

INFORME DE GERENCIA

EMPRESA "MOTOFACIL EXPRESS MFE CIA LTDA." EJERCICIO ECONOMICO 2013

En mi calidad de Gerente General de La Compañía MOTOFACIL EXPRESS CIA LTDA presento el siguiente informe de actividades correspondientes al ejercicio 2013

VENTAS

Las ventas de los locales han evolucionado según los siguientes cuadros: (info 2014 cortada al 26 de marzo)

Unidades por local

SUCURSAL	2013												Total 2013			2014			Total 2014
	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar					
Local 1 - Carapungo	3	11	23	16	11	16	11	9	10	7	14	131	14	16	5	35			
Local 2 - Colon			11	14	13	18	24	31	17	32	24	184	26	18	14	58			
Local 3 - Hno Miguel					7	3	13	15	17	13	11	79	13	5	7	25			
Casa Matriz								4	4		1	9	1	6	2	9			
Total general	3	11	34	30	31	37	48	59	48	52	50	403	54	45	28	127			

La venta a crédito en el año 2013 alcanza un 39% de la venta total. El monto en promedio del crédito colocado fue de 1857.10 en 163 clientes. Mismo que asciende a us\$ 302.708k. Se encuentra provisionado como incobrable un 10% del monto colocado en una cuenta de fondo de garantía en el Unibanco establecida por contrato

SITUACION FINANCIERA

El 2013 ha sido el año de inicio de la operación de MFE. En el segundo semestre del 2013 (periodo estable de los locales), hemos tenido los siguientes promedios de ventas mensuales en unidades:

Carapungo 11.1 unidades x mes

Colon: 24.3 unidades x mes

Hno. Miguel: 12.0 unidades por mes.

El punto de equilibrio para salir con gastos se calculó en 16 unidades por mes por local, lo que nos indica que tenemos 2 locales que NO han cumplido con la expectativa de ventas que necesitan dichos puntos.

GESTION COMERCIAL

Se ha realizado varios modelos de gestión comercial, vía promociones, por marcas, por forma de pago, empaquetamientos etc., donde desde mediados del mes de marzo se ha reestructurado la política comercial a fin de que esta sea mucho más sencilla para la fuerza de ventas, y transparente para los clientes. Hemos iniciado con la comercialización de servicios como la garantía extendida, y hemos implementado un rebate como parte del negocio para aumentar la venta. Del estudio de precios vs la competencia, esta nueva estructura, en la que incluimos en el precio el valor de la matrícula, la llanta anti pinchazos, nos permite diferenciarnos de la competencia, y de alguna forma dificultar la comparación de precios que existe con los locales de la competencia.

Nuestra estructura de precios nos permite competir perfectamente contra cadenas formales, no obstante, en locales informales cuya venta principal es Motor1 y Sukida, la venta de contado maneja márgenes sumamente bajos, que NO permiten competir.

Hemos implementado una estrategia de migrar las ventas hacia los productos que nos dejan mayor margen comercial, y así poder incrementar el margen unitario por motocicleta promedio.

Agradezco la confianza depositada en mi persona para la dirección de la empresa, comprometiéndome a apoyar de la forma más adecuada para el crecimiento y robustecimiento la misma.


Jose Mateo Patiño L
GERENTE GENERAL
MOTOFACIL EXPRESS CIA LTDA