

**INFORME DE GERENCIA GENERAL A LOS SEÑORES ACCIONISTAS DE
ELECTROEXITO S.A.**

Ejercicio Económico 2016

Señores Accionistas:

De mis consideraciones

Electroéxito cuenta con 22 locales (30 locales año 2015) de ventas y ocho puntos de cobro al final del año 2016, terminamos el año con 194 empleados (232 año 2015).

Como antecedentes externos, podemos decir que en este año la restricción en las importaciones y las salvaguardas se han mantenido con el consecuente encarecimiento del producto, el plan Renova y cocinas de inducción pierden fuerza en la colocación, gana espacio la venta de cocinas a gas. En general el sector presenta decrecimiento con respecto a la venta del año 2015 (aprox 19%).

En Miles de dólares

CADENA	2015	2016	INCR
Comandato	233	166	-29%
Marcimex	196	157	-20%
Artefacta	177	139	-21%
Créditos Económicos	143	110	-23%
Icesa	137	142	4%
Jaher	50	50	0%
Electroéxito	7	2	-71%
TOTAL	943	766	-19%

La caída del poder adquisitivo, el aumento del desempleo, la inestabilidad generada por el gobierno, ha propiciado la caída en las ventas por la desmotivación al consumo y el encarecimiento de los productos.

Internamente no se cuenta con un flujo de caja adecuado, que nos permita cumplir con todas nuestras obligaciones y la compra de mercadería adecuada que active el "círculo virtuoso" que significa comprar bien, vender bien y cobrar bien, la recaudación es cada día menor puesto que no hay un volumen adecuado de colocación.

Como consecuencia de lo anterior existe también el retraso en los pagos al sistema financiero, Bancos y bolsa de valores que generan intereses, mora y multas, así

también a instituciones como el SRI, IESS y MRL, donde se debe cancelar multas que definitivamente afectan la operación.

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Implementación de la teoría de las cuatro P'S

- **PLAZA**, hemos cerrado ocho almacenes que por experiencia e ubicación no brindaban las elementales posibilidades de venta, adecentamos la gran mayoría de almacenes, logrando una unificación de imagen, procurando retirar productos deteriorados y en mal estado, cambio de letreros.
- **PRECIO**, hemos podido identificar proveedores claves que nos permitirán ofrecer un precio competitivo a nuestros clientes, estas condiciones son trasladado al piso de venta, con la intención de tener una oportunidad en el "Tours de compra".
- **PRODUCTO**, así como se identificó un precio competitivo partiendo de la compra, paralelamente se trabajó en un mix de productos de alta rotación y poco retorno, conscientes de los problemas pasados con marcas que no han logrado superar este inconveniente.
- **PROMOCIÓN**, este elemento lo venimos aplicando en la medida de las posibilidades, en todos los casos nos ha funcionado rompiendo las expectativas, desafortunadamente no logramos cerrar el círculo con la reposición.

PERSONAL-

Se logró al final del año 2016 igualar las obligaciones salariales para las 194 personas que dependen de Electroexito, esto genera compromiso y evita la fuga de talentos, paralelamente al adecentamiento de locales estamos implementando controles en el piso de venta como el resumen de desempeño, con el cual comenzamos a generar estadísticas, tasa de conversión, venta promedio, artículos por venta, que nos permitan un mejor resultado en los "momentos de la verdad",

ASPECTOS FINANCIEROS

Como se reflejan en los estados financieros, el año 2016 la compañía presenta una pérdida de \$ 4,04 millones, fruto de la diferencia en las ventas de \$ 7,3 a \$2,03 millones. Esta reducción en ventas responde a la caída del sector, el cierre de ocho almacenes y fundamentalmente a la falta de inventario.

Los gastos operativos presentaron una reducción de \$4.4 millones a \$3.6 millones con respecto al año 2015. 

ASPECTO COMERCIAL

Las ventas del año 2016 fueron de \$2.03 millones con 22 agencias en promedio, representa un decremento con respecto a la venta del año 2015 con 30 agencias de -71%, de alguna manera esta cifra es la respuesta a la desmotivación al consumo de productos suntuarios que por la situación económica del país manifiesta el público objetivo, la carga de impuestos afecta al mercado, por otra parte, la imposibilidad de comprar un mix de productos adecuados a precios y condiciones que desemboquen en una oferta competitiva.

El rubro Motos es muy relevante para nuestra operación, por las marcas del grupo y por el apalancamiento, en el año 2013 se vendieron 809 unidades, en el 2014 150 unidades, en el 2015 281 unidades, en el 2016 234 unidades, 70 % menos que el 2013, es evidente que las políticas de precios marcan una diferencia inmanejable que aleja a nuestro cliente y deteriora nuestra cobranza, es de suma importancia hacer una reingeniería de precios desde el importador, para que corporativamente ganemos participación de mercado con cada marca, si mantenemos esa diferencia, debemos pensar en comercializar marcas que nos ofrezcan diferencias mínimas perfectamente manejables.

INVENTARIO

Activo importante que desafortunadamente al momento no representa su verdadero potencial, apenas el 13% está en condiciones de SI REPOSICION, el 87% restante no puede ser vendido en condiciones de nuevo, por su relevancia y por imagen en los almacenes es imperativo hacer planes de evacuación rápidos y efectivos.

Resumen total del inventario

RESUMEN INVENTARIO AL 07 DE JUNIO 2017			
SI REPOSICION	ALTA ROTACION	221.956,35	
TOTAL SI REPOSICION		221.956,35	13%
NO REPOSICION	DAR DE BAJA	35.297,09	
	ST	115.055,97	
	RETIRADO CON N/C	211.923,24	
	RETIRO PREVENTIVO	502.142,11	
	TIPO B	67.148,49	
	FALTANTE	10.109,13	
	BAJA ROTACION TIPO A	437.223,56	
RENOVA (COCINAS)	107.945,39		
TOTAL NO REPOSICION		1.486.844,98	87%
TOTAL INVENTARIO DISPONIBLE		1.708.801,33	100%

Particularmente la mercadería de baja rotación \$437.223,56 presenta una condición de obsolescencia de más de 720 días en inventario, las condiciones del mercado no permite la comercialización a precios de costo.

COMPRAS

El deterioro del inventario responde a la falta de rotación, tanto en productos nuevos como en productos usados, por una mala política de compra que encarece los mismos y a una mala decisión en el mix de productos que no se enfocan en las necesidades de nuestro público objetivo, las bodegas poseen productos que no se pueden comercializar y que han pasado años deteriorándose, en muchos casos canibalizándose, además de producto en retiro preventivo \$502.142,11 por los cuales no se han emitido notas de crédito.

SOFTWARE CONTABLE

El software contable existente no es el adecuado para la actividad de la compañía, registra muchas deficiencias en lo referente a reportes y no brinda las seguridades básicas requeridas. Al inicio de mi gestión fue una de las principales preocupaciones pues no era posible la obtención de la reportería adecuada para revisiones y toma de decisiones, actualmente ya está negociado un nuevo sistema operativo que será implementado en seis meses.

PROYECCIONES Y SUGERENCIAS

CRECIMIENTO

La compañía no posee un adecuado mix en cobertura, no tenemos presencia en la sierra ni en las ciudades principales donde existe una mayor población y consecuentemente mejores oportunidades, tenemos una capacidad instalada o un back office que respaldaría el crecimiento de preferencia en la sierra por los buenos índices de cobranzas que históricamente se presentan, la contratación de personal idóneo para la implementación de la fábrica de crédito a raíz de los excelentes índices de recuperación de cartera nueva, nos permite ofrecer este servicio corporativo con el apalancamiento financiero, las marcas de motos corporativas más el eficiente y rápido otorgamiento de crédito en conjunto a los resultados ya obtenidos en este primer año, nos garantiza el éxito con la unión de estas fortalezas.

CREDITO Y COBRANZAS

El índice de cobranzas en este primer año de gestión, nos arroja un 5% de atraso, como dato particular el atraso solo de motos está en el 1,72% , esta es la mayor fortaleza de nuestra compañía, lo que nos permite tomar acción con la fábrica de créditos y la posibilidad de ofrecer este servicio a la corporación.

**COMPAÑIAS COMPETENCIA ELECTROEXITO
CUENTAS POR COBRAR, 2015 - 2016**
(en millones US\$)

CONCEPTO	UNICOMER/ARTEFACTA				COMANDATO				CREDITOS ECONOMICOS				MARCIMEX							
	2015		2016		2015		2016		2015		2016		2015		2016					
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%				
TOTAL CARTERA	280	100	242	100	102	-	101	-	100	100	100	100	84	100	90	100				
TOTAL VENCIDO	100	32	104	43	-	-	-	-	37	37	37	37	67	80	63	68				
TOTAL VENCIDO	45	16	48	20	La compañía no presenta cartera vencida				10	10	10	10	20	24	23	25				
1 A 90 DIAS	2	1	3	1					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
91 A 180 DIAS	2	1	3	1					0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAS 180 DIAS	17	6	32	13					0	0	0	0	0	0	0	0	10	12	11	12
RESERVA CUENTAS INCORRIBLES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				

**COMPAÑIAS COMPETENCIA ELECTROEXITO
CUENTAS POR COBRAR, 2015 - 2016**
(en millones US\$)

CONCEPTO	JAHER				ICESA				ELECTROEXITO			
	2015		2016		2015		2016		2015		abr-17	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
TOTAL CARTERA	30	100	27	100	22	100	24	100	17	100	2	100
TOTAL VENCIDO	24	79	28	100	14	64	10	42	2	11	2	95
TOTAL VENCIDO	6	21	8	29	8	36	14	58	15	88	8	40
1 A 90 DIAS	2	7	3	11	8	36	12	48	-	0	0	0
91 A 180 DIAS	1	3	1	4	0	0	2	8	-	0	0	0
MAS 180 DIAS	4	13	5	18	-	-	-	-	-	0	0	0
RESERVA CUENTAS INCORRIBLES	3	10	2	7	En el 2016 se reconoció pérdida por la no recuperación de créditos por US\$ 11MM y en el 2015 por US\$ 9MM				-	-	-	-

- *) Corresponde a los saldos de cartera de créditos concedidos a partir del 2016
- **) Incluye los saldos que vencen en el mes de febrero/2017
- **) El 5% de cartera vencida corresponde a los US\$ 86M que se cobraron vencidos a Abril 30/2017

Hasta aquí mi informe, en espera de su aprobación.

Aterramente,

Ing. Rodolfo García Pérez Boide
GERENTE GENERAL
ELECTROEXITO