

PASTIFICIO AMBATO C.A

**INFORME
DE
GERENCIA**

EJERCICIO

2009

AMBATO- ECUADOR

INFORME DE GERENCIA SOBRE LA ACTIVIDAD ECONOMICA DEL AÑO 2009

En cumplimiento a los Estatutos Sociales de la Compañía y lo que dispone la ley de compañías, pongo en consideración de la junta de accionista las actividades económicas desarrolladas en el periodo 2009.

1.- Antecedentes

Como es de conocimiento de todos la crisis Económica mundial toco sus puertas al 2009, afectando una de las Economías mas fuertes del planeta como los Estados Unidos, y por ende afectando las Economía globales por la dependencia y la hegemonía que ejerce su mercado en todo sentido.

Esta crisis mundial afecto en diferentes formas a los países ricos y pobres, en mayor o menor proporción, dependiendo de la situación económica y el grado de desarrollo de cada uno; con referencia al Ecuador podríamos indicar que la crisis nos afecto y en diferentes maneras dependiendo la actividad económica de las empresas, en si el Gobierno no previno una crisis de esta magnitud, controlando sus gastos y mejorando sus reservas como un contingente para los años de vacas flacas, sin embargo las exportaciones de Petróleo han significado un ingreso permanente para el fisco y que le ha permitido continuar con su política económica social.

Con respecto a nuestra empresa dedicada especialmente a la transformación del trigo importado en harina y pastas, debo manifestar que la crisis mundial permitió que los precios del trigo vuelvan a su cauce normal, sin ser presionados por las especulaciones del mercado; la tonelada métrica en los mercados internacionales registraron una caída con respecto del año 2008, manteniéndose el precio del trigo Canadiense relativamente estable, el mismo que fluctuó entre 280 y 290 USD /TM costo y flete; esto permitió a su vez que los productos elaborados en base a esta se mantengan, y en ciertos productos hayan bajado los precios como se pudo observar con respecto de la avena y maíz. Sin embargo pese a la crisis Económica Mundial considero que en relación a Pastificio este año ha sido excelente en términos de rentabilidad y productividad , y que lo analizaremos a continuación.

2.- Aspectos Administrativos

En el periodo 2009 y dentro de las actividades que corresponden a un administrador podemos indicar las más sobresalientes:

- Se procedió al cambio de la imagen corporativa de la empresa, un proceso que será continuo y permanente, se empezó con el logotipo de la compañía que necesitaba un aire fresco y juvenil, esta imagen del cocinero es la insignia de la marca PACA y que ha perdurado desde la creación de la misma, ahora nuestra insignia se encuentra en todos nuestros institutos, desde las hojas membretadas hasta los vehículos de reparto, de tal forma que nuestra imagen sea transmitida en todos los procesos de comercialización y relaciones públicas que la empresa tiene en el ámbito empresarial.

- Se cambió la presentación de todos nuestros productos en el mercado, nuevos empaques, nueva imagen, siendo nuestro slogan la frase **"Que cosa más rica"**, así también nuestra política de mercado se inclinó a la inserción de nuevos productos con la marca PACA, ya que la mayor fortaleza de la empresa es su marca PACA, así tenemos Harina PACA, en presentaciones de 50kg , 10kg , 9kg , 1kg . Avena PACA en presentaciones de 22,5 kg, 500gr, cabe resaltar que en este producto hemos tenido una gran acogida en el mercado.
- Es importante indicar que gracias a las negociaciones que personalmente se han dado con los encargados de compras de los autoservicios estamos en casi todas las cadenas más importantes del país excepto en Mi Comisariato, pese a la buena acogida que nos dio el Sr. Bruno Adum , encargado de compras, pero lamentablemente ellos querían únicamente la pasta prensada para sus locales y no se pudo ingresar. Con respecto al Supermaxi está pendiente esta negociación, aquí no hemos tenido una buena recepción en vista que esta cadena tiene un acuerdo comercial y de maquila con la marca Toscana . En conclusión ha sido difícil ingresar pero gracias a la persistencia se ha logrado este cometido , el reto en el presente año es, ingresar en las cadenas con la gama de productos PACA que ofrecemos en el canal tradicional .
- Se le prestó mucha importancia a nuestra pasta especial de huevo Pasta Gino, un nicho de mercado que deseamos desarrollar con fuerza este año, para lo cual se lanzó una presentación nueva, en la que he puesto toda la atención del caso, desarrollando el diseño, dando atención a los detalles mínimos , situaciones que dieron como resultado una presentación espectacular, que en lo personal fue muy satisfactorio entre todos los diseños que desarrolle para nuestra empresa, este es el que más resalto por ser el producto especial de PACA, **Tallarín de Pasta Gino**.
- Se abrió la plaza de Cuenca y a finales de año se apertura la agencia para poder facturar y atender directamente a los clientes de Paca, esta plaza nunca antes fue atendida por Pastificio, razón por la cual al momento se encuentra en desarrollo, lo más destacable es la presencia de fideos PACA en las cadenas más importantes de Cuenca, con un 39% con respecto de otras marcas .
- Nuestra fuerza de ventas se expandió a todo lo largo del callejón interandino donde nuestro producto tiene gran acogida, excepto la región Costa y Oriente que no podemos ingresar por no tener el producto adecuado para su comercialización que es la pasta prensada, y que al momento lamentablemente Pastificio no produce , sin embargo nuestro contingente se ha convertido en una real fuerza de ventas , que nos da la oportunidad de ingresar otros producto con la marca PACA y que habría que desarrollarla. Cabe resaltar que cuando me hice cargo de esta Empresa, el departamento de ventas contaba con cuatro vendedores hoy sobrepasan los 20 vendedores, los mismos que los he contratado dando mucha atención a la trayectoria y experiencia, sin contar con las impulsadoras que nos ayudan en la rotación y percheo de nuestros productos .
- El interés y la preocupación desde que asumí la responsabilidad de la gerencia ha sido el constante mejoramiento de los procesos productivos al cual he dado mi mayor

- empeño , modernizando las líneas de producción con maquinaria nueva y sofisticada de las mejores marcas esto ha permitido duplicar la producción, mejorar los rendimientos y la productividad, dando como resultado que Pastificio se convierta en una empresa muy competitiva. Lamentablemente no se pudo cristalizar este año la compra de la línea de pasta prensada que mucha falta le hace a la empresa y que considero que es un factor de supervivencia adquirir esta línea para hacer frente a la competencia e ingresar en otros mercados en los cuales no tenemos presencia.
- De igual forma se concreto la compra de la envasadora a la firma Ricciarlly con lo que hemos sustituido las envasadoras que cumplieron su vida útil , esta inversión era tan necesaria para la empresa ya que teníamos mucho problemas con el sellado de las fundas , lo que nos ocasionaba problemas en devoluciones por este concepto , adicionalmente es preciso recalcar que la empresa también creció en las ventas de enfundado al cual he prestado mucha importancia por la presencia de marca en este segmento, el cual en relación al granel tenemos un 40% de ventas de enfundado versus el 60 % de granel , esto significa un crecimiento del 100 % , ya que Pastificio no alcanzaba ni el 20% de sus ventas en presentaciones de 400 gr y 2000 gr; actualmente se comercializa 300gr , 400gr , 1000gr ,1500gr y 2000gr respectivamente .
 - De igual manera se aprovecho de los fondos que otorgo el Gobierno al Corfopym para la automatización de las plantas industriales en el país, en el caso de Pastificio se procedió a automatizar los túneles de secado en los cuales se implemento un sistema de control PLC , con el cual en una pantalla digital se puede manipular los tiempos de secado, verificar y controlar temperaturas y humedad de los túneles e incluso si se desea controlar los mismos desde un terminal alimentando los datos que se desee.
 - En el mes de Octubre /2009 se inicio un proceso de cambio del sistema informático de la Compañía para lo cual se contrato una empresa que desarrolle un software que se ajuste al tiempo y las necesidades de la Empresa, ya que el sistema que se venía manejando sucumbió ante los cambios y el crecimiento que ha experimentado PACA en los tres últimos años.
 - Así también se impulsó algunos talleres dirigidos al personal que labora en Pastificio con el fin de instruir y mejorar el conocimiento del mismo , entre los cursos que se dicto ; Ventas con PNL , Trabajo en Equipo , Inventarios y manejo de bodegas , Seguridad Industrial , Motivación con PNL, talleres que se dictaron a través del Consejo Nacional de Capacitación.
 - Con respecto a la marca PACA nos encontramos en un proceso de registro de la marca PACA en España , y un posible litigio en Estados Unidos con la firma Family Food , quien registro nuestra marca en ese país , como es de su conocimiento Pastificio Ambato actualmente exporta a España , a través de un representante en Europa , a su vez exportamos a la comunidad Latina de Nueva York, lamentablemente bajo otra marca que es Triunfo Food , es importante para nuestra empresa mantener estos mercados y que nuestra marca siga teniendo presencia y recordación de marca en las nuevas generaciones de padres Latinos.

2.1 MATERIA PRIMA

Con respecto a la materia prima se ha realizado compras a los diferentes proveedores según lo indica el cuadro adjunto indicando que los seis últimos meses se consolido la compra a la empresa ECUAGRAN, las mismas que las conforman un grupo de molineros afines realizando compras cada sesenta días; esto ha servido para manejar un menor inventario en trigo y por ende un menor costo financiero por este rubro.

PROVEEDOR	KILOS	USD.	COSTO X KG.
TRIGO NACIONAL	41,940	16,334.67	0.39
SEABOAR	5,275,758	1,810,074.80	0.34
ECUAGRAN	4,800,000	1,640,231.34	0.34
ATLAS TRADING SHIPPING DEL EC.	130,000	53,487.20	0.41
MODERNA ALIMENTOS S.A.	1,001,751	421,773.10	0.42
TOTAL COMPRAS EN EL AÑO 2009	11,249,449	3,941,901.11	0.35

2.2 PRODUCCION

2.2.1 MOLINO

Con respecto a este tema debo manifestar que los índices han mejorado notablemente con respecto de años anteriores , es de conocimiento general que a mayor producción menores costos y eso es básicamente lo que hemos logrado en Pastificio , pues se procesaron 10.784.623,25 Kilos de trigo versus los 7.173.698 kilos del 2008 , esto implica un aumento de la producción del 50,34% más respecto del periodo anterior, de los cuales se extrajeron 8.247.422 kg de harina con una extracción de 76.47%, relativamente bajo con los parámetros internacionales, son resultado de la necesidad de invertir en maquinaria, modernizando y aumentando la capacidad para llegar a las 100 ton/24 hr., de molienda y que considero como una prioridad este año que transcurre; se extrajeron 1.710.225 kilos de afrecho y 680.130 de semita .

COSTOS PLANTA MOLINO

COMPONENTE	Unid.	Kilos	Valor	C/u kl.	Valor	%
MATERIA PRIMA UTILIZADA	215,692	10,784,623	4,008,417	0.37	4,008,417	91.25%
MANO OBRA DIRECTA				0.01	86,493	1.97%
MANO DE OBRA INDIRECTA					16,067	0.37%
COSTOS INDIRECTOS PROD.					281,940	6.42%
MERMA POR PRODUCCION		2,532,081		-0.08		
TOTAL PRODUCCION NETA		8,247,422		0.46	4,392,917	100%

COSTO PLANTA MOLINO POR PRODUCTO

PRODUCTO	KG	VALOR	C/U KILO	C/U BULTO.
HARINA	8,247,422	3,765,116.66	0.46	22.83
AFRECHO	1,710,225	417,055.88	0.24	10.97
INTEGRAL	680,130	210,609.30	0.31	13.93
TAMO	2,025	135.06	0.07	3.00
REENVASADO				
COSTO PROD. X PRODUCTO	9,957,647	4,392,916.90		

2.2.2 PLANTA PASTIFICIO

De los 8.247.422 kg de harina se procesaron 6.764.150kg para la elaboración de pasta laminada dándonos un promedio de 563.679,16 kg por mes de harina entolvada para su conversión, sin considerar los 15 días de mantenimiento que se dio al fin de año más las paralizaciones por montaje de los equipo nuevos y averías casuales.

	UNIDADES	KILOS	USD	C/KILO	USD	C/KL
= TOTAL HARINA ENTOLVADA	135,283.00	6,764,150.00	3,169,880.45	0.48		
+ <u>COSTOS DE PRODUCCION</u>						
MANO DE OBRA DIRECTA					249,476.11	0.04
MANO DE OBRA INDIRECTA					198,035.52	
COSTOS INDIRECTOS PROD.					951,742.15	
- MERMA POR PRODUCCION		178,471.97	2.64%			
= TOTAL PRODUCCION		6,585,678			1,399,253.78	0.21

3.-Análisis de Resultados

3.1 INGRESOS

Los Ingresos están dados por el total de ventas registradas en este periodo las cuales alcanzan la cifra de USD \$ 8.122.171 superior en USD \$ 1.515.693 con respecto del año anterior es decir nuestro crecimiento ha sido del orden del 23% cifras que sobrepasa toda expectativa.

TOTAL DE VENTAS	2008	2009	%
FIDEO	5,990,693.39	6,454,824.03	7.75
HARINA	63,373.85	920,693.57	1,352.80
SUBPRODUCTO	432,340.71	630,723.39	45.88
MERCADERIAS	261,371.06	436,245.19	66.91
OTROS	2,106.37	50,696.62	2,306.80
VTAS. BRUTAS	6,749,885.38	8,493,182.80	25.82
DESCUENTOS Y DEV.	143,407.07	371,011.79	158.71
VENTAS NETAS	6,606,478.31	8,122,171.01	22.94

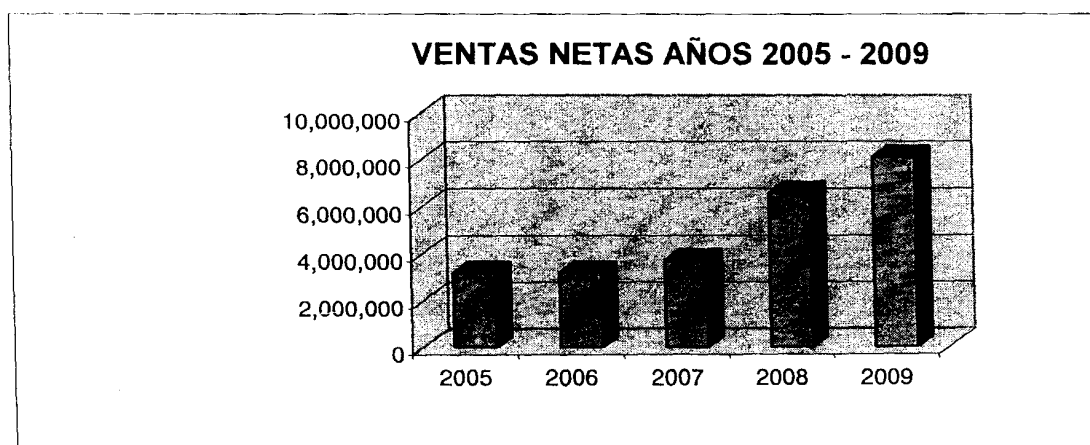
La Utilidad bruta en Ventas alcanza la cifra de USD \$ 2.025.799,00 que representa un 25% respecto de las ventas totales.

- Comportamiento de ventas durante los últimos 5 años

Para información de los señores accionistas, a continuación se muestra el comportamiento de las ventas desde el año 2005 hasta la fecha, donde claramente notamos el incremento considerable de las mismas.

Cabe indicar que tomé la Gerencia de la Empresa a partir de Octubre del año 2006, y como se puede observar a partir de ese año se aprecia un incremento de las ventas, llegando al 154.11% de crecimiento con respecto a las ventas del 2005, cumpliendo con los objetivos trazados al tomar ésta administración.

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009
FIDEO	2,676,260.32	2,695,741.24	3,058,673.93	5,990,693.39	6,454,824.03
HARINA	173,029.78	50,831.48	135,916.65	63,373.85	920,693.57
AFRECHO	192,598.52	249,324.73	270,215.75	432,340.71	630,723.39
MERCADERIAS	159,103.55	230,438.85	292,527.39	261,371.06	436,245.19
OTROS	1,261.43	539.50	1,017.10	2,106.37	50,896.62
TOTAL VENTAS BRUTAS	3,202,253.60	3,226,875.80	3,758,350.82	6,749,885.38	8,493,182.80
DESCUENTOS	1,514.72	1,455.14	3,509.47	50,863.13	157,406.79
DEVOLUCIONES	4,469.12	7,450.51	18,603.57	92,543.94	213,605.00
VENTAS NETAS	3,196,269.76	3,217,970.15	3,736,237.78	6,606,478.31	8,122,171.01
INCREMENTO PORCEN.		0.68	16.89	106.69	154.11



3.2 EGRESOS

Los Egresos están dados por todos los gastos incurridos tales como costos de producción, gastos de administración, gastos de venta, gastos generales y gastos financieros.

El costo de venta alcanza la suma de USD \$ 6.096.371.84 siendo el rubro más significativo la materia prima por 4.008.416 que representa un 66% del costo total.

Los Gastos Administrativos ascienden a la suma de USD \$ 378.278,42 que representan el 4.65% del total de los ingresos, y que han decrecido con respecto del periodo anterior que fueron del 4.93% con respecto de los ingresos del 2008.

GASTOS DE ADMINISTRACION

CUENTA	TOTAL 2008	TOTAL 2009	%
SUELDOS ADMINISTRACION	121,930.76	109,752.93	-9.99%
BENEFICIOS SOCIALES	48,438.65	59,283.07	22.39%
OTROS GASTOS EN EL PERSONAL	6333.21	17,096.13	169.94%
GASTOS DE VIAJE	2,294.41	9,911.95	332.00%
MANTENIMIENTO DE OFICINA	829.07	1,736.86	109.49%
SEVICIOS BASICOS	7,721.03	11,195.60	45.00%
DEPRECIACIONES	12,860.41	15,587.81	21.21%
HONORARIOS PROFESIONALES	56,714.18	58,992.09	4.02%
SUMINISTROS Y MATERIALES	11,899.50	21,431.19	80.10%
TASAS Y CONTRIBUCIONES	4,914.59	5,606.86	14.09%
SERVICIOS DE VIGILANCIA	2,126.88	26,768.75	1158.59%
MANTENIMIENTO EQUIPO DE OFICINA	4,308.63	3,794.37	-11.94%
ANUNCIOS	3,150.56	1,943.76	-38.30%
GASTOS NO DEDUCIBLES	29,482.15	17,319.52	-41.25%
OTROS GASTOS DE ADMINISTRACION	13,085.56	17,857.53	36.47%
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	326,089.59	378,278.42	16.00%

Los Gastos de Venta ascienden a la suma de USD \$ 724.642,82 que representan el 8.92% del total de los Ingresos, este rubro se ha incrementado notoriamente con respecto a los gastos del 2008 que representaron el 4,69% de las ventas de ese período , y su aumento se da por el incremento en las ventas .

GASTOS DE VENTAS

CUENTA	TOTAL 2008	TOTAL 2009	%
SUELDOS	38,777.33	136,113.20	251.01%
BENEFICIOS SOCIALES	24,300.93	128,270.06	427.84%
COMISIONES EN VENTAS	68179.94	69,824.25	2.41%
OTROS GASTOS EN EL PERSONAL	13,618.01	38,281.31	181.11%
GASTOS DE EXPORTACION	905.35	13,133.82	1350.69%
MANT. DPTO DE VENTAS	250.10	4,755.02	1801.25%
IMPUESTOS TASAS Y CONTRIBUCIONES	10,416.77	13,968.86	34.10%
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	46,165.48	76,484.24	65.67%
POLIZAS DE SEGUROS	4,218.61	10,222.39	142.32%
COMBUSTIBLE VEHICULOS	23,003.42	34,306.77	49.14%
MANT. Y REPARAC. VEHICULOS	27,772.91	68,849.51	147.90%
ESTIBAJE	17,601.27	6,534.57	-62.87%
DEPRECIACIONES	14,655.28	35,734.62	143.83%
TRABAJOS OCACIONALES	9,864.36	39,499.48	300.43%
GASTOS ARRIENDO	3,057.60	14,927.90	388.22%
CUENTAS INCOBRABLES	5,622.25	8,704.22	54.82%
SERVICIOS BASICOS	512.63	1,678.43	227.42%
FLETES		14,025.17	
OTROS GASTOS DE VENTAS	1,161.12	9,329.00	703.45%
TOTAL GASTOS DE VENTAS	310083.36	724642.82	133.69%

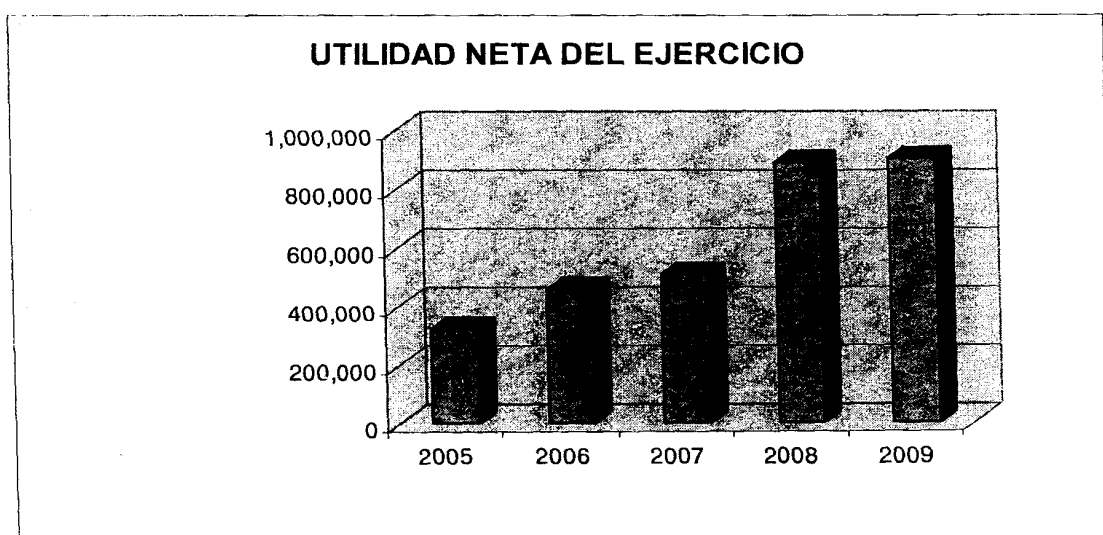
Los Gastos Financieros ascienden a USD \$ 59.569.89 y que representan el 0.73% del total de ventas, más otros ingresos.

Obtenemos como Resultado del ejercicio la suma de USD \$ 909.232,24 y que representa el 11.19% sobre el total de las ventas de este periodo, que en el sistema monetario que rige en nuestro país esta rentabilidad es muy satisfactoria como índice de rentabilidad sobre el negocio.

3.3 UTILIDADES

Ante el incremento de las ventas, el volumen de utilidades ha ido creciendo en la misma magnitud, llegando al 177.08% de aumento con respecto al año 2005, como se demuestra en los cuadros siguientes:

Concepto	2005	2006	2007	2008	2009
UTILIDAD	328,143.42	459,029.83	511,641.63	893,699.74	909,232.04
INCREMENTO PORCENTUAL		39.89	55.92	172.35	177.08



4.- Análisis Financiero

En cuanto se refiere al análisis financiero de la compañía y que es responsabilidad de los administradores el manejo de los activos y pasivos de la misma, según lo dispone la ley de compañías tenemos lo siguiente:

4.1 ACTIVOS

- El activo Total asciende a USD 4.712.823.35 representa un crecimiento económico de USD 907.466 que significa un 23.85% de incremento respecto de los Activos Totales que tenía la compañía en el 2008, siendo el Activo fijo el de mayor crecimiento con USD 495.884 con respecto del periodo anterior y que se debe básicamente a la adquisición de nueva maquinaria para la planta de producción de pasta laminada, seguida del Activo Corriente con una variación de USD \$ 276.597 respecto del 2008 siendo la cuentas por cobrar la más influyente.
- El Activo disponible conformado por caja bancos también se incremento en el orden del 70% pasando de 166.834,61 en el 2008 a 282.993,02 al cierre del 2009.
- El Activo Exigible con \$ 1003.695,2 registra un incremento del 45.59% respecto del año anterior siendo el rubro más significativo la Cuenta Clientes por Cobrar con \$ 873.897,51 y que como habíamos indicado se ha aumentado por el incremento en ventas; le sigue la cuenta deudores varios con \$ 149.547,69 entre las cuales se encuentran cheques posfechados por \$72.905,04
- Inventarios ascienden a la suma de \$ 1.360.403,50 con un decrecimiento del orden del 9,75% con respecto de los inventarios del 2008 , y se debe a un menor inventario en materia prima como en material de embalaje, considerando que hemos sido más eficientes en las compras especialmente de materia prima, con el ingreso de Ecuagran como proveedor de trigo.
- Los Otros Activos ascienden a \$ 279.965,83 representan el 5,94% del total de los activos, las cuentas más importantes que la componen son: los anticipos para la compra de un Trabato a la firma PAVAN por \$ 80.532 , Anticipo al impuesto a la renta por \$ 63.541 y retenciones en la fuente por \$ 50.834,36 entre las más significativas.

	2008	2009	%
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE	2,380,266.63	2,656,863.73	11.62
ACTIVO FIJO	1,277,971.24	1,773,855.79	38.80
OTROS ACTIVOS	147,119.35	282,103.83	91.75
TOTAL ACTIVOS	3,805,357.22	4,712,823.35	23.85

4.2 PASIVOS

El Pasivo Total asciende a \$ 1.001,591.35 registra un incremento del 91,44% con respecto del pasivo del 2008; y significa el 21.25% del total de los activos, es decir que por cada dólar de la compañía, 0.21 centavos corresponde a la cuenta acreedores.

El Pasivo está conformado por:

- El Pasivo Corriente comprende Préstamo a socios \$ 725.000 , Proveedores \$ 79.046 , Provisiones \$57.686,81 , Acreedores varios \$ 54.704,20 , Retenciones del IVA y en la fuente \$ 10.718,4 y Aportes al IESS \$ 15.449,02
- El Pasivo a Largo Plazo con \$ 58.986,70 por Reserva Jubilación Patronal.

	2008	2009	%
PASIVOS			
PASIVOS CORRIENTES	379,053.44	942,604.65	148.67
PASIVOS A LARGO PLAZO	144,145.20	58,986.70	(59.08)
TOTAL PASIVOS	523,198.64	1,001,591.35	91.44

4.3 PATRIMONIO

EL Patrimonio asciende a USD \$ 3.711.232,00 y está conformado por las siguientes cuentas, capital social USD \$2.800.000,00 el cual se incremento con relación al capital social 2008 en USD \$ 415.000 haciendo uso de reinversión por utilidades no distribuidas \$ 316.278,60 , reserva legal USD \$ 54.934,50, capital por pagar con utilidades presente año USD \$ 43.786,90 . Superávit de capital USD \$ 1.999,75 y Utilidades ejercicio USD \$ 909.232,24.

	2008	2009	%
PATRIMONIO			
CAPITAL SOCIAL	2,385,000.00	2,800,000.00	17.40
RESERVA LEGAL ANTERIOR	1,459.10	-	
SUPERAVIT DE CAPITAL	1,999.74	1,999.75	
UTILIDAD DEL EJERCICIO 2008	-	0.01	
UTILIDAD DE LOS EJERCICIOS	893,699.74	909,232.24	1.74
TOTAL PATRIMONIO	3,282,158.58	3,711,232.00	13.07

4.4 INDICES FINANCIEROS

INDICADOR	FORMULA	CALCULO	INDICE
Razón de liquidez	Activo corriente	2,656,863.73	2.82
	Pasivo corriente	942,604.65	
Prueba ácida	A.C. -(Inv.+G.Antic.+Otros)	1,014,355.98	1.08
	Pasivo corriente	942,604.65	
Capital de trabajo	Activo corriente - Pasivo corriente	2.656,863 -942,604	1,714,259
Rotación de inventarios	Ventas	8,122,171.01	5.97
	Inventarios	1,360,403.92	
Endeudamiento	Pasivo total	1,001,591.35	0.21
	Activo total	4,712,823.35	
Margen neto en Ventas	Utilidad neta	909,232.24	11.19%
	Ventas	8,122,171.01	
Rentabilidad del patrimonio	Utilidad neta	909,232.24	24.50%
	Patrimonio	3,711,232.00	

- **Razón de liquidez:** El índice de 2.82 nos demuestra que la Empresa puede cumplir sus compromisos a corto plazo sin dificultad.
- **Prueba Ácida:** El índice de 1.08 nos demuestra que la Empresa puede cumplir sus obligaciones corrientes sin dificultad, sin tener que recurrir a fondos de inventarios y de otros activos.
- **Capital de trabajo:** Demuestra la liquidez que tiene la empresa, corroborando los índices anteriores.
- **Rotación de Inventarios:** El índice de 5.97 demuestra un adecuado manejo de stock mínimos y máximos
- **Endeudamiento:** El índice de 0.21, nos demuestra la propiedad de acreedores sobre el total de los activos de la Empresa.
- **Margen neto en ventas:** El indicador de 11.19%, demuestra la eficiente administración en el campo de la comercialización a un menor costo.
- **Rentabilidad del Patrimonio:** El indicador de 24.50%, demuestra el acertado manejo financiero de la administración, al comparar con las tasas activas del mercado.

5.- PRESUPUESTO 2010

PASTIFICIO AMBATO S.A. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS 2010			
	Año 2009	Presupuesto 2010	Variación
VENTAS			
Fideo	6,128,170.07	6,582,880.29	
Harina	890,582.71	947,580.00	
Subproducto	630,723.39	673,612.58	
Otros	472,694.64	504,483.00	
TOTAL VENTAS	8,122,170.81	8,708,555.87	7.22
EGRESOS			
Costo de ventas fideo	4,317,138.89	4,536,164.64	5.07
Costo de ventas harina	1,332,405.32	1,409,684.83	5.80
Costo venta otros productos	446,827.63	471,403.15	5.50
TOTAL COSTOS	6,096,371.84	6,417,252.62	5.26
GASTOS DE OPERACIÓN			
Gastos Administrativos	378,278.42	400,407.71	5.85
Gastos de ventas	724,642.82	814,932.96	12.46
Gastos generales	19,979.80	21,098.67	5.60
Gastos financieros	59,569.89	65,246.90	9.53
(+ -) Movimiento financiero	65,904.00	69,594.62	5.60
TOTAL GASTOS	1,116,566.93	1,232,091.61	10.35
UTILIDAD DEL EJERCICIO	909,232.04	1,059,211.64	16.50

Para el cálculo del presupuesto del año 2010, se han tomado en cuenta dos aspectos:

- 1.- La competencia que se presentará en el presente año, ante la reactivación de Grupo Moderna, la misma que entrará al mercado con fuerza, lo cual estará demostrado por su calidad y precio. Esta situación nos obliga a incrementar nuestros gastos de Ventas, en los rubros de propaganda y publicidad, para captar mayor volumen de ventas.
- 2.- Esta Gerencia considera que con la finalidad de obtener unos resultados acordes al crecimiento moderado del presupuesto presentado, sugiere monitorear constantemente sus costos y gastos con el objeto de no perder competitividad frente a las industrias que tienen un nivel de tecnología superior a Pastificio, y que se presentan como una amenaza muy seria.

Las cifras arriba presentadas, considero que son conservadoras, dadas las condiciones actuales del mercado, metas que considero alcanzables para el presente año, 2010.

6.- RECOMENDACIONES

Mirando la Situación del mercado actual y ante las amenazas de la competencia, más aun considerando el ingreso de un nuevo actor en el mercado de pastas con Moderna Alimentos, mi recomendación sería seguir invirtiendo en la modernización de las plantas de producción molino y Pastificio, para lo cual sugiero se reparta el 50% de los beneficios a favor de los accionistas según lo determina el art. 297 de La ley de Compañías, esto permitiría invertir en :

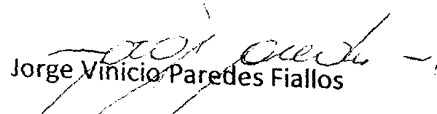
- 1- La ampliación de la capacidad de molienda a 100 t/24h del molino , según el proyecto de ampliación del mismo, ofertado por la firma Spomax Engineering Sa, la compra de la maquinaria asciende a 310.986 Euros CIF Guayaquil , que incluye sección limpieza , sección molienda , dirección técnica y montaje .
- 2- Esto permitiría incrementar las ventas de harina que han venido creciendo paulatinamente, solo en este rubro Pastificio facturó \$ 1.551.416,9 entre harina y subproductos, no se logró aumentar estas ventas por que la molienda llegó a su máxima capacidad con una excelente aceptación de nuestra harina en el mercado. Con esta molienda de 100t/24h y trabajando únicamente 22 días , con una extracción del 78% obtendríamos una producción de 1.716.000 kilos de harina , de los cuales 700.000 kilos se destinaría a Pastificio y lo restante 1.000.000 kilos se comercializaría en harinas panaderas y multiuso , esto a un promedio de venta de 29 \$ el saco de 50 kilos permitiría facturar a Pastificio la suma de \$ 580.000 mensuales por este concepto, que en el año representaría \$ 6.000.000 adicionales al presupuesto de ventas, logrando sobrepasar los \$ 12.000.000 de ventas anuales .
- 3- Es de vital importancia para la subsistencia de Pastificio, invertir en la línea de fideos prensados, a fin de contar con producción que permita ingresar a mercados de la Costa y del Oriente y competir con empresas que si están en capacidad de ofrecer este producto.
- 4- Con los recursos provenientes de la reinversión del 50% de las utilidades del presente ejercicio a capitalizarse en el 2010, a más del ahorro del 15-25% de impuesto a la renta, permitiría a la empresa realizar estas inversiones tan necesarias, sin afectar la liquidez para su desenvolvimiento económico.
- 5- Con la aprobación de la junta general de accionistas para la venta de la propiedad de Pastificio ubicada en la Ave. los Guaytambos y que corresponden a 832 mt a razón de \$ 380 el metro que ofreció pagar el Banco del Pichincha, obtendríamos la suma de \$316.000 aproximadamente tal vez un poco menos con el valor al impuesto del usufructo y que corresponde pagar al vendedor; estos recursos a mi criterio y que motivaron ofertar el terreno por considerarlo improductivo, servirían para concretar la compra del túnel de secado para la línea de pasta prensada de la cual el pre secador esta pagado y por entregar .

Para concluir con mi informe hago extensible un agradecimiento a todo el personal que conforma la empresa, aquellos que han dado sus mejores momentos y que aún laboran en esta empresa, al área de mecánica y mantenimiento que bajo mi dirección han transformado a Pastificio, sacándole del letargo en que se encontraba, a pesar de toda la resistencia y oposición internas que he recibido, sin embargo nos llena de mucho orgullo a todos quienes hemos vivido y palpado este cambio. A todo el personal que se ha conformado para la nueva

fuerza de ventas de Ambato, Quito, Cuenca y Guayaquil, quienes han sabido llevar a cabo las políticas de venta encaminadas a lograr estos resultados a la vista de todos, sin más palabras no me queda decir más que gracias , por la confianza dispensada .

Ambato, marzo de 2010

Atentamente,



Jorge Vinicio Paredes Fiallos

GÉRENTE GENERAL