

A L C A L I S A S.A.

INFORME DE GERENCIA

A los señores accionistas:

Pongo a consideración de ustedes el informe de gerencia para el período comprendido entre el primero de enero y treinta y uno de diciembre del año 2010.

SITUACIÓN MACROECONÓMICA

El país avanza a un paso más seguro, con buenas perspectivas por la estabilidad económica generada por la estabilidad política, buenos precios con buen volumen de petróleo controlado en su mayoría por el Estado, altos precios para las materias primas y productos primarios que nos favorecen y un sector exportador que se fortalece en mercados diversificados.

En lo interno, todavía no se logra garantizar una seguridad jurídica que necesitan las inversiones privadas, y es frecuente la aprobación de normas que no sugieren una política de apoyo a las inversiones y más bien se han hecho muy frecuentes las reformas tributarias que gravan más a la producción y por ende al consumidor local.

El sector comercial es bastante competido e inclusive todavía hay una fuerte presencia de comercio informal que perjudica al sector formal con su competencia desleal.

El desempleo se reduce paulatinamente y la inversión pública crece a paso acelerado dinamizando la economía y elevando la capacidad adquisitiva del consumidor, que a veces genera demanda mayor para productos importados como en el caso de vehículos, vestuario, alimentos, etc.

EL SECTOR COMERCIAL

Nuestro sector se ha dinamizado y la competencia también crece cada día, exigiendo mayor eficiencia de los actores, con reducidos márgenes de utilidad y mayor crecimiento para aplacar el incremento de los costos fijos.

Es notable el incremento del sector de autoservicios, cuyas normas son rígidas e imponen márgenes más amplios en su beneficio, sin elevar el precio de venta al público, es decir con mayor sacrificio para los distribuidores como nosotros.

La política de protección del Gobierno Nacional a los productos ecuatorianos debe rendir sus frutos en forma lenta pero segura, y esperamos ver una mayor preferencia del consumidor para los productos nacionales.

RESULTADOS

Las ventas de productos terminados crecieron 18,22%. Paulatinamente se siente una recuperación del poder adquisitivo del consumidor, luego del precedente período de desaceleración económica, como consecuencia de la crisis mundial del año 2008. La

demanda local crece a medida que el consumidor confía más en los productos que le ofrecen garantías como en nuestro caso.

El monto de ventas de productos terminados ascendió a \$1.371.954,15 comparado a \$1.160.540,06 en el ejercicio anterior.

Los costos de los productos terminados vendidos en este período ascendieron a \$1.145.121,82 (83.47%), comparado a \$1.002.063,04 (86.34%) para el año anterior, lo cual denota una mayor eficiencia. Esto determina un margen bruto de comercialización del 16.53%, comparado a 13.66% para el anterior período.

Los "gastos de administración" fueron en comparación al ejercicio anterior:

2.009 \$74.958.00 - 6.19% de las ventas

2.010 \$73.086.11 - 5.33% de las ventas

Lo cual denota una mayor eficiencia administrativa.

Los "gastos de venta" fueron en comparación al ejercicio anterior:

2.009 \$51.119.96 - 4.40% de las ventas

2.010 \$120.334.74 - 8.77% de las ventas

Este incremento obedece a la contratación de personal en el área de mercadeo, en busca de abrir nuevas plazas con un buen potencial para los productos que distribuimos. Considerando el éxito en otras plazas abiertas con este tipo de inversiones. Los resultados deberán verse en los siguientes ejercicios.

Los "gastos generales" fueron en comparación al ejercicio anterior:

2.009 \$24.884,89 - 2.14% de las ventas

2.010 \$38.120.34 - 2.78% de las ventas

Lo cual es aceptable por mantener el mismo rango de costo sobre ventas.

Los "resultados del ejercicio" fueron en comparación al ejercicio anterior:

2.009 \$22.810.42 - 1.94% de las ventas

2.010 \$21608.00 - 1.54% de las ventas

Lo cual es aceptable por mantener el mismo rango de rentabilidad.

ACTIVO

El total de activos asciende a \$924.488.99 de los cuales el 46.75% se encuentra en exigible - cuentas por cobrar a clientes a corto plazo; el 27,08% en otras cuentas exigibles por cobrar; el 18,07% en documentos por cobrar; el 3.03% en inventarios; y el 0,19% en activos fijos.

Evidentemente la concentración de los activos está en cuentas por cobrar de clientes, observándose un nivel muy bajo de inventarios que denota la venta de casi todo el inventario al cierre del año. También se observa que la empresa no ha debido invertir en otro tipo de activos como fijos depreciables ni no depreciables.

Sin embargo, la necesidad de atender el crecimiento en ventas ejerce presión sobre la liquidez, que debe resolverse a través de negociación de cartera en el sistema bancario y así garantizar el flujo creciente de productos para la venta.

PASIVOS

El total del pasivo alcanza \$ 877.074.65 que representa el 94,87% de los activos totales. Sin embargo, los valores exigibles del activo suman \$894.690,99 es decir son 2.01% superiores a las obligaciones exigibles a corto plazo.

Los pasivos se dividen en cuentas por pagar por \$791.031.27 que representa el 85,56% del pasivo y patrimonio; documentos por pagar \$86.043.38 que es el 9,31% del pasivo y patrimonio. El patrimonio asciende a \$25.806.34 que representa el 2,79% de pasivo y patrimonio.

PATRIMONIO

El capital social suscrito y pagado se mantiene en \$800,00 mientras que las reservas son de \$1.980,45 equivalentes al 247% del capital social suscrito y pagado. Las cuentas de resultados arrojan un valor de \$23.025.89. A esto se suman \$21.608.00 de utilidad neta del ejercicio después de participación a trabajadores e impuesto a la renta, con lo cual el patrimonio asciende a la suma de \$25.806.34

Esta utilidad neta propongo que se mantenga a disposición de los accionistas en la cuenta de reservas facultativas hasta una decisión definitiva de la junta.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las posibilidades de crecimiento en el mercado local siguen muy fuertes y el posicionamiento que hemos alcanzado es muy relevante. Debemos hacer todos los esfuerzos para maximizar su potencial, y así recuperar las inversiones que por varios años ha realizado la empresa buscando justamente fortalecer nuestros productos y poder explotarlos comercialmente con resultados positivos.

De los señores accionistas,



Francisco Alberto Salvador Salazar
Gerente general