretaron y el plan resultó fallido.

MOVIMIENTO DE LOS PRODUCTOS.-

En el año 2.015 hemos ofertado a nuestros clientes el menú de 29 productos cuya clasificación es de 6 Fertilizantes Foliáres, 7 Bioestimulantes, 7 Fungicidas, 5 Insecticidas, 2 Coadyuvantes y además, 2 Herbicidas.

Las 3 fórmulas foliares Green Top en conjunto nos dan una venta global de 19,266 Kilos y constituyen el 14.07% del monto total de unidades comercializadas, seguidos en la escala de dos fungicidas, Folpan con 18,028 kilos y Dovex con 10,559 Litros. Hemos aumentado las ventas de GREEN TOP en el 2.49% y de DOVEX en el 14.18%.

El cuarto y quinto nivel de ventas lo ocupan el fertilizante GOLDEN FOS y el insecticida OLATE, es notorio el crecimiento de Olate en el 43.57%. El sexto producto de importancia en ventas es el bioestimulante ODIN con una venta porcentual del 6.59 %.

Se debe impulsar la negociación de Fosetyl y se debe mejorar la venta de Glifosato, lo cual es una tarea difícil porque la competencia es agresiva y vende este producto a precios imposibles de igualar y hasta un tanto ilógicos.

En resumen, 18 productos de los 29 que conforman nuestro portafolio participaron con el 93.81% de lo vendido y un valor de 1.144.278 dólares, los restantes 11 productos aportaron con el 6.19% y 75,505 dólares.

En el año 2.015 por razones ajenas a nuestro control en cuanto a exigencias de AGROCALIDAD e intereses de nuestros proveedores no coincidentes con nuestras necesidades, fue imposible comercializar SHARTEBU, FEGADAZIN, RECIO, TERBAK y TOR lo que ocasionó una pérdida en ventas de \$ 266.164, lo que hubiese significado un incremento del 20% en las ventas globales.

En el año 2012 alcanzamos ventas por 1.342.277 dólares, nuestra mejor venta histórica, desde entonces hemos perdido por razones exógenas la posibilidad de vender siete productos que en este año habrían significado medio millón en ventas adicionales.

Con la intención de mejorar nuestras ventas y contrarrestar estas pérdidas, hemos logrado ingresar cinco productos nuevos en nuestra lista que nos han permitido ventas por 140.000 dólares, lo cual nos deja penosamente un desbalance de 360.000 dólares. La lección es que debemos terminar los procesos de registros iniciados, crear nuevos trámites y cuidar la vigencia de aquellos que estamos comercializando.

Tradicionalmente casi la mitad de nuestras ventas en numerario son los fungicidas y su margen es aceptable. Los márgenes que nos dejan los Microelementos, el Acidulante, los Bioestimulantes y los Insecticidas son muy buenos. Es indispensable mejorar la rentabilidad de los Fertilizantes y del Adherente.

Es lógico entender que Ambagro no puede descuidar ningún segmento y tampoco a ningún producto porque a pesar de las diferencias en costos y ventas todos los plaguicidas suman ganancias que permiten cubrir los costos de operación.

En detalle, en el año 2.015, el rubro más importante por volumen, en nuestras ventas totales es el de los Fungicidas, con el 45.93%. Los Insecticidas se han vendido menos, el 23.51%. Los Bioestimulantes se comercializaron más que en años anteriores, en el porcentaje del 12.30% y los Fertilizantes coincidentemente en el mismo 6.16% del año anterior. Mientras, la venta de Herbicidas en porcentaje se triplica con respecto al año anterior. Los Microelementos, el Adherente y el Acidulante también tienen un crecimiento en sus valores vendidos.

PARTICIPACION 2.015 POR PROVEEDOR

Incuestionablemente nuestro mejor aliado es UNIVERSAL HOPE, empresa de origen alemán que nos otorga crédito sin mediación bancaria. Sus productos nos dejan una buena rentabilidad y son muy cotizados en el mercado por su calidad. Les debemos gratitud por el apoyo constante desde hace varios años.

La Empresa española SAIGNER ADIEGO HNOS. nos exige carta de crédito bancaria por su oferta de productos nutricionales de buena calidad que comercializamos con excelentes márgenes.

MAKHTESHIM nos respalda con su producto FOLPAN desde hace 23 años el cual nos permite ingresos de 150.000 dólares. Por razones técnicas y legales este año debimos pagar una tasa de 5% en su importación lo cual nos afectó en el margen a pesar del cambio en el precio de venta. A su vez la comercialización de GALIGAN en este año nos permitió recuperar el margen en 2.92 puntos porcentuales.

Otra Empresa que nos facilita el crédito directo tiene su sede en la India, es SHARDA a quienes estamos comprando actualmente 5 insecticidas y 2 fungicidas. Sus ventas han crecido en el 8%.

Los proveedores nacionales han copado menos del 7% de nuestros montos de venta, pero a pesar de sus márgenes moderados suman resultados que ayudan a sostener nuestros gastos. Son una ayuda importante en épocas de falta de productos de nivel internacional.

REGISTROS ANTE AGROCALIDAD.-

Nuestros primeros esfuerzos en el afán de contar con registros propios se han dedicado a tres moléculas: FOXANIL, MEDEX y DUPLEX, para el efecto contamos con el respaldo de la Empresa de origen chino, TRUSTECHEM. Se ingresó en Agrocalidad la documentación legal y técnica completa de FOXANIL para revisión y ante el pedido de corregir cierta información se están recopilando los datos que se presentarán cuanto antes. Esperamos obtener este ansiado e importante registro en el primer semestre del 2016 y poder vender cuanto antes este fungicida.

MEDEX Y DUPLEX.- Estamos en la etapa final de la elaboración del dossier y presentaremos el trabajo ante el Comité Calificador en el primer semestre del año 2.016.

Están en proceso los trámites de TERBAK, RECIO y GAVILAN con el respaldo de la Empresa china REYFULL. Están ejecutados los ensayos de campo y aspiramos a ingresar la documentación en el primer semestre del año 2016.

TOR ALTEZA y METRIL son el tercer grupo. Están ejecutándose ya los ensayos de Tor y se espera autorización de fechas para los dos herbicidas.

REGISTROS ANTE EL MAGAP.-

Con el respaldo de la Empresa española CAT SAIGNER ADIEGO HNOS. ante el Ministerio de Agricultura tenemos varios registros que corresponden a los productos llamados Fertilizantes y Afines:

Golden K, Green Top 3D-10-10, Bioforte, Chestrene y Odin, en la última etapa, estamos terminando la elaboración de los dossiers, están pagadas las tasas y hechos los análisis químicos.

Green Top 20-20-20, Green Top 10-20-30, Keltone Mix y Acido Húmico, en espera de fechas para ejecución de los ensayos de campo.

La renovación de los otros bioestimulantes y fertilizantes está todavía en curso, esperamos por la recopilación total de la información técnica de parte del proveedor y consecuentemente los trámites habrán de continuar en campo y en la parte documental.

REGISTROS ANTE EL IEPI.-

El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual nos otorgó una veintena de registros de marcas en los años 2002 y 2004 con clasificación internacional 31 y 35. En este año hemos continuado con la renovación, reclasificación y actualización de las marcas con la participación contractual del señor Dr. Francisco Villacreses de la firma PLUS LAW IP.

En el curso del año 2015 hemos conseguido los registros de AMBAGRO, BIOFORTE, DOVEX, FOXANIL, GOLDEN FOS, KELTONE MIX, OLATE y TOR.

Hemos interpuesto la defensa de las marcas DOVEX, FOXANIL y SKIPPER ante empresas interesadas en nombres parecidos y hasta el momento hemos superado este escollo con DOVEX y seguimos tramitando la defensa de los otros dos nombres.

Se está trabajando en la renovación y reubicación de las demás marcas progresivamente en función de nuestras prioridades e intereses.

GASTOS ADMINISTRATIVOS.-

Suman USD 124.612.34. La relación gastos administrativos sobre ventas totales, representa el 10.22 %. Hay un aumento de rubros y ciertas aparentes inconformidades entre valores gastados en el año 2014 y valores presupuestados frente a los gastos ejecutados en el año 2015; esto se debe a que hemos hecho una reclasificación y reubicación de las cuentas contables para detallarles de mejor manera y mostrar con mayor objetividad los egresos de dinero.

Las Remuneraciones con el 56.29% de incidencia sobre el total, suman 70.148.59 USD su crecimiento es aparente por cuanto se reubicaron las comisiones del Gerente que anteriormente estaban incluidas como gasto de venta.

Los beneficios de alimentación, capacitaciones y salud privada constituyen la cuenta denominada Beneficios que no Aportan al IESS y anteriormente se ubicaron en Otros Gastos.

La cuenta Pagos a Profesionales considera los honorarios de la señora Contadora que debimos contratar temporalmente por la ausencia por Maternidad de nuestra señora Contadora titular, la asesoría de los

técnicos del sistema contable y computadoras; y, los honorarios de los señores Comisario Revisor y Auditor Externo.

Las depreciaciones de los valores de los vehículos y equipo de envasado se reubicaron en las cuentas de Gastos de Ventas.

Las cuentas de: Materiales, Movilización, Gastos Indirectos, Pagos a Entidades Públicas y Privadas, Mantenimiento, Ambiente y Salud, corresponden al manejo normal del negocio, a la disciplina contable y al cumplimiento de las normas públicas.

GASTOS DE VENTAS.-

Alcanzan la suma de \$ 218,929.59. La relación Gastos de Ventas / Ventas Totales es del 17.95%. Ligeramente superior al año anterior.

Como es lógico pensar, la reubicación de las cuentas afectó también la estructura de estos egresos: El monto mayor son los salarios que significan el 60.31% del total de los gastos. Suman 132.046.89 USD.

La cuenta denominada Beneficios que no Aportan al IESS constituyen la alimentación de los equipos de ventas y envasado, capacitaciones y salud privada.

La cuenta de Pagos a Profesionales se ve abultada porque el señor Gerente de Ventas cobró con factura dos meses de trabajo luego de acogerse a la jubilación. Se incluyen además los gastos por los técnicos que deben auxiliarnos eventualmente en los arreglos del equipo de envasado, los avalúos exigidos por la Banca y la legalización de los documentos de registros de productos.

La cuenta de registros de productos dejó de considerarse un pasivo y está reubicada como un activo intangible, su valor en balances alcanza la suma de 23.254.90 USD y refleja el esfuerzo que hacemos por conseguir registros propios.

Las provisiones e indemnizaciones están constituidas de esta manera: Por cuentas incobrables, en base a la Ley y Reglamento emitido por Rentas.- \$ 3.756.72. Por Desahucio, 5.295.13 y por Jubilación Patronal, 2.400.73 USD.

GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros en el año 2015 sumaron \$ 48,420.40, es decir, el 3.97% del monto total de las ventas. El peso mayor de esta cuenta constituye el interés pagado por créditos, que suman 34.400 dólares y se añaden \$ 11.271.62 de impuestos a la salida de divisas que corresponden a los insecticidas que pagan impuesto ad valorem por resolución oficial.

Tenemos una cuenta pasiva que suma 82.926.15 con el Banco de Guayaquil a quienes respaldamos con la hipoteca de nuestras instalaciones.

Unifinsa nos facilitó un crédito prendario de 60.000 USD que tiene un saldo deudor de 26.651.97 USD.

GASTOS EXTRAORDINARIOS

Sumaron 1.113.13 USD. Constituyen el 0.09% del valor de las ventas y es el 48.38% de lo gastado en el año anterior. Son pequeños valores que se generan en el movimiento global del negocio.

GASTOS OPERACIONALES.-

Sumaron 393.075,28 dólares en el año 2.015. Ambagro ha necesitado 32.756,27 USD mensuales para el ejercicio de su operación que en relación a los gastos del año anterior representan un recorte de apenas el 1,61%. Esta pequeña diferencia a favor de 6457,47 USD es el reflejo de dos realidades: El afán de la Administración de manejarse con disciplina y austeridad y; por el contrario, la dificultad real de disminuir los gastos.

RESUMEN DEL MANEJO ECONOMICO 2.015

Hemos vendido 1.219.783 dólares con un costo de \$ 810.387,60 que representa el 66,43%. Nuestro presupuesto de ventas no fue alcanzado, se cubrió en el 82,36%.

Los Gastos de Operación sumaron 393.075,28 USD, constituyen el 32,23 % del valor de las ventas y exigieron un egreso mensual de \$ 32.756,27 lo que en consideración al margen bruto determinó que el punto de equilibrio se fije en ventas mensuales de 97.000 dólares.

Nos quedan pendientes de cobro \$ 411.482,40 es decir, el 33,73% de lo vendido. Nuestro promedio de días al cobro no es mejor que el año pasado. Disminuir los días de cobro es una tarea prioritaria pendiente que debe ejecutarse sin tregua en el año 2016.

Debemos continuar con firmeza y con asesoramiento inteligente la demanda judicial planteada al ex distribuidor del Norte y recuperar nuestro dinero.

Las cuentas relevantes de nuestro pasivo son las obligaciones pendientes con nuestros proveedores internacionales por \$ 271.277,50. Con la Banca de \$ 110.025 y el crédito particular por \$ 150.000.

En los activos, son más importantes las cuentas por cobrar que suman \$ 411.482,40. Los inventarios valorados en \$ 290.788,80 y los bienes, equipos, vehículos, etc, que aportan \$ 215.347,71.

El Capital Social es de 370.340 USD. El Patrimonio es de 392.949,70 dólares y los Activos Totales suman 1.056.848,17 USD.

El replanteo de las cuentas ha creado una estructura nueva que permitirá ubicar de mejor manera los valores invertidos y gastados.

PROYECCIONES PARA EL AÑO 2016

Debemos aumentar las ventas y cumplir el presupuesto fijado en \$ 1.512.198,95.

Nuestras directrices deben enfocarse en corregir las deficiencias detectadas, fortalecer nuestros aciertos y alcanzar los objetivos trazados aplicando tareas puntuales, tales como:

1. *Mejorar el promedio de días al cobro que no debe superar los 80 días*
2. *Crear una política rígida de comercialización para evitar y minimizar riesgos.*
3. *Continuar cumpliendo oportunamente con las obligaciones frente al Estado*
4. *Mantener la disciplina de gastos establecida y buscar disminuirlos*
5. *Cuidar la proporción entre los gastos de operación y el monto de ventas.*
6. *Gestionar oportunamente las adquisiciones ante los proveedores.*
7. *Es necesario motivar en los vendedores la oferta en nuestra lista completa de productos.*

8. *Los precios de venta con respecto al año 2015 deben ser mejores.*
9. *Aumentar el margen de operación en promedio.*
10. *Hacer un seguimiento detallado y a presión al equipo de ventas.*
11. *Es necesario ampliar las zonas de atención.*
12. *Es imprescindible concluir los trámites de registros ante el Iepi, Agrocalidad y el Magap*

Debemos cumplir con la planificación propuesta tanto en ventas como en gastos para conseguir los índices deseados. Es nuestro reto no decaer en el empeño.

Señores Accionistas de Ambagro agradezco su apoyo y confianza. No me complace entregarles las utilidades en las cifras alcanzadas. Son tiempos difíciles, la lucha ha sido fuerte y a ratos extenuante. He querido adelantarme a los hechos para evitar desequilibrios y desfases pero no siempre lo he conseguido. Si Ustedes piensan que alguien con ideas frescas y una visión renovada sea una mejor opción para administrar nuestro negocio, me acogeré a su buen criterio con actitud responsable porque mi único afán es el bienestar de la Empresa, sus asociados y sus empleados.

Quiero subrayar la participación del señor Presidente del Directorio, Ing. Augusto Naranjo, quien se preocupa permanentemente del accionar del Empresa y me ha ayudado muy activamente con sus observaciones e ideas.

Ambagro es mi gran compromiso y mi dedicación es total. He luchado con empeño y me he sentido decepcionado pero nunca me he sentido derrotado. Tampoco me he sentido solo porque además de su respaldo estimados amigos, contamos con un buen equipo de trabajo y quiero también dejar constancia de mi agradecimiento al personal de empleados y trabajadores por su buena actitud y apoyo.

Atentamente



FERNANDO CAICEDO
GERENTE GENERAL