

# **INFORME DE LA GERENCIA A LA JUNTA GENERAL Y AL DIRECTORIO DE REPRESENTACIONES Y VENTAS S.A. REYVENTAS**

Señores Directores y Accionistas:

A continuación informo a ustedes acerca de las operaciones de la compañía y sus resultados durante el ejercicio económico del año 2005:

## **I. GENERAL**

La Compañía presentó en el año 2005 una utilidad neta de \$ 230,770.16 (doscientos treinta mil setecientos setenta 16/100 dólares).

La empresa continúa con la Comercialización y Distribución de productos de consumo masivo, tanto nacionales como extranjeros, manteniendo las líneas existentes al año 2004 (Harinas, Avenas, Aceites, Mantecas, Arroz, Alimento para perros y Vinos); agregándose en este año la comercialización de la línea de Sal, la misma que ha dado un significativo aporte a las ventas de la compañía.

Las ventas netas durante el año 2005 ascienden a \$ 16,551,394 (dieciseis millones quinientos cincuenta y un mil trescientos noventa y cuatro dólares de los Estados Unidos de América), con un volumen de 36.907 TM más 179.226 cajas de aceite y 5.213 cajas de vinos. La cifra de ventas es mayor en un 19% con respecto al año anterior, gracias al incremento en volúmenes de 7% en harinas de uso doméstico; 16% en harinas al granel; 38% en subproductos; 22% en avena; 48% en aceites importados y 70% en aceites nacionales. La inclusión de sal en el año 2005 contribuyó con \$800,000 al total de las ventas de la compañía.

Los productos elaborados por casa matriz continúan como las principales líneas de comercialización en este año, representando el 67% de las ventas totales, mientras que los aceites representan un 16%, la avena 8%, sal 5% y el saldo del 4% está representado por las demás líneas (mantecas, arroz, vinos, alimento para perros y otros).

La utilidad en el 2005 se debió a que pudimos:

1. Contar con precios competitivos en la línea de aceites, lo que nos ha permitido una mayor participación del mercado, reflejado en un 48% de incremento en nuestros volúmenes respecto al año anterior;
2. Continuar con la reducción de los costos de adquisición de avena, lo que nos ayudó a fijar precios más competitivos, provocando un incremento del 22% en volúmenes respecto del año 2004, y a su vez un mejoramiento de nuestros márgenes de distribución;





3. Contar con la adición de la línea de sal a nuestro portafolio de productos, que, como se ha dicho anteriormente, contribuyó de manera significativa al total de ventas.

## II. METAS Y OBJETIVOS

El principal objetivo de la Gerencia continua siendo la optimización de los recursos y la reducción de costos para poder mejorar nuestra rentabilidad como empresa. La empresa continua creciendo dentro del difícil mercado de distribuidores y sigue introduciendo y manteniendo las marcas de nuestros productos, las mismas que se encuentran bien posicionadas en el mercado. Los objetivos propuestos para el año 2006 son:

1. Cumplir con los presupuestos fijados en conjunto con Casa Matriz;
2. Retomar la comercialización de la línea de jugos Jumex;
3. Adicionar la línea de lenteja; e,
4. Incursionar en la distribución de nuevos productos.

## III. DISPOSICIONES DEL DIRECTORIO Y JUNTA GENERAL

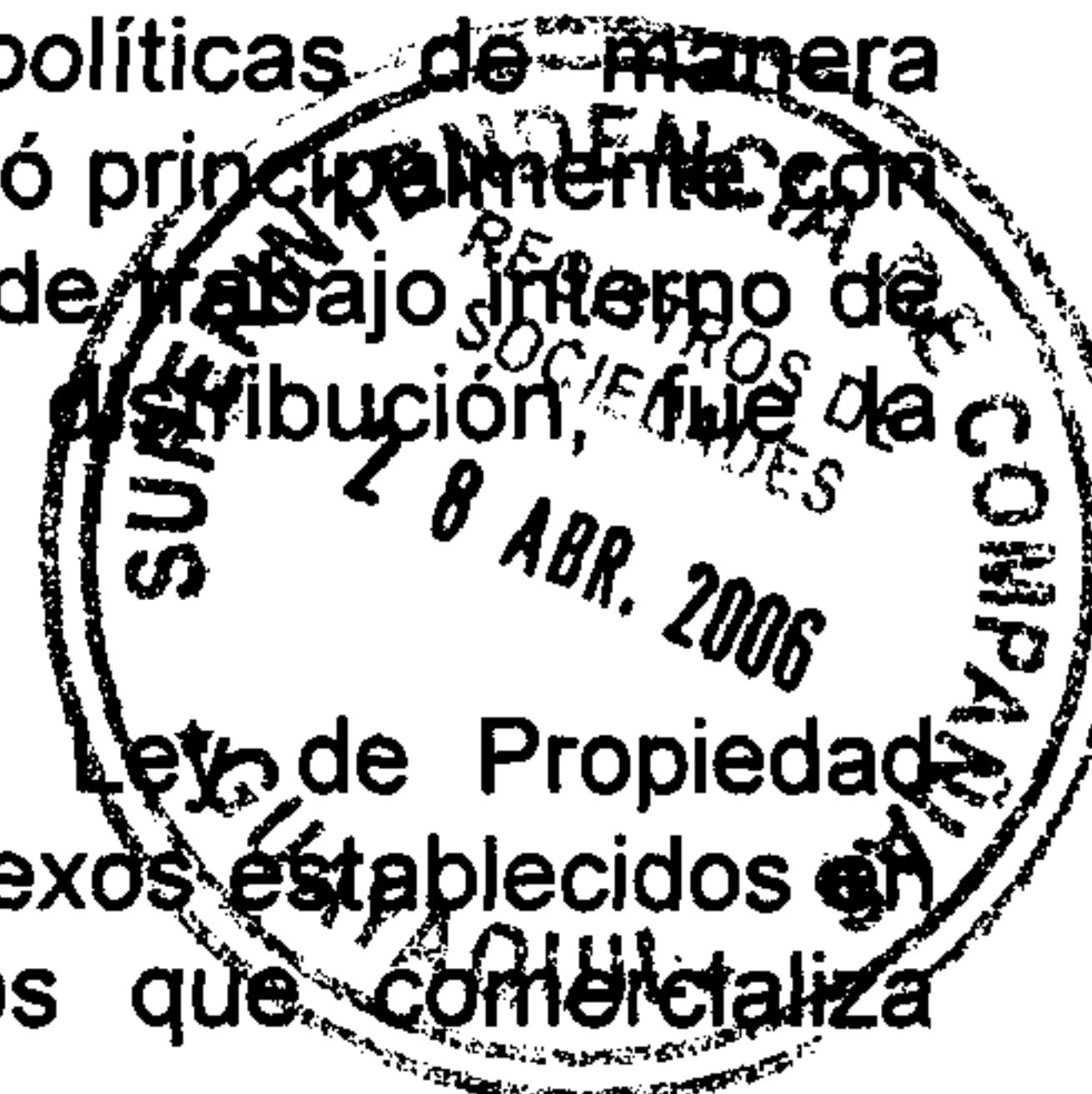
En diciembre 12 del presente año impositivo, fue nombrado como Presidente de la Compañía El Ing. Mario Vernaza Amador por el periodo de dos años, en reemplazo del Sr. Joel G. Stuart Moses.

La decisión de la JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS celebrada en el mes de Marzo del 2005, aprobó unánimemente los resultados operativos de la compañía por el ciclo económico 2004. La utilidad del ejercicio pasó a formar parte de las cuentas patrimoniales de la empresa junto a las pérdidas de años anteriores para libre disposición de los accionistas.

## IV. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS, FINANCIEROS, LABORALES Y LEGALES

Durante el año 2005, la Compañía mantuvo su estructura administrativa prácticamente inalterable, lo que le permitió continuar sus procedimientos y políticas de manera consistente. La financiación de las operaciones comerciales se realizó principalmente con recursos provenientes de nuestra Casa Matriz así como con capital de trabajo interno de nuestra compañía. La organización administrativa, de ventas y distribución, fue la principal tarea de la Gerencia General de la compañía.

La compañía ha cumplido con los preceptos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual relacionados con el respeto a los derechos de autor y conexos establecidos en dicho cuerpo legal. La empresa mantiene todos sus productos que comercializa debidamente registrados.





## V. COMERCIALIZACIÓN

A continuación se detallan los productos comercializados durante el presente año impositivo:

|                        | <u>DOLARES</u> | <u>VOLUMEN</u> |
|------------------------|----------------|----------------|
| - Harina al Granel     | 6,593,258      | 17.985 TM.     |
| - Harina Doméstica     | 3,114,221      | 3.128 TM.      |
| - Aceites              | 2,584,178      | 179.226 Cajas  |
| - Sub-productos        | 1,510.093      | 8.138 TM.      |
| - Avena                | 1,311,254      | 2.597 TM.      |
| - Sal                  | 798,528        | 4.636 TM.      |
| - Vinos                | 249,776        | 5.213 Cajas    |
| - Mantecas             | 151,968        | 164 TM.        |
| - Arroz                | 136,699        | 198 TM.        |
| - Alimento para perros | 55,022         | 47 TM.         |
| - Aceitunas            | 14,987         | 225 Cajas.     |
| - Aceites de Oliva     | 10,824         | 2 TM.          |
| - Atún                 | 8,793          | 3 TM.          |
| - Licores Varios       | 2,657          | 38 Cajas       |
| - Sipernat             | 9,136          | 7 TM.          |

Para que esto se haya logrado, la empresa cuenta con un sistema de distribución que incluye un eficiente equipo de ventas, una buena estructura administrativa, así como adecuadas bodegas, una flota de camiones propios y además convenios con distribuidores mayoristas y Supermercados que contribuyen con un gran porcentaje de nuestras ventas.

## VI. INDICES FINANCIEROS

A continuación se mencionan algunos índices financieros correspondientes al cierre del ejercicio fiscal 2005 comparados con los del cierre del año anterior:

| <u>ÍNDICE</u>                                      |         | <u>2005</u> | <u>2004</u> |
|----------------------------------------------------|---------|-------------|-------------|
| Liquidez corriente                                 | (veces) | 1.27        |             |
| Prueba ácida de liquidez                           | (veces) | 1.01        |             |
| Rotación cuentas por cobrar                        | (días)  | 62          |             |
| Rotación de inventarios                            | (días)  | 21          |             |
| Endeudamiento Corriente                            | (%)     | 174         |             |
| - Excluyendo endeudamiento con compañías del grupo |         |             |             |
| Apalancamiento financiero                          | (veces) | 0.85        | 0.90        |
| Margen bruto en ventas                             | (%)     | 12.80       | 13.65       |
| Utilidad (Pérd.) neta en ventas                    | (%)     | 1.39        | 0.62        |





Al 31 de diciembre del 2005 se debía a empresas relacionadas alrededor de \$ 2,4 millones de dólares

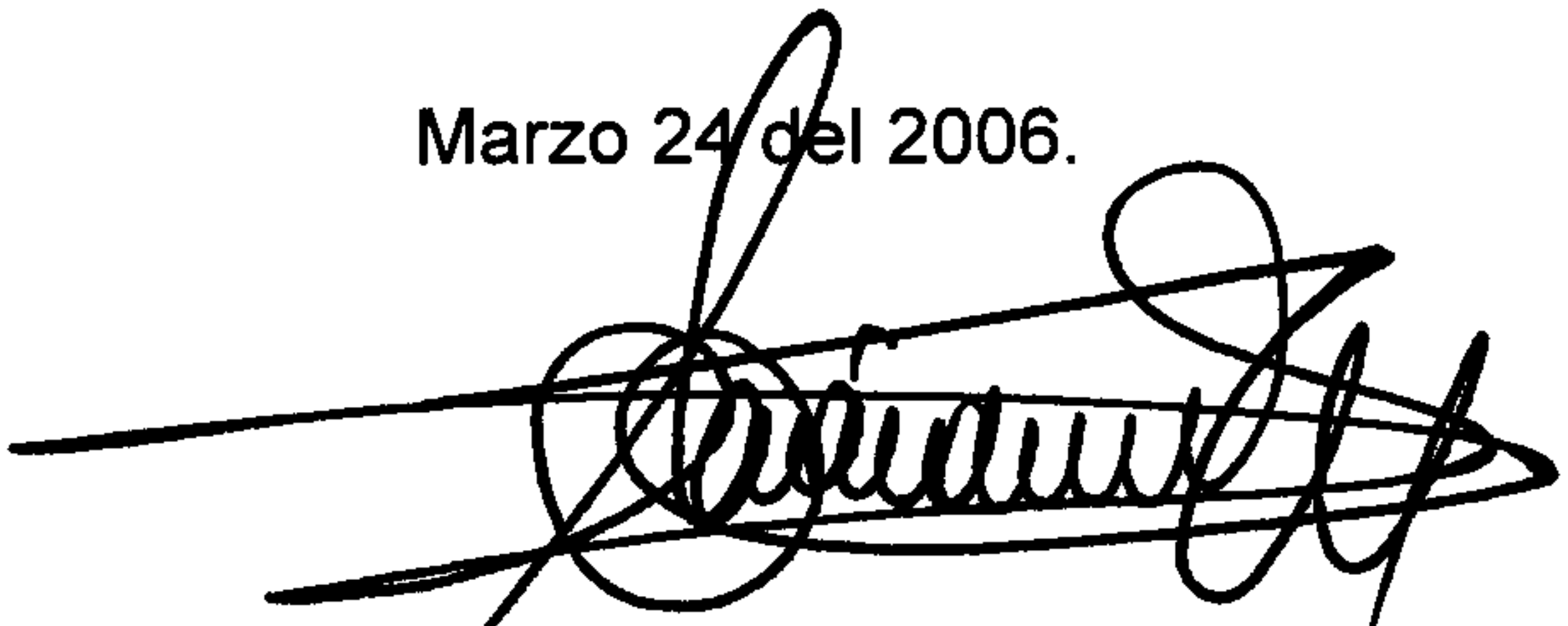
## VII. DESTINO DE LOS RESULTADOS

Esta gerencia solicita a la Junta General de Accionistas que apruebe:

- I. El Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias de la compañía al 31 de Diciembre del 2005, según mandato legal;
- II. La apropiación del 10% de las utilidades netas para Reserva Legal, esto es \$ 23,077.02; y,
- III. La capitalización de las utilidades liquidas, después de la Reserva Legal, en un monto de \$ 207,693.14.

Finalmente, señores accionistas y directores, aprovecho esta oportunidad para agradecerles a ustedes por su permanente colaboración y apoyo a quienes manejamos diariamente esta organización.

Marzo 24 del 2006.



Econ. Carlos Cárdenas Maratía  
Gerente General

