



C A M P O S A N T O
MONTEOLIVO

**INFORME
GERENCIA GENERAL
PARQUES MONTE OLIVO MONTOLIVO C.A.
AÑO 2012**

INFORME DE GESTION 2012

ANALISIS DE INGRESOS

Al cierre del 2012 la operación de PARQUES MONTE OLIVO MONTOLIVO C.A., refleja como resultado positivo una utilidad neta de **714.463,44 USD**, que representa un margen neto de utilidad del 11%. El monto de ventas alcanzado durante el ejercicio económico es de 4.316.431,39 USD, cifra que significa el 97% de los ingresos.

Se mantiene la política de ventas, la misma que consiste en asumir los intereses de las tarjetas de crédito como un costo para la empresa.

Las ventas brutas alcanzan US \$ 4.5 millones y las ventas netas US \$ 4.3 millones. En cuanto a las ventas netas (ventas brutas menos descuento y devoluciones en ventas) para el año 2012 se incrementó el "descuento en ventas"; en relación al año 2011, debido a que se mantiene la política de ventas, misma que no es comparable con el 2011 que no estuvo implementada en todo el año, donde se asumió los intereses de las tarjetas de crédito como un costo para la empresa.

Las "cuotas de mantenimiento" se incrementaron en un 13% debido a la gestión realizada en el año 2011 por cobranzas recaudando lo pendiente de años anteriores; para el 2012 se incrementa el pago de mantenimiento a perpetuidad.

Finalmente "otros ingresos" se mantiene igual que el 2011 ya que este año no se ha invertido en pólizas bancarias, invirtiéndose en la construcción del sector "D".

ANALISIS DE EGRESOS

Los "costos operacionales" de la empresa se incrementaron en un 38% respecto al año 2011 (aprox US \$ 1.085mil). El rubro más representativo en cuanto al incremento en gastos, es la nómina de ventas con el 60%.

De ahí que existen rubros que siguen en reducción como las horas extras y suplementarias ya que se distribuye y optimiza el tiempo, al igual que atención de servicio al cliente en el área de cafetería y floristería, Monte Olivo, aprovechó el término de plazo de los contratos y es así que asume directamente la prestación de estos servicios.

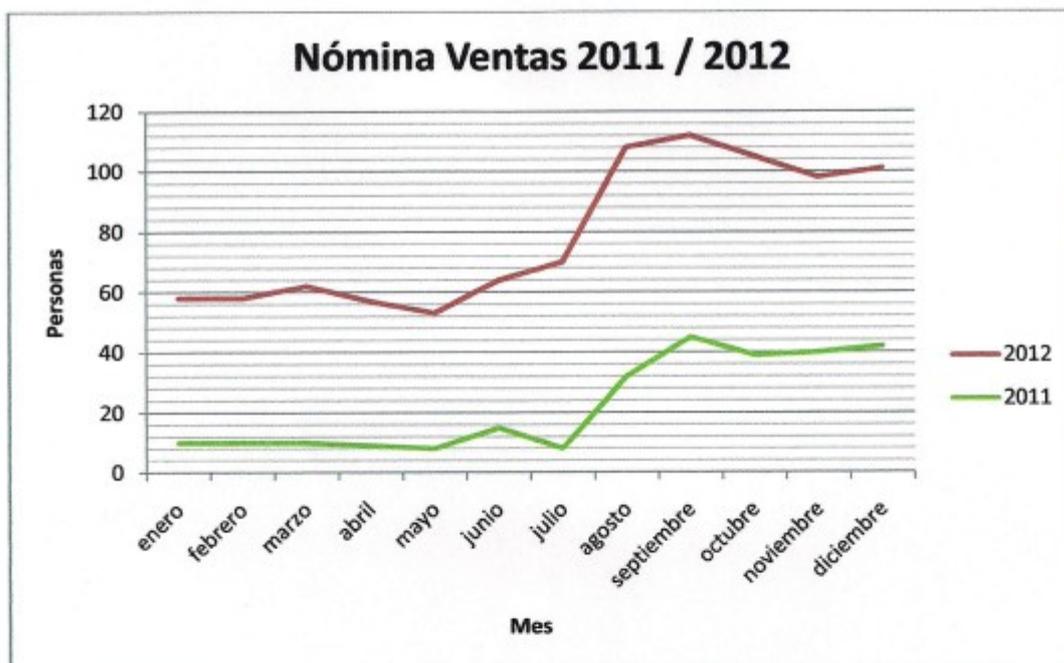


C A M P O S A N T O
MONTEOLIVO

Cabe destacar que se ha incrementado en un 325% el gasto de tarjetas de agradecimiento, obituarios, dado el incremento en los servicios diamantes.

Dentro de los costos, los rubros que se incrementaron considerablemente fueron los costos por renegotiaciones tanto de unidades y de servicios debido a la aceptación de nuevas negociaciones con clientes a fin de mantener la fidelidad de los mismos con la compañía.

Los "gastos de ventas" de personal y generales crecieron notablemente llegando a un 82% (US \$772 mil) con respecto al año 2011 esto es debido a la contratación de personal para la formación de equipos de ventas, así como el Costo de Tarjetas de Crédito, ya que, se incrementaron las comisiones bancarias a fin del pago de las obligaciones de los clientes en 48 horas o 5 días hábiles según se dé el caso.

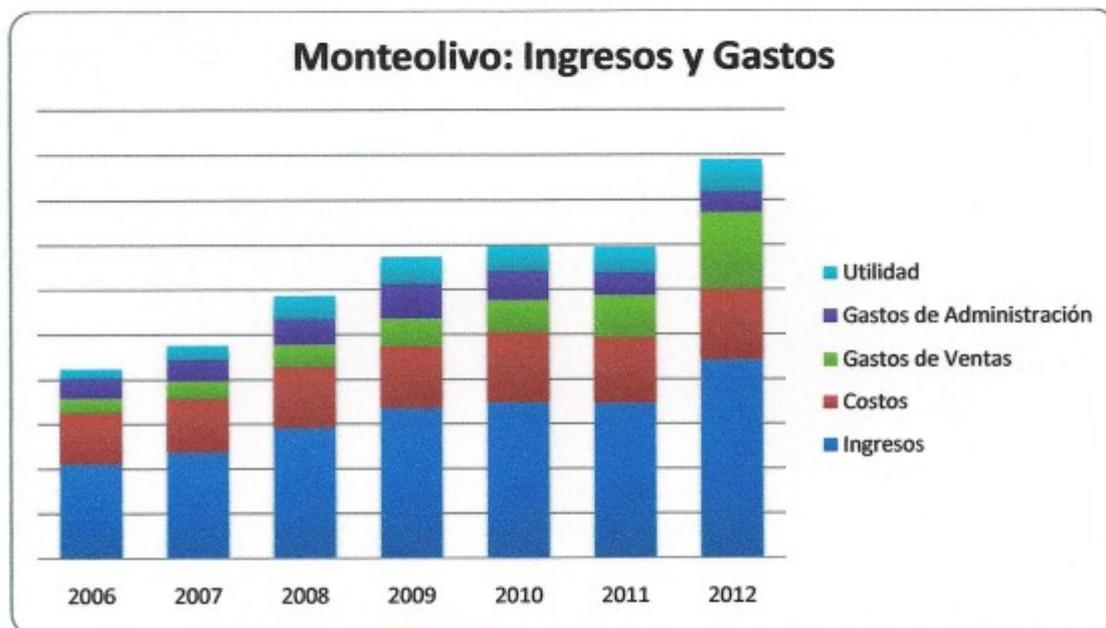


Al existir un incremento de los gastos de ventas y la reducción de los gastos administrativos sobretudo en gastos de personal y honorarios profesionales, ayudó de alguna manera a amortiguar el incremento de los costos de la empresa, de manera que en conjunto, costos y gastos aumentó en 29% (US \$ 844 mil) es así que la empresa debe mejorar e impulsar a la fuerza de ventas para que el ingreso en función de los gastos sea representativo.



C A M P O S A N T O
MONTEOLIVO

Durante este periodo en la florería, se ha generado ingresos por US \$ 47 mil, frente a los costos por US \$ 28 mil obteniendo una utilidad de US \$ 19 mil.



ANALISIS DEL RESULTADO

Al darse un incremento del 28% en ingresos y 29% en egresos en relación al año 2011, el resultado tiene un incremento del 22% y se estima una utilidad de US \$ 714 mil (antes de distribución de utilidades e impuestos), que equivale a un rendimiento de 11.96% sobre el patrimonio (9.59 % 2011) debido principalmente a la acumulación de resultados del año 2011

ASPECTOS FINANCIEROS

La empresa fue intervenida por la Superintendencia de Compañías, proceso que duró un mes, se realizó una declaración sustitutiva en donde se modifica la presentación de casilleros, es decir, el cambio se dio de forma, mas no de fondo y con esto se solventaron todos los temas.

Una acción importante fue negociar con las casas emisoras de tarjetas de crédito las comisiones para los diferentes plazos con o sin interés, a fin de recaudar y obtener mayor liquidez para la empresa, esta



C A M P O S A N T O
MONTEOLIVO

negociación se realizó aprovechando que el 80% de las ventas se lo realiza con tarjeta de crédito a fin de dar opción al cliente a pagar a largo plazo y de esta manera trasladar el riesgo de crédito a las Instituciones Financieras.

El portafolio de inversiones financieras tuvo una significativa reducción, US\$ 758 mil distribuido en tres instituciones financieras sólidas y fuertes cuya decisión de colocación fue previo análisis de calificación de Riesgo de Mercado

ACCIONES ADOPTADAS

1. Incorporación de nuevas unidades de sepultamiento

En 2012 concluyó la construcción de 1.440 tumbas en el sector 1-D, proyecto que inició en el 2011, en esta nueva área de unidades se considera una nueva estructura en cuanto a la construcción, realizando tumbas prefabricadas de hormigón armado las mismas que son colocadas de acuerdo a la demanda de utilización de tumbas.

Se ha adquirido un tractor BOBCAT, el mismo que nos permitirá optimizar el tiempo hombre para cavar y poder colocar el prefabricado de tumbas para la utilización, a medida que se produce la necesidad se siguen elaborando las tumbas prefabricadas, siempre considerando un stock de dos a tres tumbas.

En cuando a unidades de sepultamiento, se considera la parcela familiar de 20m² en el sector 1-C, destinada al arrendamiento de nichos para necesidad inmediata.

Política Comercial

Durante el 2012 se mantuvo estable la lista de precios de todos los productos y servicios.

La comercialización de los productos y servicios de Monte Olivo es directa a través de su fuerza de ventas (que en 2012 inició con 45 y terminó con 52 vendedores distribuidos en 4 grupos), a quienes se les incentiva con una comisión sobre ventas que es variable y creciente en función de la producción.

Se mantiene la tabla de comisiones a fin de incentivar las ventas, se distribuye turnos para los grupos dentro del Camposanto, es decir se toma en cuenta dentro de la producción las ventas en necesidad inmediata así como en pre necesidad.

El departamento de ventas está conformado por un Gerente de Ventas y cuatro Directores quienes, tienen a su cargo grupo de vendedores, los mismos están distribuidos en diferentes sectores de la ciudad que son puntos de venta estratégicos (Oficina Eloy Alfaro, Gaspar de Villarreal, Río Coca y Matriz).

Se realizar promociones estratégicas basadas en descuentos y extensión de plazos con tarjeta de crédito y de forma directa.



C A M P O S A N T O
MONTEOLIVO

ASPECTOS LEGALES

Actualmente se mantiene vigentes los diferentes juicios que la empresa ha sostenido ya por un tiempo, se ha acudido a cada una de las citaciones dando cumplimiento a cabalidad con la ley, los juicios se los está llevando a cabo con abogados externos.

Los Procesos Legales pendientes son:

- Perrone Gabriel (2009)
- Provemovil (2010)
- Mercaser (2010)
- Pacheco Francisco (2010)
- Santa Cruz Juan Carlos (2010)
- Fideicomisos (2010)
- Cecilia Caviedes (2010)
- Quevedo Verónica (2011)

OBLIGACIONES

Durante el año 2012 Monte Olivo cumplió totalmente con todas las obligaciones de ley con la Superintendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas, Municipio, IESS, así como con los empleados en distribución de utilidades respecto al ejercicio fiscal 2011 y demás obligaciones patronales.

Atentamente

Ronald Zabala G.
GERENTE GENERAL
PARQUES MONTE OLIVO MONTOLIVO C.A