CUENCA, MARZO DEL 2008

INFORME DE GERENCIA GENERAL 2007

INTRODUCCION

En el 2007 el consumo de electrodomésticos bajo un 40% en relación al 2006, siendo la mas afectada la línea blanca, con menos el 50%, la línea de audio y video bajo el 30% en la intención de compra, la disminución de este ultimo es menor a la línea blanca debido a la innovación tecnológica y a la incorporación de valores agregados digitales en sus productos que elevan la intención de compra.

La baja en la intención de compra obedeció directamente a la estrategia política del Gobierno Actual: enfocada a garantizar la estabilidad política a través de ofrecimientos y reinvidicaciones sociales, a través de enfrentar y atacar a los sectores productivos y financieros, encarecimiento de forma incontrolada las tasas de interés, los costos de vida y los servicios. Reflejada directamente en un índice de crecimiento de apenas el 2%; históricamente, el mas bajo en los últimos 20 años, y muy por debajo de similares de Latinoamérica.

Los frecuentes ataques del Presidente al sistema financiero y la diferenciación de la tasa comercial y de consumo para grandes, medianas y pequeñas empresas fluctuando entre el 12% y el 39% ha repercutido directamente en los costos, disminuyendo gravemente las utilidades de la empresa, por no poder traspasar los costos financieros al mercado, encareciendo los precios finales, dejándonos fuera de competencia.

Esto, obliga en el 2008 a re-estructurar el patrimonio de la empresa a través de:

- Una re-capitalización o
- Venta de acciones

Para reducir los costos financieros e incrementar la utilidad neta, así como garantizar en el corto plazo un crecimiento saludable de la empresa.

EL MERCADO Y LA PUBLICIDAD

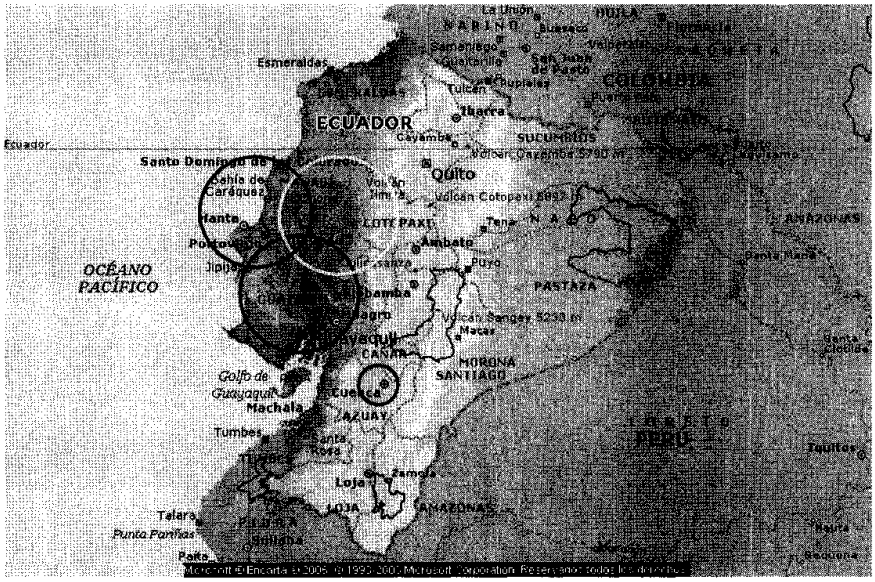
El mercado de Electrodomésticos en el Ecuador cayó de 780 millones de dólares a 600 millones con una participación del 53% por subdistribuidores y el 47% por cadenas.

En los próximos 10 años los comerciantes perderán participación de mercado por la falta de Servicio, capacidad financiera y de una estructura Administrativa sólida que son la fortaleza de de mayoría de las cadenas.

ELECTROEXITO para mantener su participación de mercado y elevar la intención de compra mantuvo una inversión publicitaria basada en el mercadeo directo a través de hojas volantes y pautaje de radio en las ciudades donde están los puntos de venta con una inversión promedio de $ 3864 dólares mensuales, sujeta básicamente al coop publicitario acordado con nuestros principales proveedores.

NUEVOS PUNTOS DE VENTA

En el 2007 se aperturaron los puntos de ventas de: Vinces, Tosagua, Calceta y Montecristi dentro de la zona estratégica de desarrollo planteado por Electroexito.



ADMINISTRACION

En el 2007, se re-ordeno el plan de cuentas, cambiando la estructura contable vertical entre matriz y Agencias a uno horizontal por Agencia, reduciendo el volumen y la duplicación de información en los procesos de migración, agilitando y evitando los reprocesos de la información migrada, facilitando los análisis y la toma de decisiones.

Se incorporaron nuevos conceptos y metodologías de control: contables, de inventarios, ventas y cartera por Agencia, zona, vendedor, cobrador, cliente, midiendo diariamente la productividad y la eficiencia de cada uno en el punto de venta.

Se implementaron nuevos conceptos y parámetros en la calificación de crédito así como en los métodos de medición de cartera, alineando: la información del cliente recopilada en la solicitud de crédito, el Scoring, la verificación y los criterios de aprobación, para evitar las subjetividades que causan perdidas de venta y potencial izan los riesgos crediticios, mejorando la utilidad de cada unidad de producción.

CONTROL

El control operativo de la matriz en las Agencias es de dos tipos: **El preventivo** basado en la instrucción de cada departamento a las Agencias sobre la correcta aplicación de los Estándares definidos en las políticas y procedimientos vigentes. Y el **Control por corrección** basado en la medición y corrección por mala aplicación de políticas y procedimientos que permiten determinar si la falla es de proceso o de aplicación, buscando incrementar continuamente la productividad y la eficiencia global.

EMPLEADOS

Actualmente trabajan en la empresa 95 empleados. La nomina mensual varia en función de las ventas por las comisiones pagadas, en promedio el 2007 represento $ 27.000 dólares sin beneficios $ 35.000 incluido: decimos, vacaciones, seguro, fondo de reserva y vacaciones.

IMPUESTOS

Del IVA y Renta están al día.

BANCOS Y PROVEEDORES

El apoyo del Banco Internacional ha sido importante para el crecimiento de la empresa. Actualmente nuestra deuda con este banco es de $1.034.903. Los dividendos por concepto de de préstamos son cancelados puntualmente.

Con el banco del Pichincha nuestra deuda es de $ 126.526 dólares, los mismos que son cancelados mensual y puntualmente.

En el Banco MMJaramillo nuestra deuda es de $ 88.972.

En total nuestra deuda con Bancos es de $ 1.250.402.
A nuestros proveedores adeudamos a un plazo promedio de 6 meses $ 1.164.000

Por concepto de intereses hemos pagado a los bancos $ 196.752 y a proveedores $ 97.680 con un total de $ 294.432.

LOS RESULTADOS

BALANCE GENERAL.

CODIGO	CUENTA	DEBE	HABER	SALDO
1	**ACTIVOS**	**38.082.681**	**35.292.699**	**2.789.982**
11	**ACTIVO CORRIENTE**	**29.127.002**	**26.445.463**	**2.681.539**
111	DISPONIBLES	14.376.705	14.233.639	143.067
112	EXIGIBLES	7.076.094	5.038.732	2.037.361
113	REALIZABLES	7.674.203	7.173.092	501.111
12	**ACTIVO NO CORRIENTE**	**8.920.634**	**8.812.191**	**108.443**
121	ACTIVOS FIJOS	154.099	76.969	77.130
122	DOCUMENTOS X COBRAR	0	0	0
123	ACTIVO DIFERIDO	200.589	184.486	16.103
124	OTROS ACTIVOS	8.565.945	8.550.735	15.210
13	**CUENTAS DE ORDEN**	**35.045**	**35.045**	**0**
2	**PASIVOS**	**16.252.970**	**18.801.355**	**-2.548.384**
21	**PASIVO CORRIENTE**	**16.208.930**	**18.757.315**	**-2.548.384**
211	PRESTAMOS POR PAGAR	3.432.477	4.686.036	-1.253.558
212	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	5.667.306	6.883.507	-1.216.201
213	OBLIGACIONES POR PAGAR	7.109.147	7.187.772	-78.625
22	**PASIVO NO CORRIENTE**	**44.040**	**44.040**	**0**
3	**PATRIMONIO**	**623.268**	**864.866**	**-241.598**
31	CAPITAL SOCIAL RESERVAS Y UTILIDADES	623.268	864.866	-241.598
311	CAPITAL Y RESERVAS	110.786	346.804	-236.018
312	RESULTADOS	512.482	518.062	-5.580
	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO			**11.028**

BALANCE DE RESULTADOS.

CODIGO	CUENTA	DEBE	HABER	SALDO
4	**INGRESOS**	**1.368.172**	**4.500.839**	**-3.132.667**
41	OPERACIONALES	1.354.179	3.969.343	-2.615.165
411	VENTAS NETAS	1.354.179	3.969.343	-2.615.165
42	**NO OPERACIONALES**	**13.993**	**531.496**	**-517.503**
421	OTROS INGRESOS	13.993	531.496	-517.503
5	**EGRESOS**	**2.235.906**	**379.119**	**1.856.787**
51	**COSTOS**	**2.235.906**	**379.119**	**1.856.787**
511	COSTOS DE VENTAS	2.235.906	379.119	1.856.787
6	**GASTOS**	**1.975.226**	**710.373**	**1.264.852**
61	**GASTOS OPERACIONALES**	**1.480.375**	**520.681**	**959.694**
611	GASTOS DE ADMNISTRACION	426.019	63.701	362.319
612	GASTOS DE VENTAS	1.054.355	456.980	597.375
62	**GASTO NO OPERACIONAL**	**494.851**	**189.692**	**305.159**
620	GASTOS FINANCIEROS	494.851	189.692	305.159
	UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO			**11.028**

CONCLUCIONES PARA EL 2008.

Los resultados generados en el 2007 tiene varias consideraciones:

- La relación endeudamiento patrimonio de 10 a 1 eleva los costos financieros.
- La utilidad Bruta actual del 34% se puede incrementarse entre el 30 y el 40%:
    - Reduciendo Los costos financieros:
        - Comprando al contado. sube la utilidad un 9%. 6% FINANCIERAMENTE y 3% por VOLUMEN
        - O importando directamente, se incrementa la utilidad 18%. 12% por distribución y 6% Financieramente
    - Mejorando el mix de producto para evitar:
        - La perdida de ventas igual 50%
        - Incrementar la oportunidad de compra del cliente
    - Romper el punto de equilibrio
        - Incrementando el numero de puntos de venta al 100%
        - Mantener los gastos Administrativos y controlar los gastos de venta.
    - Negociar el total de la cartera con costos financieros aceptables

- Incrementar el Flujo de Caja
    - Incrementando las ventas al contado del 20% al 30%
    - Controlar la mora promedio a través de políticas de venta y cobro adecuadas

- Incrementar el patrimonio de la empresa a través de:
    - Vender Acciones
    - Elevar el patrimonio, a una relación igual al endeudamiento actual

- Obtener una utilidad neta del 12%

ATENTAMENTE

GERENCIA GENERAL
ELECTROEXITO CIA LTDA

CC: CONTABILIDAD, ARCHIVO, ACCIONISTAS