

Ibarra, 15 de Marzo de 2011

Señores Socios:

Dando cumplimiento a lo que dispone la Ley de Compañías y los Estatutos de la Compañía pongo a consideración de ustedes, el presente informe correspondiente al ejercicio económico 2010.

1.- CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

1.1.- Con la colaboración de los principales proveedores de mercadería se logró financiar la compra de un vehículo Chevrolet Spark para sortear por el Décimo Aniversario de labores de la Compañía, entre los clientes que participaron en el plan de compras. El sorteo se llevó a cabo el sábado 18 de septiembre del año 2010, con la presencia de los señores gerentes de la Compañía, el Notario Público Segundo del Cantón Ibarra y los clientes e invitados que asistieron al evento. El mencionado Notario mediante Acta de la misma fecha del sorteo, da fe de la seriedad de lo actuado, firmando conjuntamente con los señores gerentes antes mencionados.

1.2.- Entre los objetivos para el año 2010, se consideró que la supervisión al personal de ventas, debe ser una actividad permanente a fin de alcanzar metas tanto en volúmenes de ventas como en la recuperación de cartera.

De la Evaluación del Flujo de Caja Proyectado para el Año 2010, se obtienen cifras globales reales de ingresos que superaron a las estimadas con el 21.59 %, valor que permitió cumplir con el pago a proveedores con holgura e inclusive satisfacer con el 13.11 % más de lo previsto.

2.- ANALISIS COMPARATIVO DE LA SITUACION FINANCIERA DE LA COMPAÑIA AL 31 DE DICIEMBRE

AÑOS: 2009 Y 2010

2.1.- La SOLVENCIA al 31 de diciembre de los años 2009 y 2010, fue de USD 1.63 y 3.69 respectivamente. Las disponibilidades a fines de cada uno de los años nos demuestran que la recuperación de cartera fue mucho mejor en el año 2010 concluyendo que por cada dólar de deuda, la Compañía disponía de casi cuatro dólares, situación que en ningún año de la década pasada se obtuvo.



2.2.- Considerando únicamente los valores en bancos es suficiente para cubrir toda la porción corriente y a largo plazo con nuestro acreedor bancario que totaliza USD 315,693.16. Esta situación ha permitido que seamos considerados por la Institución acreedora como un excelente cliente.

2.3.- Las VENTAS NETAS en el año 2010 se incrementaron en USD 1,054,412.56 con respecto al año 2009, lo que representa el 14.40%. Ventas Netas que se elevaron, principalmente en la ciudad de Tulcán en base a promociones o rebaja de precios, a fin de contrarrestar las ventas en frontera por otros distribuidores, particularmente con los productos de la marca FAMILIA, que ofrecen a menor precio, sin lograr un beneficio mínimo por cuanto lo único que les interesa es completar el presupuesto de compras que el proveedor o fabricante establece a cada distribuidor.

El incremento de ventas que se explica en el párrafo anterior, contribuyó a reducir el Costo de lo Vendido de un año a otro. En el año 2009 representó el 15.20% del total de ventas y en el 2010 fue de 14.55%. Así mismo, las ventas en frontera contribuyeron a la liquidez que se menciona el numeral 2.1 y fundamentalmente, contribuyó a absorber el Costo Fijo en un valor que es importante que se refleja en la Clasificación del Gasto Comparado (USD 109,778.96) entre los años 2010 y 2009. (ver Anexo)

2.4.- Los GASTOS OPERACIONALES, en el año 2010 se elevaron en USD 163,103.91, lo cual representa un incremento porcentual del 17.63. Los rubros que más incidieron fueron los de Personal y Generales que equivalen el 94.23% del incremento en los Gastos Operacionales. Los Gastos de Ventas que ascienden a USD 114,036.67 estuvieron orientados a mejorar las ventas de los items nuevos, cuyos resultados se espera ver en el año 2011.

2.5.- Con el REBATE de Familia S.A. que asciende a USD 21,820.67 la Utilidad del Ejercicio 2010, debió ser de USD 80,580.76. Al no ingresar en diciembre pasado, este valor está contabilizado en el mes que ingresó: enero del 2011.

2.6.- El PATRIMONIO, al 31 de diciembre de 2010, representa el 12.15% del Pasivo de la Compañía y las utilidades netas del ejercicio económico 2010 representan el 30.32% del Capital Social, lo cual por la explicación del párrafo anterior se disminuyen pero dicho rebato apoya al ejercicio económico 2011, que en los tres primeros meses de todos los años son relativamente bajos.

3.- OBJETIVOS PARA EL AÑO 2011

3.1.- El principal objetivo para el año 2011 será perfeccionar el plan propuestos en el año 2010, para lo cual se necesita capacitar personal con visión de cambio. El éxito está en encontrar las personas que asimilen el camino a recorrer para lograr el objetivo propuesto.

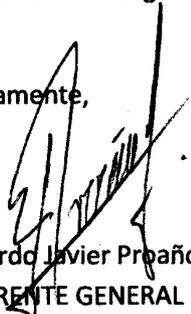
Está comprobado que toda organización necesita el cambio, la selección y orientación de la fuerza de ventas es fundamental, por lo tanto, no habrá progreso sin innovaciones y para esto vamos a investigar y receptor nuevas técnicas que den resultados positivos.

Sí en el año 2011 vamos a poner en práctica un modelo ya probado en otras plazas o regiones, puedo ser optimista que vamos a tener éxito puliendo o perfeccionando la fuerza de ventas. Así mismo, pienso que debemos comenzar a estudiar un plan de ventas que ya lo hemos pensado, faltando someter a prueba la validez del modelo y concretar en sectores que pueden servir de ejemplo y conseguir buenos resultados aplicando correctivos con oportunidad.

4.- RECONOCIMIENTO

El año 2010 fue un año difícil en el cual se puso a prueba la capacidad de gerentes y mandos medios, estoy seguro que se hizo lo que se debió hacer, los resultados financieros no son los que debieron ser con la tenacidad impuesta para contrarrestar a la competencia con nuestros mismos productos. Agradezco principalmente al señor Gerente de Ventas que en todas estas instancias me ayudó a conseguir lo que más convenía a los intereses de la Compañía.

Atentamente,


Bernardo Javier Proaño Yáñez
GERENTE GENERAL

