



CAPITULO I

IMPORTACIONES

El 2012 es un año especial debido a que se consolidan negociaciones con 4 proveedores y se realizan las respectivas importaciones de sus productos

La estrategia de venta de la Gerencia sigue enfocada en afianzar las marcas con clientes actuales tanto distribuidores como mayoristas; y como eje de crecimiento el desarrollo del canal de autoservicios.

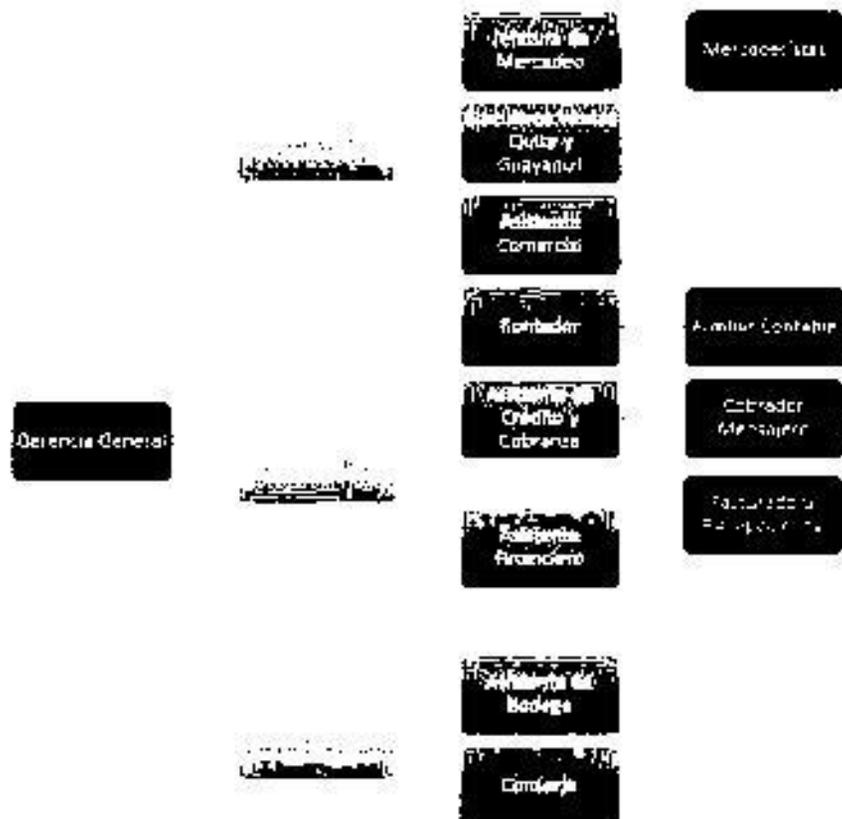
CAPITULO II

ORGANIZACION

En lo relacionado con el personal se mantiene el número total de empleados en 25 personas

Se logró consolidar el equipo de trabajo del Área Comercial con el apoyo de la Jefatura de Marketing, teniendo en dicha jefatura una combinación de procesos que incluyen los registros sanitarios y desarrollo de productos o marcas nuevas; y la responsabilidad de las importaciones

El Orgánico Funcional de Consuma se redefine quedando hasta una nueva evaluación a partir del primer semestre del 2013 de la siguiente manera:





CAPTULO III

I. RESULTADOS

Tal como se indica en el Capítulo 2 GESTION COMERCIAL, Las ventas del año 2012 tuvieron un crecimiento del 64,27% frente a las del año 2011, el valor neto de Ventas es de 2'966.666,43; en tanto que el costo de ventas es 1'858,567.08 que representa el 62.65% del total de ventas netas en el año; los gastos de Ventas y Administración suman un total de 916.438,10 que representa el 30,89%, el Gasto Financiero por 87,583,13 representa el 2,95% y la operación de Otros Ingresos menos Otros Gastos es de 21.141,4 equivalente al 0,71% dando un resultado antes de Participación de Empleados e Impuesto a la Renta de 82.936,72 equivalente al 2,80%.

Se realiza la liquidación respectiva de la utilidad quedando de la siguiente manera: Participación Empleados por el 15% refleja un monto de 12.440,51; el 23% de Impuesto a la Renta por un monto de 18.772,66 y la provisión para Reserva Legal por un valor de 2.586,18; quedando a disposición de los Accionistas un valor de 49.137,37

Tal como dispuso la Superintendencia de Compañías, al cierre del año 2012, hemos realizado la aplicación de la Normas Internacionales de Información Financiera NIIF'S a nuestros balances, certificada esta aplicación por la Auditorio Externa realizada por la firma SANTANDER - AUDITORES, que emitió su opinión sobre nuestros balances

En lo referido a la Recuperación de cartera esta tiene una rotación promedio de 100 días, este factor se ve afectado directamente por la extensión en los tiempos de pago que se toman algunos clientes.

Durante el año 2012 se realizaron dos bajas de inventario y su respectiva incineración por un monto total de 5.278,34; la razón para la incineración del producto es porque éste se encontró en mal estado.

2. INDICES FINANCIEROS:

Indicador Financiero	Denominación Fórmula	2012	2011
Liquidez			
Razon Circulante	(Activo Corriente) / (Pasivo Corriente)	2,45	1,64
Prueba del Acido	(Activo Corriente - INVENTARIO) / (Pasivo Corriente)	1,00	1,20
Aplazamiento			
Razon de deuda capital	(Total Pasivos) / (Capital Suavado)	3,04	2,51
Razon de deuda total a fondos totales	(Total Pasivos) / (Total Activos)	0,77	0,72
Cobertura			
Razon de cobertura de intereses	(Utilidad antes de intereses e impuestos) / (Intereses Financieros)	1,07	0,38
Actividad			
Rotacion de activo corriente	DEB / (Ventas Netas) / (Cuentas por Cobrar)	102,60	114,00
Rotacion del inventario en dias	DEB / (Costo de Ventas) / (Inventarios)	28,70	77,40
Rotacion de los activos totales	(Ventas Netas) / (Total Activos)	1,47	1,20
Rentabilidad			
Margen de utilidad bruta	(Ventas Netas) - (Costo de Ventas) / (Ventas Netas)	0,37	0,41
Margen de utilidad neta	(Ventas Netas) - (Costo de Ventas) - (Gastos Operativos) - (Gastos)	0,05	0,04
Rendimiento sobre el inventario	ADMINISTRACION / (Ventas Netas)	0,02	0,04
Rendimiento sobre capital	(Utilidad Neta) / (Total Activos)	0,12	0,12



CAPITULO IV

ANALISIS Y PRESENTACION DE LOS PLANES A FUTURO

Consuma Cia. Ltda. debe priorizar la consolidación y desarrollo de las nuevas marcas activadas durante el 2012, por lo tanto el eje estratégico para el 2013 será un fuerte apoyo y soporte a la Gerencia Comercial para ingreso y codificación de productos en los principales autoservicios, actividades de promoción para difundir el conocimiento de productos nuevos.

La competencia en el segmento de biberones es alta y los precios de los productos similares en el mercado no permiten el logro de las metas planteadas.

Además, en la medida de lo posible, mantener el nivel de gasto administrativo. En cuanto al gasto financiero mantener los niveles más bajos posibles.

Es muy importante elaborar y mantener un Sistema de Información Gerencial, el cual permitirá evidenciar la necesidad de picos de fondeo para soportar importaciones en temporada alta.

Por otro lado, se realizará la compra de un nuevo sistema contable, lo que permitirá optimizar recursos tanto humanos como financieros al contar con información certera y oportuna.

Atentamente,

Luis Eduardo Ballesteros
GERENTE GENERAL