

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

INFORME DE GERENCIA GENERAL
PERIODO ECONOMICO ADMINISTRATIVO 2007

Me permito poner a vuestra consideración el informe anual de Gerencia General por el año 2007, en el cual dejo constancia de la gestión efectuada durante el mismo.

Es muy importante previa a la presentación del presente informe tener presente el panorama, político, económico y social que atravesó el país.

La asamblea nacional constituyente ha marcado la atención tanto de políticos como de la ciudadanía en general, los acuerdos son establecidos por los bloques de mayoría, la pugna de poderes no ha cesado por la falta de acuerdos políticos entre los diferentes partidos, los niveles de corrupción ubican al país en los primeros lugares, los esfuerzos para mejorar la gobernabilidad, luchar contra la corrupción, respetar los derechos humanos, redistribuir el ingreso y abrirse al libre mercado no han sido suficientes para contribuir a la solución de estos problemas.

En el aspecto económico el producto interno bruto creció por sexto año consecutivo alcanzando en el segundo semestre del año 2007 un incremento del 1,03%, pero aun cuando el Producto Interno Bruto de Ecuador ha crecido cuatro veces durante los últimos 27 años, la economía del país sigue estancada. Por su lado la inflación anual ha logrado mantenerse en una cifra pero con un ligero incremento alcanzando al finalizar el año 2007 el 3,32% porcentaje que se encuentra dentro de las expectativas planteadas por el gobierno pero que no reflejan la verdadera situación económica que atraviesa el país.

En el aspecto social del panorama presentado en el año anterior muy poco a cambiado la incertidumbre persiste, la capacidad adquisitiva ha disminuido notablemente dado los incrementos en los precios de los productos que forman la canasta básica, obedeciendo a diferentes factores tales como el incremento del precio del barril del petróleo y la fuga de materias primas como la palma africana y el trigo, lo cual a producido incrementos radicales en los precios de los productos fabricados con estas materias primas, bajo este esquema no podemos decir que ha mejorado la condición de vida de los habitantes, al contrario cada vez existe más pobreza, el incremento en el bono de solidaridad no soluciona estos problemas se requiere de verdaderas propuestas políticas en beneficio del sector empresarial y social que garanticen la estabilidad y muestren un marco seguro que asegure la generación de mayores fuentes de empleo en pro de sus habitantes.

1. Ambito de la Empresa

1.1. Productos y Proveedores

En el presente año se realizó nuevas negociaciones con proveedores estratégicos como son: Liquo's, Consuma, Distrivac y Quifatex, lo cual permitió diversificar el portafolio de productos y a su vez contribuir a un incremento sostenido de las ventas, además es

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

necesario mencionar que Aldor del Ecuador S.A., realizó una nueva negociación con Dipor, entregando la comercialización de sus productos, situación que ha inferido negativamente en la comercialización de esta línea de productos, debido a que por problemas de logística de Dipor no les permitió atender en su totalidad las órdenes de compra generadas por la compañía, reduciendo radicalmente los potenciales de venta por desabastecimientos continuos de productos. Dado el incremento de nuevas líneas fue necesario realizar un nuevo análisis sobre la conveniencia o no de mantener determinadas líneas de distribución de lo cual se tomó la decisión de agradecer al proveedor de papeles higiénicos Tissue del Ecuador S.A. al ser la compañía que menor aporte económico le dejaba a la empresa.

El portafolio de productos prácticamente se ha mantenido en relación al año 2006, puesto que a pesar de que fábricas proveedoras lanzaron al mercado nuevos productos, en otros casos los descontinuaron, además como estrategia de temporada se realizaron compras a proveedores de las líneas de confitería como es el caso de Oro Rojo, Sylvermiel y Distrivac, orientadas a satisfacer la demanda y poder contar con una gran variedad de productos para satisfacer los diferentes gustos del consumidor, al finalizar el año los productos que comercializa la compañía superaban las 920 referencias agrupadas en diferentes categorías entre las principales se puede anotar productos alimenticios, de limpieza, higiene personal, licores, entre otros.

En consecuencia la gama de productos que mantiene la compañía y la permanente diversificación en las diferentes líneas, ha permitido competir en el mercado con productos de similares características y atender a un mayor segmento del mercado, satisfaciendo las necesidades y gustos del consumidor, factores que han contribuido al cumplimiento de nuestro presupuesto de ventas.

1.2. Mercados y Clientes

En el presente año nuestra cobertura aumentó considerablemente se ha cumplido con uno de los objetivos previstos para el presente año, hoy en día mantenemos presencia en el mercado de 6 provincias las cuales son: Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza, Tungurahua, Bolívar y Napo, se ha reestructurado el calendario de visitas aperturando nuevas zonas y fusionando otras, en algunos casos se ha dividido las zonas ya existentes lo cual ha permitido un mejor control del mercado y una mayor cobertura, teniendo siempre en cuenta que nuestro servicio agregado es la atención personalizada y la entrega en 24 horas, factores que han permitido día a día un crecimiento de la cartera de clientes traducida a un incremento en el volumen de ventas.

El mercado cada vez es más competitivo la oferta de productos de similares características así como la diversidad de distribuidores de los mismos nos obligan cada día a ser más productivos, tener procesos de calidad y buscar la excelencia en el servicio para poder competir, los segmentos de mercado de las diferentes provincias no son iguales es por esta razón que los descuentos y precios ofertados son diferentes en cada uno de los mercados a donde llegamos, es práctica común encontrar en el mercado una verdadera competencia de precios entre distribuidores, pero esta compañía mantiene la política muy propia en lo que respecta a precios y descuentos, estableciendo los márgenes mínimos de rentabilidad con

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

los que ha de operar en cada zona, esto nos hace pensar que no necesariamente porque otros distribuidores reduzcan su margen de rentabilidad para ganar mercado nosotros pondremos en juego la estabilidad de la compañía, pues las políticas claramente definidas así como las estrategias, objetivos y metas serán los factores que garanticen la permanencia en el mercado por largo tiempo contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país.

1.3. Procesos Fundamentales y Tecnológicos

Las innovaciones tecnológicas se han convertido en una arma muy importante para el desarrollo de la sociedad en general, es por ello que tanto la comunicación y los sistemas informáticos se han convertido en herramientas importante para el desarrollo de los sistemas de información empresarial, razón por la cual se tomó la decisión de renovar el software SICO, adquiriendo un programa más versátil con mayor capacidad de procesamiento de la información y que se encuentra totalmente integrado, se reviso varias opciones y se tomo la decisión de adquirir el Programa ARIES PLUS, por ser un programa que permite nuevos desarrollos de acuerdo a las necesidades de la empresa, permitiendo contar con información confiable, veraz y oportuna para la toma de decisiones.

Es necesario destacar las inversiones permanentes realizadas en tecnología, se adquirió nuevos equipos de computación como lo es un servidor, una estación de trabajo y una impresora.

1.4. Ventajas competitivas y factores sinérgicos

Dentro de las ventajas competitivas podemos señalar:

- ◆ Proveedores multinacionales y locales líderes en el mercado
- ◆ Diversidad en el portafolio de productos y marcas líderes
- ◆ Logística apropiada para atender la demanda del mercado
- ◆ Precios competitivos
- ◆ Reconocimiento empresarial
- ◆ Personal capacitado
- ◆ Posicionamiento en el mercado
- ◆ Estándares elevados de servicio al cliente

En lo referente a factores sinérgicos tenemos:

- ◆ Excelente tiempo de respuesta
- ◆ Cronogramas de visitas establecidos
- ◆ Cronogramas de logística
- ◆ Atención personalizada y de acuerdo a las necesidades del mercado

2. Cumplimiento de los objetivos previstos para el ejercicio económico 2007

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

- ◆ Lograr un crecimiento del 15% sobre las ventas del año anterior
- ◆ Mantener y propender al crecimiento del margen de rentabilidad
- ◆ Renovación de los equipos de computación
- ◆ Cambio del software contable
- ◆ Optimizar los gastos
- ◆ Invertir en tecnología que mejore la calidad y el nivel de servicios de la empresa

El cumplimiento de los objetivos establecidos para el ejercicio económico 2007 ha sido la principal preocupación de mi gestión, toda vez que hemos tenido que enfrentar diferentes retos comerciales.

- ◆ Lograr un crecimiento del 15% sobre las ventas del año anterior

En este año no solamente hemos tenido que enfocar todos los esfuerzos en alcanzar nuestro presupuesto anual de ventas, que establecía un crecimiento de un 15% sobre las ventas netas logradas durante el año 2006 sino tratar de alcanzar el más alto porcentaje de crecimiento en ventas ante la reducción del margen de rentabilidad originado por diferentes factores, enfrentándonos a un nuevo reto, para lograr este objetivo se ha tenido que cumplir con otros objetivos específicos, y aplicar varias estrategias de mercado que se encuentran asociadas a variables compatibles que permitieron obtener los resultados previstos.

Entre las estrategias aplicadas tenemos:

Estrategias	Resultados
Desarrollo zonal por provincia	Incremento de la participación del mercado
Ampliación de la gama de productos	Incremento en el volumen de las ventas y del promedio de ventas por factura.
Precios más competitivos	Incremento de la cartera de clientes y ventas
Reestructuración Zonal	Incremento de las ventas
Programas de Ventas	Incremento de las ventas
Alineación de variables cartera, inventarios y endeudamiento externo	Incremento de las ventas

El cuadro anterior se muestra algunas de las estrategias aplicadas durante el año 2007 en el área comercial, así como los resultados obtenidos los cuales han permitido alcanzar el cumplimiento del objetivo de ventas previsto para el año como se demuestra a continuación:

Ventas 2006	% Crecimiento	Presupuesto	Ventas 2007
US \$ 3'412.520,16	15%	US \$3'924.398,18	US \$4'503.275,24

Las ventas netas del año 2006 fueron de US \$ 3'412.520,16 para el año 2007 se planteó como objetivo un crecimiento del 15% anual ubicándose el presupuesto en US

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

\$ 3'924.398,18 alcanzando una venta de US \$ 4'503.275,24 superando el objetivo planteado en el 16,96% que representan el 31,96% de las ventas del año 2006.

- ♦ Mantener y propender al crecimiento del margen de rentabilidad

El margen de rentabilidad debe ser medido desde el punto de vista de la utilidad operacional de la compañía, más no de la utilidad bruta, dado que puede revertirse las fórmulas de cálculo para obtener una mejor utilidad de la propia operación de la compañía, utilizando variables tales como, ventas, días crédito, endeudamiento externo, rotación del inventario y precios, sin duda los resultados varían de acuerdo a las estrategias aplicadas, y es así que en el año 2006 se obtuvo una utilidad operacional de \$ 17.130,31 medido en porcentaje con respecto a las ventas significó 0.50%, en el año 2007 se obtuvo \$ 68.317,59 lo que significó un 1.52% , lo cual significa que la compañía logro largamente su objetivo puesto que consiguió un incremento del 304% medido en base al año anterior, la utilidad operacional implica la utilidad luego de haber efectuado todos los gastos necesarios para la generación de la actividad propia de la empresa.

- ♦ Mantener la renovación de los equipos de computación

Este objetivo se ha cumplido, como existe una estrecha relación con el objetivo de cambiar el software contable fue necesario adquirir un nuevo servidor, una estación de trabajo, reguladores de voltaje y una impresora, con lo cual la compañía se encuentra con los equipos necesarios para operar con el nuevo programa.

- ♦ Cambio del software contable

En el último trimestre del año 2007, la compañía luego de haber revisado y analizado varias propuestas y demostraciones de diferentes soluciones contables, se tomó la decisión de adquirir el programa ARIES PLUS, por ser un programa dinámico que integra todos los módulos, adicionado que el proveedor cuenta con un departamento de programación lo cual permitirá desarrollar nuevos avances tecnológicos y lo que es más importante desarrollos de acuerdo a las necesidades de la compañía.

- ♦ Optimizar los gastos

Los gastos presentados han sido los estrictamente necesarios para cumplir con los objetivos de la compañía, sin embargo se ha incrementado los gastos financieros en un porcentaje considerable, se utilizó dinero de terceros para generar ventas y a la vez incrementar de esta forma la utilidad neta.

- ♦ Invertir en tecnología que mejore la calidad y el nivel de servicios de la empresa

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

Se contrató del servicio de banda ancha para mejor la fluidez de la información, mantener un contacto más rápido y oportuno con proveedores y clientes y caminar de alguna forma junto a las nuevas tendencias de la tecnología y de la información, además se instaló cámaras de video en diferentes áreas estratégicas de la compañía que permitirán un mejor control interno en estas áreas.

La adquisición de un nuevo vehículo no fue un objetivo del año 2007 pero de acuerdo a las necesidades y al crecimiento sostenido en las ventas se adquirió un nuevo vehículo de reparto que será destinado al reparto de mercadería y de esta forma se podrá prescindir en su totalidad de los vehículos a gasolina, logrando una reducción del gasto combustibles.

3. Administración de recursos humanos y ámbito legal

En el presente año se ha mantenido un grupo homogéneo de colaboradores, en el área de administración existió un incremento, en el área de ventas se reemplazó tres, en el área de bodega se reemplazaron dos ayudantes de bodega y se incrementó uno, estos incrementos son resultado del crecimiento de la compañía.

En lo que concierne al ámbito legal, todos los empleados que terminaron su relación laboral en el año 2007, lo hicieron en mutuo acuerdo con la Compañía y se procedió a liquidar sus haberes en forma completa y de acuerdo a lo dispuesto en el código de trabajo, de igual forma todos los empleados que se han vinculado a la empresa durante este año, han sido contratados dando estricto cumplimiento con todas las disposiciones legales vigentes.

4. Cumplimiento de las disposiciones de la Junta General.

Se cumplió en debida forma la resolución adoptada por la Junta General Ordinaria celebrada en el mes de marzo del 2006, en relación al reparto a los señores accionistas se orientó el 50% de los dividendos del año 2006, destinando el 50% restante para capital de trabajo, dentro de la cuenta Reserva Facultativa, transfiriendo primero el 10% de la utilidad a la cuenta Reserva Legal.

5. Cumplimiento de las disposiciones legales

Los aspectos legales han sido cumplidos a cabalidad según lo estipulado en las leyes pertinentes, en materia tributaria y otros aspectos de observancia legal obligatoria.

6. Situación económica y financiera

El análisis de la situación económica-financiera que presenta la Compañía al término del año 2007, se concentra en la revisión de los principales índices de liquidez, actividad y rentabilidad que hemos obtenido en este ejercicio económico, junto con breves notas aclaratorias sobre las diferentes variaciones entre los índices correspondientes al año 2007 y aquellos alcanzados por la empresa durante los años 2006 y 2005, los años en referencia

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

son comparables puesto que las variaciones de los índices inflacionarios no distorsionan su comparabilidad a pesar de haber atravesado por un año en el se incrementó considerablemente este índice.

♦ **Liquidez**

Mide la capacidad que tiene la empresa para cancelar sus obligaciones a corto plazo.

Aplicando la razón del circulante, esto es el activo circulante sobre el pasivo circulante, obtenemos una medida de solvencia a corto plazo, en términos relativos.

AÑO 2007 Índice de Liquidez	AÑO 2006 Índice de Liquidez	AÑO 2005 Índice de Liquidez
1.1166	1.0972	1.1962

Este índice muestra la capacidad de la compañía de responder a sus obligaciones a corto plazo, y como puede verse, por cada US \$ 1 de deuda de la compañía en el 2006, ésta dispone de US \$ 1.1166 para cumplir con sus obligaciones al término del año, este índice se incrementa 0.019 con relación al del año 2006 y disminuye 0.0796 décimas con el año 2005, se considera un índice aceptable a partir de la relación 1 a 1, se ha obtenido un ligero incremento del 1.76% con relación al año anterior esto se explica manifestando que cada vez que la compañía se vuelve más sólida y sus utilidades se incrementa, asociada con una mejor recuperación de la cartera, se reflejará en el comportamiento de este índice.

Para una mejor ilustración de la liquidez en términos absolutos, revisamos el capital de trabajo, que es igual a la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente.

PERIODOS	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE = CAPITAL DE TRABAJO
AÑO 2007	US\$ 842.112,12 - US\$754.149,76 = US\$ 87.962,36
AÑO 2006	US\$ 792.492,88 - US\$722.310,85 = US\$ 70.183,03
AÑO 2005	US\$ 555.820,22- US\$ 464.650,73 = US\$ 91.169,49

Como se puede apreciar el capital de trabajo comparado los tres años presenta, un crecimiento del 2006 al 2007 del 25,33% y una disminución del 2006 al 2005 en un 23,01%, el incremento del capital de trabajo de la compañía se puede considerar significativo y asociarlo directamente con los resultados obtenidos los cuales han permitido mejorar considerablemente los índices presentados, con este índice la banca mide la capacidad de la compañía de hacerle frente a los obligaciones contraídas con proveedores y terceros en el corto plazo.

La liquidez de la compañía la podemos evaluar con la razón rápida o prueba de ácido, que excluye el inventario y sólo considera el efectivo, las cuentas por cobrar y los valores negociables, calculados en relación sobre el pasivo circulante:

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

AÑO 2007 Índice de disponibilidad	AÑO 2006 Índice de disponibilidad	AÑO 2005 Índice de disponibilidad
0.8376	0.7330	0.8745

El año 2007 muestra un índice de disponibilidad de US \$ 0.8376 centavos exigibles por cada US \$ 1 del pasivo corriente de la Compañía, que se incrementa en relación al alcanzado en el año 2006, cuando este índice fue de US \$ 0.7330 centavos y en el año 2005 que fue de US \$ 0.8745, se muestra un incremento en relación al año 2006 del 14,27% , lo cual quiere decir que la disponibilidad inmediata de atender las obligaciones se incremento garantizando en mayor porcentaje a los proveedores cada una de las obligaciones contraídas.

♦ **Actividad**

Mide la eficiencia con la cual la empresa utilizó sus activos, según la velocidad de los valores aplicados a ellos.

Para medir estos indicadores aplicamos la rotación de cartera, permite establecer el número de veces que las cuentas por cobrar giran en promedio, se calcula dividiendo las ventas a crédito para las cuentas por cobrar promedio.

AÑO 2007 Rotación de Cartera	AÑO 2006 Rotación de Cartera	AÑO 2005 Rotación de Cartera
9.93	10.84	11.14

Las cuentas por cobrar de la empresa giraron 9.93 veces durante el año 2007, 10.84 veces durante el año 2006 y 11,14 veces durante el año 2005, lo cual quiere decir que el valor promedio que se encontraba en cartera se convirtió en efectivo en el año 2007 aproximadamente de 10 veces, la disminución de este índice se puede asociar al incremento en ventas orientadas al canal mayorista.

En empresas en las que se compra y vende la mercadería en el mismo estado es de suma importancia calcular la rotación del inventario, el cual se calcula el costo de la mercadería vendida dividido para el inventario promedio de mercadería.

AÑO 2007	AÑO 2006	AÑO 2005
----------	----------	----------

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

Rotación del Inventario	Rotación del Inventario	Rotación del Inventario
18,29	14,29	16,63

El inventario de mercadería de la empresa rotó 18,29 veces en el año 2007, 14,29 veces en el año 2006 y 16,63 veces en el año 2005, se muestra un incremento del 30% lo cual demuestra un manejo más eficiente de los inventarios, la reposición de mercadería está de acuerdo a las ventas minimizando el costo del sobre estoqueo, está demostrado que los inventarios se mueven aproximadamente 2 veces en el mes considerándose un manejo eficiente de sus reposiciones, este índice no es un índice asociado pero sin embargo se considera estratégico su relación con el índice de rotación de cartera, pues si bien es cierto cada vez que disminuye la rotación de la cartera se puede dinamizar el manejo del inventario para que no impacte en la liquidez de la compañía.

♦ **Rentabilidad**

Revisamos ahora el margen de utilidad bruta, es decir la utilidad bruta sobre las ventas, antes de gastos, intereses e impuestos:

AÑO 2007 Margen de utilidad bruta	AÑO 2006 Margen de utilidad bruta	AÑO 2005 Margen de utilidad bruta
10.11%	10.49%	11.00%

Esto muestra que el margen de utilidad bruta de la compañía alcanzó en el año 2007 un porcentaje de 10.11% en comparación con 10.49% al término del año 2006 y 11.00% en el año 2005. Este margen representa una reducción de 0.38 de punto, si bien no ha sido posible regresar a los márgenes obtenidos en años anteriores, la reducción no es significativa puesto que este índice mantiene estrecha relación con el índice de utilidad operacional, y si este se muestra compensado en puntos porcentuales hacia arriba bien puede decirse que la reducción obedece a una estrategia ya diseñada asociada a diferentes variables tales como; posicionamiento en el mercado, amplia cobertura, incremento de las ventas, diversificación de la cartera entre las principales.

Es de gran importancia en el estudio de la rentabilidad de la compañía revisar el margen operacional, pues permite determinar si el negocio es o no lucrativo, en si mismo, independientemente de la forma como se ha financiado, el cual se obtiene dividiendo la utilidad operacional para las ventas netas.

AÑO 2007	AÑO 2006	AÑO 2005
----------	----------	----------

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

Margen operacional	Margen operacional	Margen operacional
1,52%	0,50%	0,94%

Muestra el porcentaje de utilidad operacional obtenido en relación a las ventas luego de haber efectuado todos los gastos, en el año 2005 en porcentaje se ubicó en el 0,94%, en el año 2006 se redujo en el 0,50% y en el año 2007 se incrementó en el 1,52%, el resultado entre el año 2006 y el 2007 se produce un incremento del **304%**, lo cual significa que la compañía obtuvo un incremento significativo en el presente año dentro de su propia operación, este índice se lo considera uno de los más importantes porque permite visualizar cuales son los resultados alcanzados dentro de su propia operación.

Rendimiento del Patrimonio

Para completar el estudio de la rentabilidad es muy importante conocer el rendimiento del patrimonio de los accionistas, con la aplicación de este índice se puede apreciar cuanto es lo que ha rendido el patrimonio, el cual se obtiene de dividir la utilidad neta para el patrimonio

AÑO 2007 Rendimiento Patrimonio	AÑO 2006 Rendimiento Patrimonio	AÑO 2005 Rendimiento Patrimonio
27,73%	7,26%	14,23%

Este índice nos indica que el rendimiento que tuvo la compañía sobre el patrimonio, el 27,73% en el año 2007, 7,26% en el año 2006, mientras que en el 2005 el rendimiento fue del 14,23%, existe un incremento del **381.95%** en relación al año 2006, lo que significa que el rendimiento sobre el patrimonio tomó una posición importante, pues si revisamos índices de rendimientos de diferentes sectores de la economía nos muestran índices no muy alentadores, sin embargo al relacionar con el sistema financiero la mejor tasa obtenida no sería más allá del 8%, entonces el porcentaje presentado muestra un crecimiento muy considerable para sus accionistas.

7. Propuesta sobre el destino de las utilidades obtenidas en el ejercicio económico 2007

Considerando que la utilidad neta generada durante el ejercicio del 2007, según el estado de Pérdidas y Ganancias, deducido el 15% de participación de utilidades para empleados y el 25% del impuesto a la renta, alcanza la cifra de:

US \$ 45.417,28

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

Es la propuesta de la Gerencia General proceder con el reparto del 50% de esta cifra para accionistas, y el restante 50% acreditarlo a la cuenta Reserva Facultativa, dado que la reserva legal alcanzó los valores establecidos.

8. Recomendaciones para el ejercicio económico 2008

La pauta sobre a donde está encaminada esta compañía está ya determinada, los objetivos planteados a corto plazo se han cumplido los de largo plazo se sigue cumpliendo, queda mucho por hacer, el mercado constantemente es cambiante, las condiciones macroeconómicas y políticas del país son inciertas, razones suficientes para direccionar la compañía a planes y objetivos estratégicos que permitan un posicionamiento sostenido y un crecimiento claramente establecido que convierta a Representaciones J. Leonardo Soria L. C.A., como una de la compañías de distribución más reconocidas en el país.

Por esta razón cada vez la empresa requiere seguir reafirmando su misión, visión y valores hacer extensiva esta óptica corporativa que privilegia la obtención de resultados estratégicos, que ubiquen a la compañía como una de las mejores compañía de distribución y comercialización bajo los parámetros ya determinados.

Objetivos año 2008

Con el enfoque planteado de mantener un objetivo a largo plazo podemos reafirmar los objetivos específicos planteados e incrementar aquellos que la situación actual nos exige.

- ♦ Lograr un crecimiento del 10% sobre las ventas del año anterior
- ♦ Propender el liderazgo en el mercado
- ♦ Mantener y propender al crecimiento del margen de rentabilidad asociado con la utilidad operacional.
- ♦ Diversificar la cartera de clientes, depurando y ampliando de acuerdo a as diferentes zonas de cobertura.
- ♦ Actualización permanente de los equipos de computación
- ♦ Diseños y avances tecnológicos en el software

Direcciones estratégicas para el año 2008

Una vez cumplido con la propuesta del año 2007 se plantea las siguientes direcciones estratégicas:

- ♦ Mantener un crecimiento sostenido de los nuevos mercados, mediante servicios de calidad en donde el cliente identifique claramente a la compañía por los valores agregados que la diferencian de las demás.
- ♦ Reestructuración zonal de ser necesaria con un trabajo permanente que permitan claramente identificar los sectores fuertes y sus áreas críticas, en donde se de prioridad aquellos nichos de mercado que mayor aportan a la compañía y determinar la cantidad apropiada de clientes por zona para lograr un trabajo eficiente.

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

- ♦ Es muy importante que el cliente se identifique con la compañía lo cual permitirá mantener la fidelidad de la cartera de clientes.
- ♦ Mantener un mix de productos que nos permita satisfacer la demanda del cliente, ofreciendo precios competitivos y productos de calidad.
- ♦ Ofertar los productos de manera eficiente, mediante una correcta segmentación del mercado.
- ♦ Conseguir la satisfacción del cliente para llegar al fin propuesto.
- ♦ Mantenerse al día con la tecnología logrando conseguir actividades más eficientes con reducción de tiempos y costos del procesamiento de la información
- ♦ Trabajar con miras a conseguir procesos de calidad que nos permitan liderar en el mercado.
- ♦ Conseguir una imagen corporativa por el servicio que brinda y el volumen de operaciones que realiza la compañía.

Factores de soporte y resistencia a las direcciones estratégicas

Factores de Soporte

La empresa ha logrado un reconocimiento en los mercados a donde llegamos ya sea por la calidad de servicio brindado, los precios ofertados y por las marcas a las que representamos, esto nos ha permitido tener un muy buen posicionamiento en cada una de las provincias a las que llegamos.

Factores de resistencia

La permanente competencia de precios entre distribuidores que comercializan los mismos productos se constituye en el factor principal, se suma a esto el ingreso de productos que comercializan las compañías por contrabando y la competencia entre productos de similares características.

Agradecimiento

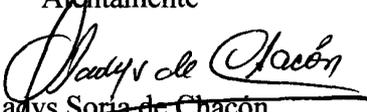
Al concluir el presente informe, me resta solamente expresar mi sincero agradecimiento al señor Presidente, a la señora Jefe Comercial, a la señorita Contadora General y a todos y cada uno de los miembros del personal administrativo, operativo y de ventas de la Compañía, quienes me han brindado toda su colaboración y apoyo, permitiéndonos alcanzar los resultados planteados para este período administrativo. Así también quiero agradecer la permanente participación y colaboración del Dr. Mauro Urrutia, Comisario Revisor de nuestra Compañía.

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L. C. A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL

Quiero agradecer finalmente la atención brindada al presente informe, el mismo que me permito poner a vuestra consideración.

Ambato, abril 05 del 2008.

Atentamente


Gladys Soria de Chacón
GERENTE GENERAL

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

Germania Aguilar *Amulo*

29 ABR. 2008