MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

# INFORME DE GERENCIA GENERAL 2010

Estimados Señores:

MIEMBROS DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

MEGAPROFER S.A.

De mis consideraciones.

De conformidad con las disposiciones de la Ley de Compañías y del Estatuto vigente de la compañía MEGAPROFER S.A., me permito gratamente someter a su ilustrada consideración el informe de las actividades correspondiente al ejercicio económico 2010.

Francisco Villacreses Ramos

GERENTE GENERAL

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

# I ANTECEDENTES Y ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

Megaprofer S.A. es una empresa 100% ecuatoriana, ubicada en la ciudad de Ambato con su instalación matriz y con presencia física en siete ciudades del territorio nacional con bodegas y oficinas y con operaciones comerciales en un total de 20 provincias. Nos especializamos en ofrecer soluciones en el sector ferretero y eléctrico con productos, materiales y marcas líderes que satisfacen las necesidades de nuestra cadena de clientes.

Nuestra experiencia y dedicación contribuye al desarrollo del país reflejándose en una importante participación en la economía nacional siendo a la vez una base fundamental para alcanzar nuestras metas.

Megaprofer S.A. tiene sus orígenes hace 15 años cuando inicia sus actividades comerciales con el nombre de PROFER en un pequeño local arrendado del centro de la ciudad de Ambato en el cual se inicia ofreciendo al consumidor final pocos materiales; como todo negocio nuevo definitivamente tuvo un inicio difícil, sin embargo, la tenacidad, la perseverancia y la convicción de sus dueños hicieron que se logre vencer las etapas críticas consolidándose como un negocio sólido.

Es destacable la capacidad visionaria de negocio y de generación de empleo que ha mantenido la empresa. El local comercial fue ampliándose poco a poco, tratando de hacer grandes negocios que permitan cambiar el enfoque del mercado hacia la distribución a ferreterías del centro del país, siendo necesario arrendar bodegas para almacenaje de materiales, las actividades operativas se fueron haciendo más complejas porque el mercado se ampliaba cada año.

Hace aproximadamente siete años se intentó ampliar el negocio con un nuevo local de venta tipo autoservicio sin lograr obtener resultados positivos, luego se intentó con un cambio de dirección de éste local tratar de captar el mercado de las personas dedicadas a actividades industriales, mecánica, talleres, consumidores finales en general, igual que el caso anterior sin alcanzar los resultados esperados. Terminamos cerrando definitivamente dicho local pero siempre considerando que la vida y los negocios son de luchadores, de emprendedores y esas son características de nuestra gente, nos enrumbamos por lo tanto hacia el fortalecimiento de nuestra cadena de distribución mediante la contratación de vendedores que cubran otras zonas geográficas del país apoyados en el crédito de nuestros proveedores y en el capital obtenido a través de préstamos con un banco de la ciudad gracias a la confianza generada por el cumplimiento de obligaciones siempre a tiempo lo cual permitió adquirir materiales en cantidad suficiente para cubrir la demanda generada por los

Un paso importante fue la adquisición de un local propio en el centro de la ciudad de Ambato por el año 2004 tratando de concentrar operaciones, sin embargo, pronto quedarían pequeñas debido al acelerado crecimiento comercial pues ya no era solamente el centro del país el atendido, se incorporaron o se reforzaron paulatinamente zonas más lejanas como Morona Santiago, Napo, Orellana, Sucumbíos e Imbabura.

Fue necesario arrendar otros espacios de almacenamiento de materiales para cubrir las necesidades de la distribución. En el año 2007 se genera la idea de la necesidad de salir del centro de la ciudad hacia un espacio más amplio que permita operar con mayor fluidez, producto de lo cual se adquiere un terreno de cuatro mil metros cuadrados en la zona sur de la ciudad, sector de Huachi Belén vía a Ríobamba, en el mismo año se inicia la construcción de una bodega cubierta de mil doscientos metros cuadrados y oficinas amplias de cuatrocientos metros cuadrados.

La actividad visionaria de sus dueños llevó a tomar la decisión de formar una verdadera empresa la cual fue creada en el año 2007 con el nombre de MEGAPROFER S.A. pero iniciando operaciones efectivas en Febrero de 2008. El día 19 de Julio de 2008 se plasmó el anhelo de trasladarnos a las nuevas instalaciones, iniciando actividades el 23 del mismo mes, éste paso permitió crecer a un mejor ritmo de tal forma que se pudo ampliar operaciones a las Provincias de Esmeraldas, Azuay, Manabí, Cañar, Guayas y mejorar la cobertura de las provincias y zonas anteriormente atendidas.

En el año 2009 se decide emprender con la apertura de bodegas satélite para mejorar el servicio a nuestros clientes en las ciudades de Quito y Puyo; la base de sus resultados nos impulsó a abrir en el año 2010 bodegas satélite en ciudades como Guayaquil, Portoviejo, Ibarra, El Coca y finalmente Cuenca. El enfoque de dichas bodegas es mantener materiales de marcas básicas que nos generan ganar eficiencia en el servicio con disminución de costos de movilización.

## II BASE LEGAL

Megaprofer S.A. es una empresa que siempre se ha caracterizado por realizar sus actividades y operaciones respetando las leyes y reglamentos vigentes en el país. Se ha cumplido permanentemente con:

Impuesto a la renta

Impuesto al valor agregado

Anexo transaccional

Avisos de entrada y salida al IESS

Pagos de aportes y fondos de reserva

Presentación de balances, informes gerenciales, informes de auditoría externa

Permiso de bomberos

Permiso anual de funcionamiento

Pago de patentes, pago de predios y contribuciones

Permiso de rótulos

Impuesto 1.5 por mil a los activos

Afiliación a Cámara de Comercio

Registro de marca en el IEPI

Historial limpio en Central de Riesgos

Otros que la actividad propia lo demande.

## III FILOSOFIA DE LA EMPRESA

La filosofía de la empresa se fundamenta en el desarrollo y crecimiento de sus proveedores y clientes formando una sociedad estrechamente relacionada y consciente de la importancia del respeto y apoyo mutuo buscando siempre el bienestar y progreso de su gente y nación.

### MISION

Nuestra misión es satisfacer las necesidades del mercado ferretero ecuatoriano, brindando un servicio oportuno, atención personalizada y precios competitivos. Para alcanzar ésta meta trabajamos constantemente en el desarrollo y capacitación de [illegible] externos.

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

## VISION

Ser líderes del mercado ferretero a nivel nacional, con personal de sólida formación y vocación de servicio.

## VALORES CORPORATIVOS

**CONFIABILIDAD:** Ser digno de confianza, dar lo mejor de uno, cumplir con el trabajo, ser honesto, veraz, justo, no aprovecharse de los demás y actuar con integridad.

**SERVICIO:** Añadir valor para el cliente, no solamente dándole lo que espera legítimamente, sino entregándole una sonrisa, con cortesía y afecto sincero.

**CALIDAD:** Cumplir y sobrepasar las expectativas del cliente. Implica escucharle atentamente, buscando conscientemente sus exigencias y tratando e satisfacerlas.

**LIDERAZGO:** Actitud asumida por el personal en sus actividades y por la Empresa frente a las tendencias de la tecnología y las necesidades del mercado.

## IV ANALISIS SITUACIONAL

### ANALISIS INTERNO

La filosofía de sus administradores se ha mantenido constante en el tiempo destacando que siempre ha prevalecido la posibilidad de generar empleo con rentabilidad.

Se ha manejado todos los aspectos con las leyes y reglamentos vigentes.

No se contamina el ambiente pues los residuos generados son normalmente reciclados por personas dedicadas a esa labor.

No se ha discriminado por ninguna condición, se ha respetado permanentemente toda condición humana.

Se ha cumplido con personal de capacidades especiales.

Se ha cumplido con afiliaciones al IESS, pago de remuneraciones puntuales, utilidades, capacitaciones.

Se han mantenido relaciones comerciales sinceras, sin aprovechamiento de los clientes.

En cuanto al manejo de personal, con la creación del departamento de Talento Humano se vino a llenar un vacío que ha permitido tener gente más seleccionada y capacitada en cada área de la empresa (98 personas al final del año), buscando siempre los mejores resultados internos pero satisfaciendo a la vez sus necesidades personales y familiares.

El esquema de distribución no incluye la venta directa al consumidor final, ésta se la realiza a través de la búsqueda y captación de clientes que tienen locales de venta de materiales de ferretería, almacenes de venta de pintura y almacenes de venta de materiales eléctricos, asegurando que tengan solvencia probada y referencias comerciales confiables, aplicando un seguimiento permanente de su comportamiento económico con la empresa en todo lo referente a forma de pago (cheque o efectivo), plazo de pago.

**ANALISIS EXTERNO**

El incremento de nuestro nivel de importaciones ha hecho que nos preocupemos mucho más por la situación externa relacionada principalmente con la evolución de los precios internacionales de materias primas como el cobre, el acero, el zinc, el níquel, el petróleo y otros que son base importante para la fabricación de los materiales que nosotros adquirimos para sustentar nuestro negocio y que han permitido tomar decisiones oportunas para la compra.

Se ha palpado la realidad de importar y manejar aranceles y costos que a la par de darnos una visión real del beneficio de éste sistema de compra nos ha permitido [illegible] rentabilidad.

Una base importante para el mantenimiento y desarrollo del segmento de negocio ferretero es el respaldado por el envío de remesas desde el exterior a nuestro país que aunque en el año 2010 fue de 2324 millones de dólares (6.9% menos que en el 2009) sigue siendo muy importante porque la mayor parte de esos recursos se destinan para la construcción de viviendas lo cual genera demanda de los materiales que la empresa comercializa.

Otro factor importante a considerar es la inflación que en el año 2010 se ubicó en el 3.33% siendo menor a la registrada en el año 2009 que fue de 4.31%.

Como empresas que nos generan competencia en el mercado ferretero se pueden mencionar a Compañía Ferremundo, Demaco, Importador Ferretero Trujillo, El Hierro, Megaproductos, que son empresas que se desenvuelven en el mismo mercado nuestro pero que son consideradas como una oportunidad para mejorar la calidad de servicio.

Vale destacar negativamente la influencia de negocios y empresas que no se han regularizado en sus operaciones y aún mantienen una tendencia a la evasión de impuestos generando una competencia desigual.

## V ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Al iniciar actividades en nuestras instalaciones actuales de Ambato en el año 2008 teníamos la expectativa de que algún dia tenemos que llenar la bodega de acuerdo con nuestro movimiento comercial, hoy se ve claramente reflejado que hemos caminado considerando que nuestro nivel de inventario ha llenado el espacio destinado para ello bajo los mismos parámetros de trabajo, es decir, mantener una relación proporcional a nuestras ventas.

Complementariamente se abrieron siete bodegas "satélites" que a más de ser estratégicas en el desarrollo de nuestras actividades, han ayudado a distribuir el inventario para evitar saturación de la matriz.

En el siguiente cuadro se resumen las ventas y el crecimiento alcanzado durante los años de operación de Megaprofer S.A.:

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

| AÑO | MONTO | CRECIMIENTO |
|---|---|---|
| 2008 | 13'341.047,03 | Inicio Operaciones |
| 2009 | 18'208.319,01 | 36,48% |
| 2010 | 24'501.807,70 | 34.56% |

Parte importante de nuestras actividades comerciales es el apoyo logístico que se ha canalizado con transportistas particulares y que ayudan a que el sistema de reparto sea eficiente porque se trabaja bajo el esquema de una planificación de rutas con días definidos de entrega, sin embargo, tenemos capacidad de respuesta ante ventas extraordinarias que se pudieran generar en cualquier zona del país.

A finales del año 2010 contábamos con el aporte de 11 camiones que realizaron un total promedio de 90 viajes mensuales con una capacidad de transportar 76.4 toneladas por viaje entre todos los camiones, que representa inclusive capacidad excedente de movilización. La capacidad de transporte mensual está en 625 toneladas.

En el área de talento humano se ha trabajado con la finalidad de realizar una selección de personal acorde a nuestras necesidades tanto en el departamento administrativo como en el de comercialización y de bodega.

La capacitación ha sido uno de los ejes fundamentales con el fin de tener gente con fortaleza para enfrentar la presión diaria y lograr mejores resultados de gestión. Se ha dado la posibilidad de que estudiantes universitarios realicen pasantías en la empresa en diferentes áreas como Contabilidad, Compras, Talento Humano, Ventas.

A través del departamento de comercialización se ha logrado consolidar a Megaprofer S.A. como una de las empresas más importantes a nivel nacional en el área de ferretería. Es digno de destacar que se obtuvieron nuevas distribuciones nacionales de marcas líderes como 3M, Chova, FV y Proindusquim, y, en el caso de importaciones nuevas se concretó con IPS de Argentina (accesorios para agua caliente), Black & Decker (cerraduras Geo y Kwikset), Nissen de Japón (clavos de acero), Unión de Polonia (lijas para hierro) además de otros materiales provenientes de la China como herramientas manuales, brochas, cerraduras de pomo, piso flotante, cinta de teflón.

La meta de ventas planteada para el año 2010 fue de US $ 24.000.000,oo cumpliéndose plenamente la misma gracias al aporte de cada uno de los empleados de la empresa.

El departamento de Contabilidad se encuentra muy bien organizado, manteniendo toda la información al día, ha generado un informe mensual denominado "Reporte Gerencial" que resume los aspectos más importantes de los resultados operativos de la empresa mes a mes con una exposición sobre el mismo y que se presenta a toda la administración y jefaturas de la empresa. Se han tomado decisiones para preparar el ingreso a la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera.

## VI CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES

Se ha cumplido oportunamente con disposiciones y requisitos para obtener el permiso de funcionamiento, pagos al Municipio de Ambato, permiso del Cuerpo de Bomberos, afiliaciones y pagos puntuales al IESS, Superintendencia de Compañías, declaraciones mensuales al Servicio de Rentas Internas, Cámara de Comercio.

## VII CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES DE JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Durante el transcurso del año 2010 se realizaron 11 Juntas Generales para tratar diversos aspectos importantes para el desempeño de la empresa, las mismas fueron realizadas en las siguientes fechas destacando los asuntos que se detallan:

| NUMERO | FECHA | ASUNTO PRINCIPAL |
|---|---|---|
| 01 | 15-01-10 | Entrega garantía auto Lexus a Abrodesivos del Ecuador |
| 02 | 12-03-10 | Entrega Garantía auto Lexus a Produbanco |
| 03 | 05-04-10 | Crédito de $400.000,oo con Banco Guayaquil con prenda de inventario y de $100.000,oo para compra-hipoteca de 2 terrenos en Quito. |
| 04 | 06-04-10 | Compra dos lotes de terreno en Quito |
| 05 | 08-04-10 | Informes de resultados año 2009 |

| | | |
|---|---|---|
| 07 | 23-08-10 | Elección Presidente y reelección Gerente de la empresa |
| 08 | 28-09-10 | Aumento de capital, reformas al estatuto y autorización de hipoteca abierta con Produbanco |
| 09 | 28-10-10 | Aumento de endeudamiento con instituciones financieras |
| 10 | 04-11-10 | Crédito de $50.000,oo con Banco Guayaquil |
| 11 | 05-11-10 | Crédito de $100.000,oo con Banco Guayaquil |

En conclusión, todas las disposiciones y resoluciones tomadas en cada Junta General han sido cumplidas a cabalidad.

## VIII ENDEUDAMIENTO BANCARIO

La mayor parte de los créditos realizados han sido a corto plazo y han servido para utilizarlo como capital de trabajo para incrementar las compras de inventario de materiales que soporte el crecimiento en ventas. Se ha puesto como garantías las instalaciones que pertenecen al socio mayoritario Ing. Franklin Núñez y que corresponden a la matriz de Ambato así como también una parte del inventario existente en bodega.

## IX SITUACION FINANCIERA AL CIERRE DE 2010

De la principal información financiera que genera la empresa podemos citar los siguientes cuadros que presentan la realidad financiera de MEGAPROFER S.A. Al 2010:

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

- Análisis en forma Horizontal del Balance General

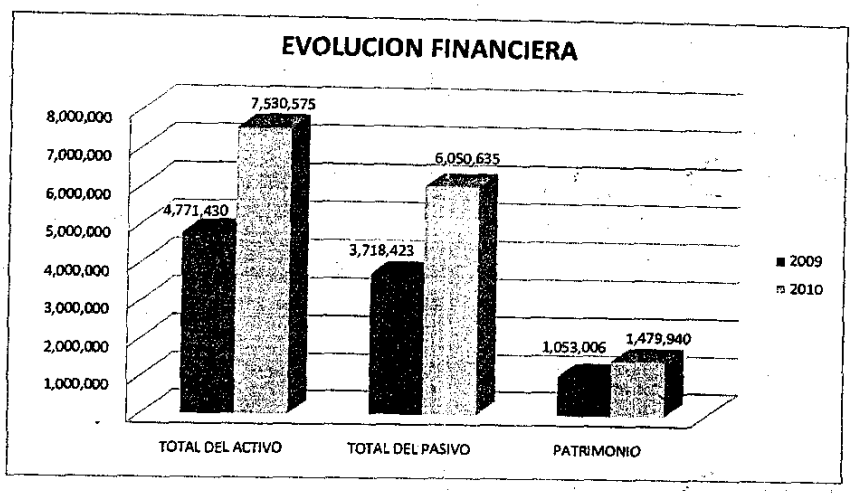
**MEGAPROFER S.A.**
**ESTADOS FINANCIEROS - ANALISIS HORIZONTAL**
**Al 31 de diciembre del 2010 y 2009**
**Expresado en dólares**

| ACTIVOS | 2009 | 2010 | V.ABSOLUTO | V.RELATIVO |
|---|---|---|---|---|
| **ACTIVOS CORRIENTES** | **4,614,697** | **7,198,682** | **2,583,985** | **55.99%** |
| Caja y equivalentes de caja | 137,820 | 10,338 | -127,482 | -92.50% |
| Cuentas por cobrar comerciales | 3,116,980 | 4,479,165 | 1,362,185 | 43.70% |
| Inventarios | 1,157,941 | 2,453,418 | 1,295,477 | 111.88% |
| Gastos anticipados y otras cuentas por cobrar | 201,956 | 255,761 | 53,805 | 26.64% |
| Propiedad Planta y Equipo | 156,220 | 331,551 | 175,331 | 112.23% |
| Otros Activos | 513 | 342 | -171 | -33.33% |
| **TOTAL DEL ACTIVO** | **4,771,430** | **7,530,575** | **2,759,145** | **57.83%** |
| | | | | |
| **PASIVOS** | | | | |
| **PASIVOS CORRIENTES** | **3,418,889** | **5,959,914** | **2,541,025** | **74.32%** |
| Obligaciones por pagar a bancos | 526,238 | 1,172,373 | 646,135 | 122.78% |
| Cuentas por pagar | 2,583,041 | 4,048,362 | 1,465,321 | 56.73% |
| Participacion a trabajadores | - | 150,507 | 150,507 | 100.00% |
| Impuesto a la renta | - | 196,594 | 196,594 | 100.00% |
| Gastos acumulados y otras cuentas por pagar | 309,610 | 392,078 | 82,468 | 26.64% |
| **CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO** | **299,534** | **90,721** | **-208813** | **-69.71%** |
| **TOTAL DEL PASIVO** | **3,718,423** | **6,050,635** | **2,332,212** | **62.72%** |
| | | | | |
| **PATRIMONIO** | | | | |
| Capital social | 202,500 | 210,000 | 7,500 | 3.70% |
| Reserva Legal | 19,862 | 85,188 | 65,326 | 328.90% |
| Utilidades (perdidas) acumuladas | 830,644 | 1,184,752 | 354,108 | 42.63% |
| **TOTAL DEL PATRIMONIO** | **1,053,006** | **1,479,940** | **426,934** | **40.54%** |
| **TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO** | **4,771,429** | **7,530,575** | **2,759,146** | **57.83%** |

En este análisis podemos verificar claramente un incremento del 57,83% en la estructura del Balance General al 31 de diciembre del 2010, destacándose en el Activo el incremento del 111,88% en Inventarios y en 112,23% en el Activo Fijo, mientras que en el Pasivo el principal aumento lo tenemos en las Cuentas por Pagar a Bancos con un 122,78%, y en nuestro Patrimonio el incremento considerable lo tuvo la cuenta de Reserva Legal con un 328,90%.

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

Un gráfico de dicho aumento en el balance es como sigue:




- Análisis en forma Horizontal del Estado de Resultados

**MEGAPROFER S.A.**
**ESTADO DE RESULTADOS - ANALISIS HORIZONTAL**
**Al 31 de diciembre del 2010 y 2009**
**Expresado en dólares**

| | 2009 | 2010 | V. ABSOLUTO | V. RELATIVO |
|---|---|---|---|---|
| **INGRESOS DE OPERACIÓN (VENTAS)** | **18,208,319** | **24,501,807** | **6,293,488** | **34.56%** |
| Ventas gravadas (12% IVA) | 17,931,817 | 24,048,526 | 6,116,709 | 34.11% |
| Ventas no gravadas (0% IVA) | 276,502 | 453,280 | 176,778 | 63.93% |
| **(-) COSTOS DE OPERACIÓN** | **16,515,617** | **21,200,499** | **4,684,882** | **28.37%** |
| Costos de ventas (12% IVA) | 16,253,242 | 20,822,421 | 4,569,179 | 28.11% |
| Costos de ventas (0% IVA) | 262,374 | 378,078 | 115,704 | 44.10% |
| **UTILIDAD OPERACIONAL** | **1,692,702** | **3,301,308** | **1,608,606** | **96.03%** |
| **Otros Ingresos y Gastos** | **1,040,703** | **2,300,948** | **1,260,245** | **121.10%** |
| Otros Ingresos | 483,728 | 1,545 | -482,183 | -99.68% |
| **Total de Gastos** | **1,524,431** | **2,302,493** | **778,062** | **51.04%** |
| Gastos administrativos | 401,374 | 609,449 | 208,075 | 51.84% |
| Gastos de ventas | 597,170 | 841,106 | 243,936 | 40.85% |
| Gastos de bodega | 476,772 | 753,813 | 277,041 | 58.11% |
| Gastos financieros | 48,337 | 95,102 | 46,765 | 96.75% |
| Gastos no deducibles | 778 | 3,023 | 2,245 | 288.56% |
| **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS** | **652,000** | **1,000,360** | **348,360** | **53.43%** |
| (-) Participacion a trabajadores | 97,800 | 150,507 | 52,707 | 53.89% |
| (-) Impuesto a la renta | 135,781 | 196,594 | 60,813 | 44.79% |
| | **418,419** | **653,259** | **234,840** | **56.13%** |

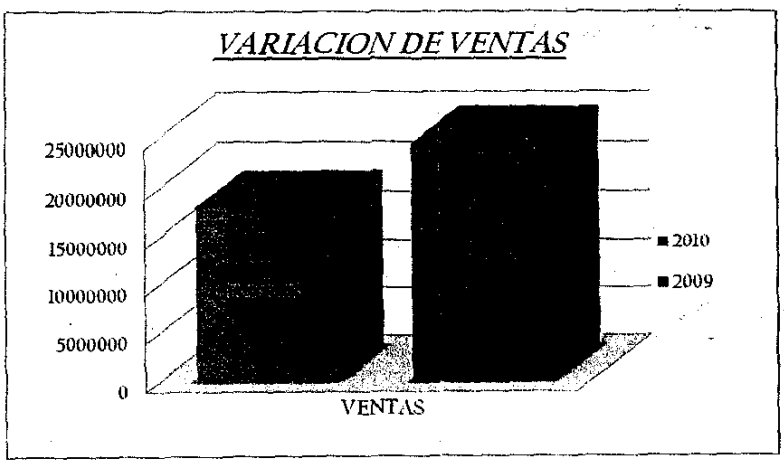
En el cuadro podemos observar que las ventas en el año 2010 se incrementaron en un 34,56% en comparación al año 2009, y que la utilidad bruta en ventas se incrementó en 95,03% frente al año 2009.

Todos los gastos incurridos en el proceso de comercialización (administrativos, ventas y bodega) de igual manera han tenido un crecimiento considerable de aproximadamente en promedio del 50%.

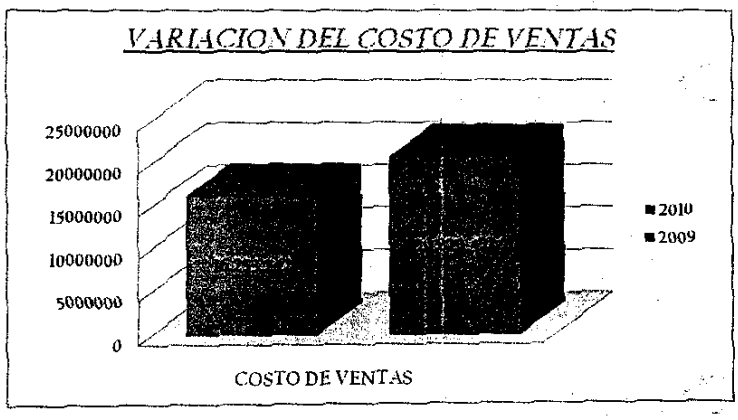
Otro rubro importante para tomar en cuenta son los gastos financieros los cuales crecieron en 96,75% en comparación del año anterior y esto se produce porque en el 2010 se obtuvo más financiamiento de la banca privada.

Las cifras del balance nos arroja una utilidad antes de participación a trabajadores e impuestos de USD 1'000.360 el 15% de participación a los trabajadores es de USD 150.057 y el valor de impuesto a la renta causado mediante la conciliación tributaria determina un valor a pagar de USD 196.594.

Gráficamente podemos observar el comportamiento de las ventas 2010-2009



El comportamiento de los costos de ventas 2010-2009 se representa en el siguiente gráfico:




- **Análisis en forma Vertical del Balance General.**

Con este cuadro quiero dejar plasmada la estructura interna del Balance General y los porcentajes que representan cada grupo de los Activos, Pasivos y Patrimonio.

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

**MEGAPROFER S.A.**
**ESTADOS FINANCIEROS - ANALISIS VERTICAL**
**Al 31 de diciembre del 2010 y 2009**
**Cifras en dólares**

| ACTIVOS | 2010 | % | 2009 | % |
|---|---|---|---|---|
| **ACTIVOS CORRIENTES** | **7,198,682** | **96.59%** | **4,614,697** | **96.72%** |
| Caja y equivalentes de caja | 10,338 | 0.14% | 137,820 | 2.89% |
| Cuentas por cobrar comerciales | 4,479,165 | 59.48% | 3,116,980 | 65.33% |
| Inventarios | 2,453,418 | 32.58% | 1,157,941 | 24.27% |
| Gastos anticipados y otras cuentas por cobrar | 255,761 | 3.40% | 201,956 | 4.23% |
| Propiedad Planta y Equipo | 331,551 | 4.40% | 156,220 | 3.27% |
| Otros Activos | 342 | 0.00% | 513 | 0.01% |
| **TOTAL DEL ACTIVO** | **7,530,575** | **100.00%** | **4,771,430** | **100.00%** |
| | | | | |
| **PASIVOS** | | | | |
| **PASIVOS CORRIENTES** | **5,959,914** | **79.14%** | **3,418,889** | **71.66%** |
| Obligaciones por pagar a bancos | 1,172,373 | 15.57% | 526,238 | 11.03% |
| Cuentas por pagar | 4,048,362 | 53.76% | 2,583,041 | 54.14% |
| Participacion a trabajadores | 150,507 | 2.00% | - | 0.00% |
| Impuesto a la renta | 196,594 | 2.61% | - | 0.00% |
| Gastos acumulados y otras cuentas por pagar | 392,078 | 5.21% | 309,610 | 6.49% |
| CUENTAS POR PAGAR A LARGO PLAZO | 90,721 | 1.20% | 299,534 | 6.28% |
| **TOTAL DEL PASIVO** | **6,050,635** | **80.35%** | **3,718,423** | **77.93%** |
| | | | | |
| **PATRIMONIO** | | | | |
| Capital social | 210,000 | 2.79% | 202,500 | 4.24% |
| Reserva Legal | 85,188 | 1.13% | 19,862 | 0.42% |
| Utilidades (perdidas) acumuladas | 1,184,752 | 15.73% | 830,644 | 17.41% |
| **TOTAL DEL PATRIMONIO** | **1,479,940** | **19.65%** | **1,053,006** | **22.07%** |
| **TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO** | **7,530,575** | **100.00%** | **4,771,429** | **100.00%** |

Gráficamente podemos visualizar lo siguiente:

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

- **Análisis en forma Vertical del Estado de Resultados**

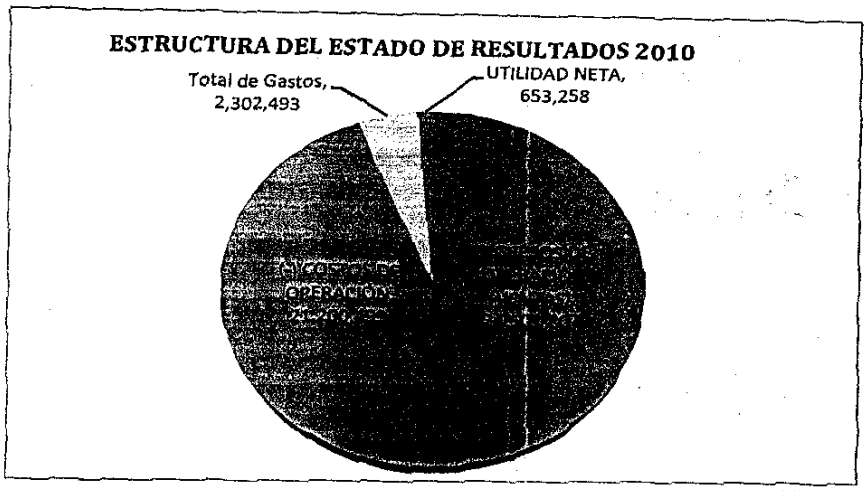
Con este cuadro quiero dejar plasmada la estructura interna del Estado de Resultados.

**MEGAPROFER S.A.**
**ESTADO DE RESULTADOS - ANALISIS VERTICAL**
**Al 31 de diciembre del 2010 y 2009**
**Cifras en dólares**

| | 2009 | % | 2010 | % |
|---|---|---|---|---|
| **INGRESOS DE OPERACIÓN (VENTAS)** | **18,208,319** | **100.00%** | **24,501,807** | **100.00%** |
| Ventas gravadas (12% IVA) | 17,931,817 | 98.48% | 24,048,526 | 98.15% |
| Ventas no gravadas (0% IVA) | 276,502 | 1.52% | 453,280 | 1.85% |
| **(-) COSTOS DE OPERACIÓN** | **16,515,617** | **90.70%** | **21,200,499** | **86.53%** |
| Costos de ventas (12% IVA) | 16,253,242 | 89.26% | 20,822,421 | 84.98% |
| Costos de ventas (0% IVA) | 262,374 | 1.44% | 378,078 | 1.54% |
| **UTILIDAD OPERACIONAL** | **1,692,702** | **9.30%** | **3,301,307** | **13.47%** |
| **Otros Ingresos y Gastos** | **1,040,703** | **5.72%** | **2,300,948** | **9.39%** |
| Otros Ingresos | 483,728 | 2.66% | 1,545 | 0.01% |
| **Total de Gastos** | **1,524,431** | **8.37%** | **2,302,493** | **9.40%** |
| Gastos administrativos | 401,374 | 2.20% | 609,449 | 2.49% |
| Gastos de ventas | 597,170 | 3.28% | 841,106 | 3.43% |
| Gastos de bodega | 476,772 | 2.62% | 753,813 | 3.08% |
| Gastos financieros | 48,337 | 0.27% | 95,102 | 0.39% |
| Gastos no deducibles | 778 | 0.00% | 3,023 | 0.01% |
| **A TRABAJADORES E IMPUESTO A LA RENTA** | **651,989** | **3.58%** | **1,000,369** | **4.08%** |
| (-) Participacion a trabajadores | 97,800 | 0.54% | 150,507 | 0.61% |
| (-) Impuesto a la renta | 135,781 | 0.75% | 196,594 | 0.80% |
| **UTILIDAD NETA** | **418,418** | **2.30%** | **653,268** | **2.67%** |

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

Gráficamente podemos visualizar lo siguiente:




Para finalizar este breve análisis me gustaría dejar plasmado los principales índices financieros aplicados en el desarrollo de este análisis:

**MEGAPROFER S.A.**
**PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS**
**PERIODO 2010**

| INDICADOR | FORMULA DE CALCULO | 2010 | MEDIDA |
|---|---|---|---|
| | LIQUIDEZ | | |
| L1. Capital de Trabajo | Activo corriente - Pasivo corriente | 1'238,768 | USD $ |
| L2. Liquidez corriente | Activo corriente / Pasivo Corriente | 1.21 | USD $ |
| L3. Prueba Acida | Caja Bancos + Inv.Temporal + Ctas por cobrar / Pasivo | 0.80 | USD $ |
| | ACTIVIDAD | | |
| L1. Rotación Ctas por Cobrar | Ventas a Crédito / PromedioCtas por cobrar | 5.20 | veces |
| L2. Reñodo promedio cobro | 360/Rotación Ctas por cobrar | 70 | días |
| L3. Rotación Inventarios | Costo de Ventas / Promedio Inventarios | 11.74 | veces |
| L4. Plazo promedio inventario | 360/Rotación de Inventarios | 31 | días |
| L5. Rotación Ctas por pagar | Compras a credito / Promedio Ctas. Por pagar | 7.56 | veces |
| L6. Plazo promedio pago | 360 / rotación ctas. Por pagar | 48 | días |
| L7. Rotación activo fijo | Ventas / Total Activo fijo promedio | 100.46 | veces |
| L8. Rotación activo total | Ventas / Activo total promedio | 3.98 | veces |
| | ENDEUDAMIENTO | | |
| E1. Apalacamiento Financiero | Pasivo Total / Patrimonio | 4.78 | veces |
| E2. Endeudamiento Total | Pasivo total / Activo total | 80.35 | % |
| E3. Endeudamiento corto plazo | Pasivo corriente / Activo total | 79.14 | % |
| E4. Endeudamiento largo plazo | Pasivo largo plazo / Activo total | 1.20 | % |
| E5. Financiamiento propio | Patrimonio total / Activo Total | 19.65 | % |
| | RENTABILIDAD | | |
| R1. Rendimiento Activo Total | Utilidad neta / Activo Promedio | 8.67 | % |
| R3. Rendimiento del Capital | Utilidad neta / Capital social promedio | 311.08 | % |
| R2. Rendimiento del Patrimonio | Utilidad neta / Patrimonio promedio | 51.58 | % |
| | Costo de Ventas / Ventas | 43.47 | % |
| | | 2.97 | |

## X RECOMENDACIONES

Luego del análisis del desempeño de la empresa, considerando los aspectos más importantes a los cuales debe ponerse atención preponderante se recomienda:

- Incursionar en el Mercado de Valores para Emitir Obligaciones que permitan lograr un financiamiento más conveniente que el esquema actual con Bancos.
- Incursionar en la creación del Buen Gobierno Corporativo como base de consolidación de la imagen empresarial.
- Reforzar el cronograma de cumplimiento del ingreso de la empresa a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF's).
- Elaborar un diagnóstico situacional de la empresa y emprender en acciones que permitan mejorar su desempeño.
- Capacitar al personal de las diferentes áreas en aspectos motivacionales y de liderazgo.
- Capacitar técnicamente al personal de ventas para lograr mejores resultados.
- Analizar movimientos de cada bodega satélite con el fin de optimizar su funcionamiento.
- Continuar con la política interna de ascensos laborales.
- Incrementar el número de vendedores en lugares donde aún no tenemos presencia o somos débiles.
- Incrementar sobre todo el volumen de importaciones ampliando la cantidad de materiales que se ha comprado hasta el momento.
- Realizar gestiones para ampliar el plazo de pago a proveedores y para reducir el plazo de cobro a clientes.
- Mejorar el clima laboral, hay que cuidar nuestro mayor capital, el humano.
- Ingresar vía aporte en especie el terreno e instalaciones de propiedad del Ing. Franklin Núñez que actualmente sirven para las operaciones de la matriz en Ambato con el fin de mejorar la estructura de capital.
- Preparar el camino para la migración a una plataforma informática de última [illegible] requerimientos.

- Identificar los materiales que aportan con un mayor margen de rentabilidad con el fin de potencializar su comercialización.
- Ampliar nivel de operaciones en ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca para aprovechar su ubicación estratégica y de influencia en cada zona.

Todo lo expuesto definitivamente será factible lograrlo con el aporte comprometido de los integrantes de la empresa, ese es el reto.

## XI CONCLUSIONES

- Considero que durante el año 2010 se han cumplido todas las metas propuestas, destacando que la consecución de resultados positivos nos tranquiliza y nos compromete para el ejercicio siguiente en el que seguro vamos a ser mejores porque tenemos el capital humano necesario y además, en permanente capacitación.
- Nuestras relaciones con los bancos se encuentran en excelentes condiciones sin embargo, debemos aprovechar la posibilidad de Emitir Obligaciones en la Bolsa de Valores.
- Debemos seguir buscando mejores oportunidades de negocio con nuestros proveedores y con nuestros clientes, resaltando la importancia de concretar montos importantes favorables a mantener una relación a largo plazo, buscando consensos y acuerdos para bajar los costos de materiales que permitan tener posibilidad de mejorar condiciones con nuestros clientes.
- Debemos seguir aprovechando la ventaja del conocimiento del mercado interno y externo como base de la toma de decisiones oportunas.
- Se debe seguir trabajando en función de satisfacer las necesidades de nuestros clientes externos pero sin descuidar a los internos que son la base de nuestra sociedad empresarial.
- La potencialización de las importaciones definitivamente es el camino a seguir porque nos permitirá en el corto y mediano plazo obtener mejores índices de rentabilidad.

MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

- Se debe trabajar en la reducción de costos operativos para poder generar más rentabilidad o para tener la posibilidad de realizar negocios puntuales con clientes.

Definitivamente no puedo terminar mi informe sin dejar sentado mi más profundo y sincero agradecimiento a todos los colaboradores por el apoyo y respaldo brindado a la consecución de logros en las áreas Administrativa, Comercial y Logística, mi gratitud a los dueños de la empresa por la confianza depositada en la administración confiando que los días venideros serán mucho mejores para consolidarnos como una de las empresas más importantes a nivel nacional.

Muy cordial y respetuosamente,

Ing. Francisco Villacreses Ramos

GERENTE GENERAL

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS AMBATO
20 ABR 2011
Ing. Lopez Velez
RECEPCIÓN DE BALANCES
RECIBIDOR 2