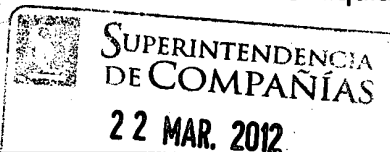


Quito, D.M., Enero 24 del 2012.

**INFORME ANUAL DE ADMINISTRACIÓN A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS DE LA
COMPAÑÍA CAMPOAGRO EQUIPOS Y SERVICIOS
CAMPOEQUIP CIA. LTDA.**

EJERCICIO FISCAL 2011:

1. Las metas propuestas para el ejercicio económico materia del informe, relacionadas primordialmente con el área de la comercialización de los productos, equipos, maquinarias y servicios, así como la consecución de clientes potenciales en sectores no explotados o no experimentados, fueron apropiadamente verificadas y exitosamente cumplidas como se evidencia en la tendencia creciente tanto en las ventas como en el margen de utilidad obtenido en este período.
2. Las disposiciones e instrucciones originadas de la Junta General de Socios, fueron rigurosamente observadas, en especial, aquellas relacionadas con la distribución de utilidades en beneficio de los trabajadores de la empresa; así como, la instrucción sobre el pago de los impuestos en relación con la renta obtenida.
3. Considerando como referencia los índices del ejercicio económico inmediatamente anterior al que se refiere este informe, es importante mencionar y destacar que se presentaron las siguientes variaciones :
 - Liquidez: se estabilizó en 1.27;
 - Nivel de Ventas: Incremento significativo de un 10.93% en relación al año 2010;
 - Margen de Utilidad: hubo un incremento al 1.10%
 - Periodo de Cobranzas: hubo una reducción a 47 días para la recuperación de cartera.
4. En referencia al destino de las utilidades obtenidas en el ejercicio fiscal 2011, después del reparto a trabajadores y pago de impuestos fiscales, desde el punto de vista de ésta Gerencia, y salvo mejor criterio de los señores Socios, es que se reparta las utilidades obtenidas en caso de existir la liquidez suficiente.



5. El objetivo primordial, que se propone a la Junta General por parte de la administración es fortalecer la cultura corporativa, orientando a un mayor compromiso por parte de sus departamentos hacia un dinámico y continuo proceso por optimizar sus operaciones en función de la comercialización de los productos, el perfeccionamiento del área técnica y la calidad del servicio otorgado a los clientes. En esencia estos lineamientos implican dos estrategias de crecimiento orgánico:

▪ Penetración de mercado:

Es indispensable fortalecer el servicio personalizado a nuestros clientes en visitas y asistencia técnica en las distintas instalaciones o plantaciones, siendo este un elemento de diferenciación con respecto a la competencia. En relación al servicio técnico se generará una adecuación del área de trabajo incrementando nuestra eficiencia; brindando así un mayor grado de confianza y satisfacción.

▪ Desarrollo de mercados:

Considerando la parcial saturación en el sector florícola es oportuno redireccionar nuestros productos a nuevos nichos de mercado; buscando la consecución de más y mejores clientes que potencien el nivel de ventas, y consoliden una fuerte imagen corporativa. Esto implica una mayor capacitación y estímulos motivacionales en el área de ventas para instaurar un eficaz sistema de atención y seguimiento de nueva clientela.

En lo que respecta al área de cartera y cobranza seguiremos un proceso de selección de calidad, con el cual garantizaremos un positivo mejoramiento en esta gestión; en orden de alcanzar un óptimo y más equilibrado balance de flujo financiero que nos permita mantener una excelente relación comercial con cada uno de nuestros proveedores al cumplir las distintas responsabilidades económicas.

6. Es significativo enfatizar que la empresa vende y suministra equipos, maquinarias, repuestos y accesorios de reconocidas marcas tanto en el mercado nacional como internacional, convirtiéndose, por ende, en una protectora de los derechos que incuben a esas prestigiosas marcas comerciales. Por tanto la empresa observa y cumple las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor.

De los señores Socios,

Clara Inés Pinzón

Atentamente

CLARA INÉS PINZÓN CORTES
GERENTE GENERAL
CAMPOEQUIP CIA. LTDA.

