

INFORME GENERAL

PERÍODO 2008

Quito, 06 de Mayo del 2010

A los Señores Miembros de la

Junta General de Accionistas

IMPORPAEZ CIA. LTDA

En cumplimiento de los estatutos de la compañía y del reglamento de informes anuales de Administradores, a Juntas Generales, en mi calidad de Gerente general y Representante Legal de IMPORPAEZ CIA. LTDA. A continuación pongo en su conocimiento mi informe de administración por el ejercicio económico concluido el 31 de diciembre del 2006; cumpliendo con las disposiciones del Estatuto Social, de la Ley de compañías y la Resolución No. 13. RO/444 de 13 de octubre de 1992 de la Superintendencia de Compañías.

1. ANTECEDENTES:

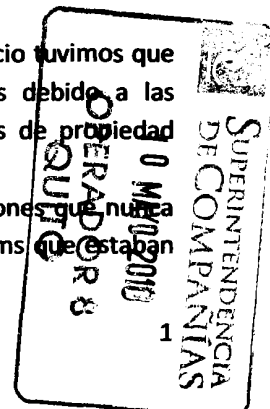
a. INTRODUCCIÓN.-

- i. IMPORPAEZ CIA. LTDA. es una empresa que fue creada para satisfacer la demanda de un nicho encontrado en el mercado ecuatoriano en lo que se refiere a la importación y distribución de accesorios celulares al por mayor. Para esto la empresa empieza sus actividades en este año y organiza la empresa para cumplir la misión por la que fue creada con aras a la visión que esperan sus accionistas de la misma.

1. Para este fin la empresa realiza un organigrama, arrienda un local comercial como punto de acopio y distribución. Realiza la contratación del personal adecuado para cumplir con las metas de la empresa.

b. IMPORTACIONES.-

- i. Debemos tomar en cuenta que para la apertura del negocio tuvimos que esperar 4 meses por problemas con las importaciones debido a las diferentes resoluciones de la CAE con respecto a temas de propiedad intelectual.
- ii. Adicional a esto tuvimos una pérdida debido a importaciones que nunca pudieron llegar a nuestras bodegas por problemas de ítems que estaban



impresos con marcas reconocidas con los cuales perdimos muchísimo tiempo para la apertura del negocio.

c. **INVENTARIOS.-**

- i. El inventario de los ítems que tuvimos de la importación realizada tuvieron problemas por los rápidos cambios tecnológicos lo que hizo que la mercadería quede obsoleta cuando ya llegó a nuestras bodegas por lo que nos quedamos con inventario que no servía.

d. **RECURSOS HUMANOS.-**

- i. Se hizo la contratación de diversos empleados para las diferentes áreas del negocio en lo que se refiere a ventas, atención counter, y distribución
- ii. Se arrendó un local en el centro de Quito como punto clave de la distribución de los accesorios celulares al por mayor. Dicho centro se utilizaba para acopio y para distribución de los productos

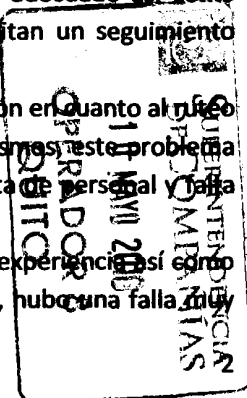
e. **VENTAS.-**

- i. Tuvimos problemas graves en relación a las ventas por temas de facturación. El mercado al cual nos dirigimos estaba acostumbrado a comprar los ítems en los competidores sin factura. Pusimos la queja correspondiente al SRI pero no tuvimos ninguna respuesta positiva
- ii. Los precios que manejábamos por el tema del IVA eran mayores al de la competencia por lo que tuvimos problemas de introducción al mercado.

f. **INCIDENTES.-**

- i. Por ser nueva la empresa tuvimos varios ajustes a lo largo del período en algunos temas y áreas del negocio, entre las principales podemos destacar:

1. **Contabilidad:** Tuvimos un problema con el contador que estaba hecho cargo de la empresa. No presentaba los balances a tiempo y el Sr. No se reportaba a la empresa los tiempos que tenía que presentarse. Presentaba los balances y no reportaba a la empresa nada. No dedicó el tiempo adecuado a la empresa y luego no apareció nunca más. Tuvimos grandes problemas por el tema.
2. **Control:** El principal tema en el cual tuvimos la mayor falencia constituye la falta de control por parte de los diferentes gerentes de las ramas de negocio. Decimos que la falta de control causado por la falta de tiempo, y falta de el equipo adecuado así como establecer los procesos logísticos que permitan un seguimiento adecuado.
3. **Manejo de la fuerza de ventas:** Desorganización en cuanto al número de vendedores y control de ventas de los mismos, este problema se sucita principalmente por factores de: Falta de personal y falta de organización logístico
4. **Manejo contable del negocio:** Por la falta de experiencia así como una logística de procesos y falta de personal, hubo una falla en



grande en cuanto al tema de llevar registros de las cosas. Egresos sustentados, ingresos, cobros, firmas etc.

5. *Cobros a los clientes:* Aunque las cuentas por cobrar no constituyen un factor importante, al final del período se empieza a dar crédito a clientes con la finalidad de aumentar las ventas de la empresa.

6. *Tema de precios por problemas del IVA*

- ii. lo que repercutió Tuvimos un alto costo de aprendizaje lo que repercutió en cierto tipo de robo por parte de los vendedores y de la persona que entregaba los pedidos.
- iii. Tuvimos varios un alto costo de aprendizaje en varias áreas del negocio:

2. BALANCES GENERAL

a. ACTIVOS

- i. Debido a que somos una empresa pequeña, la mayor inversión que posee la misma constituye en inventarios constituyendo así un 75% del total de activos que tiene la empresa. Tomemos en cuenta que parte de estos activos son de mercadería obsoleta por lo que tenemos pérdida en algunos ítems.
- ii. El 25% restante han sido activos pequeños, como muebles, computadora, motocicleta, etc. Que son para el funcionamiento de la empresa.

b. PASIVOS

- i. El rubro importante dentro de este balance constituyen los préstamos de accionistas que constituye el 95% del total de los pasivos de la empresa. Este dinero fue puesto por los socios y por préstamos familiares que se inyectan capitales a la empresa para hacerla crecer y mantenerla en el mercado.
- ii. Podemos ver que la empresa no mantiene deudas firmes con instituciones o con proveedores.

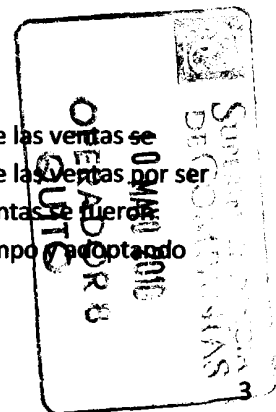
c. PATRIMONIO

- i. El patrimonio de la empresa de igual manera constituye el rubro fuerte de lo que son aporte para futuras capitalizaciones que son puestas por los mismos socios de la empresa.

3. BALANCE DE RESULTADOS

a. VENTAS.-

- i. Debido a que entramos en el mercado se espera que las ventas se incrementen a medida pasa el tiempo. En el tema de las ventas por ser una nueva compañía entrando en el mercado las ventas se fueron incrementando poco a poco a medida pasaba el tiempo adoptando diferentes políticas de la empresa.

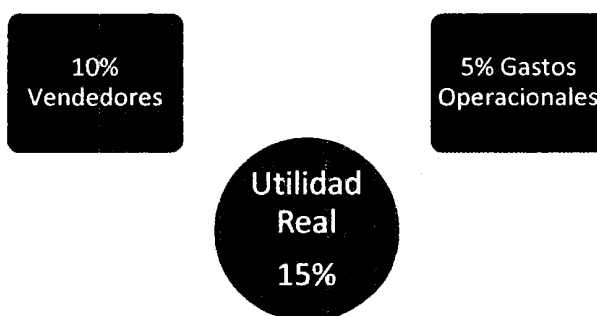


- ii. Las ventas totales de la empresa como vemos en el balance de resultados no cubren el total de gastos que esta mantiene la empresa. El problema no radica tanto en la cantidad de ventas que tiene la empresa más si en el porcentaje o margen de utilidad que deja la misma. Es demasiado bajo para cubrir con los gastos de operación de la empresa
- iii. En este período decimos que las ventas internas o del local son el 25% y que la fuerza de ventas realizan el resto de las ventas del local.

b. UTILIDAD

- i. Este representa el principal problema de la empresa ya el margen que se maneja es muy bajo como para cubrir los costos fijos de la empresa. El 30% de margen de utilidad no alcanza para cubrir los costos fijos.

1. VENTAS	46.304,37
2. COSTO VENTAS:	32.463,31
3. UTILIDAD:	13.840,96



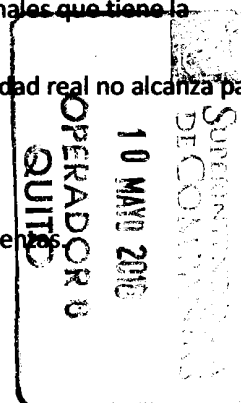
- a.
- 4. Debido al tema de la competencia y al mercado que nos enfocamos el cual se guía principalmente por precio es imposible subir el margen de utilidad de los productos. La solución a esto sería el aumento de ventas por parte de la empresa.

c. GASTOS

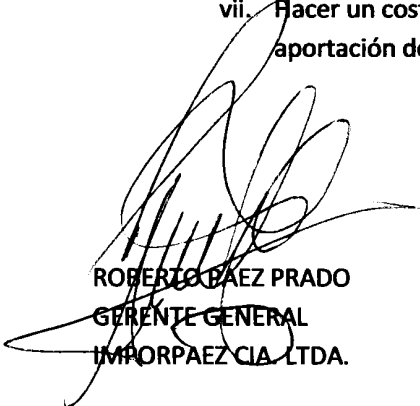
- i. Como gastos de la empresa el único rubro grande que representan son los gastos que acogen los sueldos operativos del personal, a parte de esto solo tenemos otro rubro que constituye el arriendo del local. Estos dos rubros constituyen el 60% de los gastos operacionales que tiene la empresa.
- ii. El problema con este tipo de gastos es que la utilidad real no alcanza para cubrir los costos

4. CONCLUSIONES

- i. Hacer un plan de mercadeo para el aumento de ventas.



- ii. Elaborar una Logística de los procesos para un mejor control de ventas y diferentes procesos de la empresa
- iii. Diferenciarse a la competencia por medio de otros canales de distribución
- iv. Control de la rotación del inventario para no quedarse con mercadería obsoleta.
- v. El aporte de los socios tiene que representar una utilidad, no se aconseja el aumento de más capital para la empresa por medio de aportaciones. Si estas no se van a reflejar en utilidad real para la empresa.
- vi. Si no se puede aumentar el margen de contribución de la venta, tenemos que aplicar un plan para el aumento de ventas para que alcance a cubrir los costos operativos de la empresa.
- vii. Hacer un costo beneficio de lo que representan los vendedores para la aportación de la empresa.



ROBERTO PAEZ PRADO
GERENTE GENERAL
IMPORPAEZ CIA. LTDA.

