



MEGAPROFER S.A.
PROVEEDOR FERRETERO

INFORME DE GERENCIA GENERAL 2016

Estimados Señores:

MIEMBROS DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

MEGAPROFER S.A.

De mis consideraciones.

De conformidad con las disposiciones de la Ley de Compañías y del Estatuto vigente de la compañía MEGAPROFER S.A., me permito someter a su ilustrada consideración el informe de las actividades correspondiente al ejercicio económico 2016.

Francisco Villacreses Ramos

GERENTE GENERAL



MEGAPROFER S.A.

PROVEEDOR FERRETERO

I ANTECEDENTES Y ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

Megaprofer S.A. siendo una empresa ambateña tiene sus instalaciones en la misma ciudad de Ambato donde opera con dos bodegas de las cuales una es propia y la otra arrendada; desarrolla actividades comerciales en todo el territorio continental ecuatoriano y se especializa en ofrecer un Mega-servicio en el sector ferretero, eléctrico y de pinturas con materiales y marcas líderes que buscan satisfacer las necesidades de sus clientes.

Su giro de negocio contribuye al desarrollo del país por medio de una importante cadena logística que ha permitido consolidar la marca Megaprofer en el sector ferretero ecuatoriano siendo ésta consolidación una base fundamental para alcanzar sus metas.

La empresa que hoy es Megaprofer inicia sus actividades comerciales hace 21 años con el nombre de Mi Ferretería en la ciudad de Ambato ofreciendo al consumidor final una cantidad limitada de materiales, enfrentando dificultades propias del comienzo de cualquier negocio, sin embargo, la responsabilidad, la perseverancia y la convicción de sus dueños hicieron que se logre vencer las etapas críticas consolidándose como un negocio próspero. En el año 1998 adopta el nombre comercial de PROFER (Proveedor Ferretero) e inicia actividades de distribución en las provincias centrales del país como Tungurahua, Chimborazo y Cotopaxi.

Se debe destacar la capacidad visionaria de negocio y la capacidad de generación de empleo que ha mantenido la empresa, creciendo permanentemente a lo largo del tiempo y generando confianza en sus clientes, proveedores de servicios y empleados, tratando de hacer grandes relaciones que permitan cambiar el enfoque del mercado hacia la distribución a ferreterías del centro del país, fue necesario para ello arrendar bodegas pequeñas para almacenamiento de materiales, consecuentemente las actividades operativas se hicieron más complejas porque el mercado se ampliaba cada año.

Este crecimiento se apoyó en la contratación de vendedores que cubran nuevas zonas geográficas del país respaldándose financieramente en el crédito de los proveedores y en el capital obtenido a través de préstamos con un banco de la ciudad gracias a la confianza generada por el cumplimiento de obligaciones siempre a tiempo, lo cual permitió adquirir materiales para cubrir la demanda generada por los nuevos clientes captados.

Un paso importante fue la adquisición de un local propio en el centro de la ciudad de Ambato en el año 2004 para oficinas y bodegas, con el fin de concentrar operaciones, sin embargo, pronto quedaría pequeño debido al acelerado crecimiento comercial pues ya no era solamente el centro del país el atendido, se incorporaron o se fortalecieron paulatinamente zonas más lejanas como Pichincha, Morona Santiago, Napo, Orellana, Sucumbíos e Imbabura.

Fue necesario arrendar otros espacios de almacenamiento de materiales para cubrir las necesidades de la distribución.

En el año 2007 se genera la idea de salir del centro de la ciudad hacia un espacio más amplio que permita operar con mayor fluidez, producto de lo cual se adquiere un terreno de cuatro mil metros cuadrados en la zona sur de la ciudad, sector de Huachi Belén vía a Riobamba, en el mismo año se inicia la construcción de una bodega cubierta de mil doscientos metros cuadrados y oficinas amplias de cuatrocientos metros cuadrados, posteriormente ampliadas hasta seiscientos metros cuadrados debido al crecimiento de operaciones con el fin de cubrir necesidades administrativas.

La actividad visionaria de sus dueños llevó a tomar la decisión de formar una verdadera empresa la cual fue creada en el año 2007 con el nombre de MEGAPROFER S.A. pero iniciando operaciones efectivas en Febrero de 2008. El día 19 de Julio de 2008 se plasmó el anhelo del traslado a las nuevas instalaciones, iniciando actividades el 23 del mismo mes, éste paso permitió crecer a un mejor ritmo de tal forma que se pudo ampliar operaciones a las Provincias de Esmeraldas, Azuay, Manabí, Cañar, Los Ríos, Loja, Zamora Chinchipe, Guayas y mejorar la cobertura de las provincias y zonas anteriormente atendidas.

En el año 2009 se decide emprender con la apertura de bodegas satélite para mejorar el servicio a clientes en las ciudades de Quito y Puyo; la base de sus resultados impulsó a abrir en el año 2010 bodegas satélite en ciudades como Guayaquil, Portoviejo, Ibarra, El Coca, Cuenca y finalmente Santo Domingo. El enfoque de dichas bodegas fue mantener materiales de marcas básicas que nos permitan ganar eficiencia en el servicio con disminución de costos de movilización. En el año 2012, debido al bajo monto de ventas y a los consecuentes costos operativos porcentuales se cerraron las bodegas de Ibarra, El Coca y Santo Domingo para asumir la atención de esos mercados exclusivamente desde la bodega matriz de Ambato, incrementando la frecuencia del servicio y la satisfacción de nuestros clientes, logrando así elevar ventas en dichas ciudades.

El crecimiento comercial ha sido constante de tal forma que, a mediados del año 2012 fue necesario tomar en arriendo una bodega de mil quinientos metros cuadrados para ser utilizada en almacenamiento de materiales de reserva, importados o de compra local que por negociaciones estratégicas de descuentos y precios debían ser aprovechadas con el fin de ganar rentabilidad y espacio de mercado.

En el mismo año 2012 se implementa el servicio de Dispensario Médico y la Unidad de Seguridad y Salud Ocupacional, se logra la certificación BASC (Alianza Empresarial para un Comercio Seguro), se obtiene la calificación AA- otorgada por Class

International Rating, se inician procesos de Gestión del Desempeño, Responsabilidad Social e Iso 9001:2008.

En el año 2015 se tomó la decisión de cerrar todas las bodegas satélites luego de un análisis de la oportunidad de incrementar frecuencias en el servicio a las provincias que serían afectadas con la finalidad de compensar el cierre anotado y poniendo a disposición de los clientes todo el portafolio de materiales bajo un esquema de servicio más frecuente y con la posibilidad de disminuir costos logísticos. Se contrató los servicios de London Consulting Group buscando fortalecer los procesos y mejorar los procedimientos y se obtuvo la calificación AA otorgada por Class International Rating.

En Marzo del año 2016 debido a que los resultados del trabajo de London Consulting Group no se proyectaban a conseguir lo que se buscaba se decidió suspender el proyecto para aplicar estrategias propias que permitan recuperar resultados financieros, es así que en el segundo semestre del año se logró ventas y rentabilidad alta que permitió compensar los bajos resultados del primer semestre.

II BASE LEGAL

Megaprofer S.A. es una empresa respetuosa de las leyes y reglamentos vigentes en el país. Se ha cumplido permanentemente con:

Impuesto a la renta

Retenciones en la fuente

Impuesto al valor agregado

Anexo transaccional

Avisos de entrada y salida, pago de aportes y fondos de reserva al IESS

Presentación de balances, informes gerenciales, informes de auditoría externa

Permiso de bomberos

Permiso anual de funcionamiento

Pago de patentes, pago de predios y contribuciones

Permiso de rótulos

Impuesto 1.5 por mil a los activos

Afiliación a Cámara de Comercio

Registros de marcas en el IEPI

Historial limpio en Central de Riesgos

Exámenes médicos al personal

Otros que la actividad propia lo demande.

III FILOSOFIA DE LA EMPRESA

La filosofía de la empresa se fundamenta en el desarrollo y crecimiento de sus clientes internos y externos formando una sociedad estrechamente relacionada y consciente de la importancia del respeto y apoyo mutuo buscando siempre el bienestar y progreso de su gente y nación.

MISION (2016)

Satisfacer las necesidades del mercado ferretero ecuatoriano, brindando un Mega-Servicio mediante atención personalizada, precios competitivos y talento humano competente.

VISION (2016)

Brindar e inspirar un Mega-Servicio en Ecuador

VALORES CORPORATIVOS

- 1.- Te Mega-Servimos
- 2.- Somos lo que decimos
- 3.- Sentimos la camiseta
- 4.- Luchamos hasta lograrlo
- 5.- Nos apasiona ser mejores día a día
- 6.- Hacemos más trabajando juntos
- 7.- Nuestra familia es importante
- 8.- Somos humildes

IV ANALISIS SITUACIONAL

ANALISIS INTERNO

La administración de la empresa se mantuvo estable durante el año 2016 para enfrentar todas las circunstancias adversas que se tuvo en el sector de la construcción. El compromiso, profesionalismo y la entrega de cada uno de los líderes de procesos ha sido fundamental para mantener a todo el equipo unido y entregado en bien de la empresa.

Estratégicamente se decidió suspender los servicios de la empresa London Consulting Group que fue contratada en Noviembre de 2015 para desarrollar e implementar mejoras que permita a la empresa ser más competitiva en áreas de la cadena de valor como Ventas, Compras, Proferreterías y Logística ya que los resultados esperados no fueron satisfactorios y fue necesario evitar riesgos mayores en el aspecto financiero.

El personal se incrementó en 4.5%, pues, pasó de 220 personas en el año 2015 a 230 personas en el año 2016 en su cantidad global, sin considerar la rotación durante el ejercicio, éste incremento se tuvo principalmente por la gestión en Compras, Ventas y Logística.

Se han manejado todos los aspectos en base a leyes y reglamentos vigentes.

Los residuos generados son clasificados internamente para facilitar el reciclaje que realizan personas dedicadas a esa labor, evitando en gran medida la contaminación aunque se debe mencionar que el giro de negocio de la empresa le clasifica como de bajo impacto ambiental.

No se ha discriminado, se ha respetado permanentemente toda condición humana.

Se ha cumplido con el personal de capacidades especiales en base a lo estipulado por el Ministerio del Trabajo.

Se ha cumplido con afiliaciones al IESS, pago de remuneraciones puntuales, utilidades, capacitaciones, etc.

Se han mantenido relaciones comerciales sinceras, sin aprovechamiento de los clientes.

El departamento de Talento Humano aunque se ha visto afectado por rotación alta de personal se ha constituido en un pilar fundamental dentro de la organización ya que ha mantenido procesos de selección de personal en base a Competencias, garantizando la mejor selección y capacidad en cada área de la empresa, buscando siempre los mejores resultados internos pero atendiendo a la vez las necesidades personales y laborales de todos los colaboradores.

El esquema de comercialización de Megaprofer incluyó la apertura en Ambato de tres Proferreterías más en los meses de Enero, Marzo y Septiembre para la venta directa al consumidor pero también incluyó el cierre de un local en el mes de Octubre por ventas bajas para terminar el año con un total de cuatro Proferreterías, llegando éste esquema de comercialización a representar el 1% de las ventas totales de la empresa; la mayor venta queda claro, se la realiza por medio de la distribución a través de la

búsqueda y captación de clientes que tienen locales de venta de materiales de ferretería, almacenes de venta de pintura y almacenes de venta de materiales eléctricos, verificando que tengan solvencia probada y referencias comerciales confiables, aplicando un seguimiento permanente de su comportamiento económico con la empresa en lo referente a forma de pago (cheque o efectivo) y plazo de pago.

En el año 2016 se implementó la realización de tres Ferias en las ciudades de Quito, Guayaquil y Ambato con el objetivo de ofrecer condiciones especiales de negocio, apalancados en beneficios puntuales recibidos de nuestros proveedores que fueron trasladados a nuestros clientes logrando resultados positivos que se constituirán en la base para realizar nuevos eventos similares en el año próximo.

ANÁLISIS EXTERNO

La importancia de nuestras importaciones y en general el giro de nuestro negocio han hecho que nos mantengamos atentos a la situación externa relacionada principalmente con la evolución de los precios internacionales de materias primas como el cobre, el acero, el zinc, el níquel, el petróleo y otros que son base importante para la fabricación de los materiales que la empresa adquiere para sustentar su actividad y que han permitido tomar decisiones oportunas para compras y ventas estratégicas.

A lo largo de todo el año se ha tenido que considerar los Reglamentos Técnicos implementados por el INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) y que han tenido como objetivo establecer requisitos técnicos y de calidad que permitan que el consumidor nacional tenga productos con altos estándares de calidad pero que paralelamente ha significado incrementar costos y consecuentemente precios de venta, pero sobretodo porque se ha limitado de parte del gobierno el cupo de importaciones a productos regulados con normas INEN, quitándonos la posibilidad de importar dos marcas de cerraduras que ya las teníamos y otros materiales importantes para nuestro mercado. Una tercera marca de cerraduras ha sido afectada directamente ya que las certificaciones y la demora en los trámites adicionales no permitió importar todo lo que el mercado demandaba, se ha tenido sin embargo el apoyo del proveedor peruano para obtener paulatinamente los certificados de calidad exigidos y volver así a importar varios modelos.

Como los períodos anteriores, una base importante para el mantenimiento y desarrollo del negocio ferretero es el respaldo por el envío de remesas desde el exterior a nuestro país que en los tres primeros trimestres fue de \$1.930 millones, proyectando a \$2.574 millones al final del año 2016 que frente a US\$ 2.378 millones del año 2015 representaría un importante crecimiento aproximado de 8.2%, que se constituye en importante aporte para que el sector de la construcción tienda a recuperarse.

Esta recuperación se da en base a la coyuntura económica de países como Estados Unidos, España e Italia donde residen gran cantidad de emigrantes ecuatorianos. Las provincias que más recibieron remesas el año 2016 en su orden fueron: Guayas, Azuay, Pichincha y Cañar base importante de nuestra gestión.

Otro factor importante a considerar es la inflación que en el año 2016 se ubicó en el 1.12%, siendo mucho menor a la registrada en el año 2015 que fue de 3.38% lo cual permite que el poder adquisitivo de la población casi no se vea afectada.

La apreciación del dólar frente a monedas de países vecinos como Colombia y Perú generó medidas gubernamentales tendientes a la imposición de salvaguardias que además de otras medidas tomadas anteriormente como Normas Inen y cupos de importación afectaron a nuestras compras en esos países.

Como principales empresas que nos generan competencia en el mercado ferretero se pueden mencionar a Gerardo Ortiz., Promesa, Compañía Ferremundo, Demaco, Importador Ferretero Trujillo, El Hierro, Comercial Kywi, etc. que son empresas que se desenvuelven en el mismo mercado nuestro pero que permiten y obligan a tomar estrategias oportunas para mejorar la calidad de servicio y evitar que el precio de venta y el plazo de pago sean los únicos factores considerados para la decisión de compra del cliente.

Cabe mencionar negativamente la influencia de negocios y empresas que no terminan de regularizarse en sus operaciones y mantienen una tendencia a la evasión de impuestos generando una competencia desigual pero que afortunadamente cada año es menor.

Desde el año 2014 se ha tenido una disminución drástica de los precios del petróleo influenciados entre otros factores por la desaceleración de la economía China, caída de la demanda en Europa, aumento de la producción, mejoría de las relaciones de occidente con Irán, etc. que han llevado en el 2016 a tener precios desde \$31.78/barril en Enero hasta \$52.17/barril en Diciembre con una tendencia al alza que favorece la recuperación de nuestra economía. Estos precios bajos han continuado afectando la economía ecuatoriana, disminuyendo significativamente sus ingresos e incidiendo directamente en la baja de la inversión no estratégica afectando así al mercado ferretero.

Otros factores importantes a considerar son los precios internacionales de materias primas como el cobre que pasó de un promedio de US \$2.1 por libra a inicios de año a prácticamente US\$ 2,50 por libra a finales del 2016 (+19%), permitiendo compensar con precio el mercado de conductores eléctricos. Los metales en general han mostrado tendencia al alza lo que ha permitido aplicar estrategias comerciales por diferencia de costos de reposición de inventarios.

V ACTIVIDADES DESARROLLADAS

LOGISTICA:

Las operaciones de la empresa se basaron en mantener su inventario de materiales en dos bodegas en la ciudad de Ambato que como años pasados prácticamente quedaron saturadas al final del 2016 debido a la necesidad de importar y/o comprar

localmente grandes cantidades de materiales con el fin de enfrentar el tradicional incremento de la demanda del mes de Enero luego de los feriados de Navidad y año nuevo.

El esquema logístico tuvo variantes frente al año 2015, pasando desde un despacho consolidado por ruta hasta un despacho por cliente con entrega directa al transporte y con modificación en los horarios de trabajo para favorecer la mejora del nivel de servicio a clientes de todo el país ya que los pedidos fueron recibidos hasta las 17h20 para ser entregados al día siguiente, con un control logístico casi total desde Matriz ya que solo en Guayaquil se mantienen operaciones de cross docking controladas con una persona de Megaprofer pero con una estructura muy simple y a bajo costo. Se modificaron procedimientos y horarios de Recepción, Almacenamiento y Despacho llegando a tener una capacidad operativa para desalojar hasta \$700.000 en una jornada de 16 horas.

La gestión de reparto a clientes se continuó realizando con transportistas particulares bajo un esquema de planificación de rutas con días definidos de embarque y entrega, además, se mejoró capacidad de respuesta ante ventas extraordinarias que se pudieran generar en cualquier zona del país, siempre buscando optimizar los costos. Logística debió asumir el reto de mejorar el nivel y frecuencias en el servicio a clientes de la zona central del país pasando por ejemplo a entregas diarias en las provincias de Cotopaxi y Chimborazo, también se mejoró la frecuencia en la provincia de El Oro. Para toda la operación logística la empresa se apoyó en 53 camiones para embarques y reparto a nivel nacional.

VENTAS:

La meta de ventas netas planteada para el año 2016 fue de US \$70.663.332, cumpliendo solamente con US\$ 62'136.914 equivalentes al 87.9% a pesar del importante aporte y esfuerzo de cada uno de los empleados de la empresa. La zona 1 aportó con el 23.8% de ventas, la zona 2 aportó con el 40.8% de ventas, la zona 3 aportó con el 16.5% de ventas y la zona 4 aportó con el 17% de ventas.

Las provincias con mayor venta en el país son Pichincha con el 27.8%, Guayas con el 9.2% y Tungurahua con el 8.8%.

Las marcas que más se vendieron fueron Incable, Ideal Alambrec y Ferretería en general.

Nuestros mayores clientes, Profermaco, Trecx y comercial MY suman el 4.2% del total de ventas.

Dos marcas como Plastigama y Acesco tuvieron juntas una disminución significativa de US\$2'100.000 en ventas debido a problemas de abastecimiento desde las fábricas.

Las dos marcas que más crecieron en monto de ventas en su orden fueron Veto y Square D sumando US\$2'013.000.

La empresa continuó con el montaje de nuevos locales de venta al público en la ciudad de Ambato denominado PROFERRETERIAS, en un proyecto que va enfocado

a captar el mercado directo de los consumidores finales para tener el eslabón más importante de la cadena de suministro y que serán modeladas para crear una cadena de franquicias. A lo largo del período se abrieron tres nuevos locales enfocados a los segmentos de acabados, eléctrico y pinturero respectivamente, sin embargo el primer local abierto el año 2015 se tuvo que cerrar debido a ventas bajas, culminando el año con cuatro locales en funcionamiento.

Uno de los aspectos a destacar en la compañía es el incremento de la rentabilidad que con ventas prácticamente similares al año anterior creció el 1.5% frente a la rentabilidad del año 2015, apalancado principalmente en la gestión del segundo semestre del año todo en base a manejo cuidadoso de costos, precios y políticas de venta que estuvieron monitoreadas cercanamente.

COMPRAS:

El año 2016 Megaprofer realizó tres ferias Ferreteras en Quito, Guayaquil y Ambato alcanzando ventas por un monto de \$2.663.000 en base a apoyo directo de proveedores con descuentos, ofertas y premios destinados a los clientes.

Se implementó la edición mensual de la revista MEGAOFERTAS con un tiraje de 1.000 ejemplares. Se implementó la estrategia del e-mailing en Marketing para llegar a 3682 clientes con ofertas e información.

El método para realizar abastecimientos se modificó buscando tener mayor eficiencia y optimización de recursos, disminuyendo la venta perdida y los items con stock cero.

En éste período se logró obtener la importación directa de marcas como Irmo y Bahco, adicionalmente se incorporó marcas locales como Master, Titania, Ecuacable (descontinuada por estrategia).

Las importaciones de la empresa disminuyeron 20% ya que en el año 2016 llegó a US\$ 5'245.868 frente a US\$ 6'565.927 del año 2015, sin embargo, es destacable que tratando de optimizar recursos el número de procesos de importación pasaron de 52 en el año anterior a 124 en el año 2016, destacando la colocación de pedidos de materiales nuevos como papel tapiz, vinyl, bisagras y carburo de calcio; se retomó procesos de canaletas y brea . Los países de los cuales se importó principalmente son China, Perú, Colombia, México, España, Chile, Estados Unidos, Holanda, Panamá, Sudafrica, India.

En base a gestiones conjuntas de las áreas Comercial y Compras se alcanzaron los objetivos de "rebates" en marcas como FV, Ideal Alambrec, Pinturas Cóndor, Plastidor, Plastigama, Fandeli, Bellota, Abro que contribuyeron significativamente a la rentabilidad final de la empresa.

TECNOLOGIA DE LA INFORMACION:

Se implementó un nuevo registro digital de visitantes y transportistas, se implementó una nueva versión de central telefónica; se implementó la página web de Proferreterías y el envío de correos masivos a través de la plataforma GoDaddy. Se apoyó permanentemente a todos los procesos de la empresa.

Se continuó con el desarrollo del ERP ATIX contratado con Alquimiasoft y que deberá entrar en funcionamiento en el año 2017.

TALENTO HUMANO:

Desde finales del año 2015 y en el transcurso de año 2016 se ha tenido tres personas al frente del departamento, sin embargo, se debe destacar el levantamiento de 23 procesos de Talento Humano con la firma consultora Paredes & Asociados; ingreso del 100% del personal en sistema de gestión ATIX; levantamiento de perfiles de cargos; actualización y organización de archivos físicos, evaluación al 100% del personal en Sistema de Gestión de Desempeño.

En el área de Talento Humano se ha trabajado con la finalidad de realizar una selección de personal acorde a las necesidades de la empresa tanto en el departamento administrativo como en el de comercialización y de bodega, aplicando la selección de personal por Competencias y evaluaciones permanentes en base a Gestión de Desempeño

En el área de Sistemas de Gestión se afrontó una auditoría de control BASC y el hecho más importante alcanzado en el año 2016 es la re-certificación de éste sistema que es una norma en Control y Seguridad.

SEGURIDAD INDUSTRIAL Y SALUD OCUPACIONAL:

Con el apoyo y control del área de Seguridad y Salud en el Trabajo se clasificó para reciclaje 3.297,4 kg de materiales plásticos, 14.569,5 kg de materiales como papel y cartón y 1.781 kg de metales. El trabajo de inducción y concientización sobre los riesgos laborales permitió alcanzar el gran objetivo de no tener accidentes con baja médica demostrando consolidación de la gestión ya que se bajó de 4 accidentes en el 2014 a 2 accidentes en el 2015 y a cero accidentes en el 2016. Al 31 de Diciembre se completó un total de 415 días sin accidentes de trabajo con baja médica.

El Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo tuvo un cumplimiento del 83.54% que se considera aceptable ya que la base es 80%.

ADMINISTRACION DE PEDIDOS:

CREDITO: Se aprobaron 609 solicitudes de crédito a nuevos clientes; se renovó el seguro de crédito con Coface protegiendo a la empresa a través de la presentación de 51 reclamos de cobertura por un monto de US\$327.000 habiendo recuperado \$37.000 a Diciembre de 2016 y teniendo gran posibilidad de recuperar valores del 88% reclamado.

FACTURACION: El procedimiento de facturación se mejoró mediante la automatización de la aprobación de precios permitiendo la reducción de una persona y la optimización de recursos en impresiones de documentos. Se refacturó un promedio de US\$125.000 mensuales contribuyendo así a la rentabilidad de la empresa.

COBRANZAS: El crecimiento de la cartera fue del 24% frente al año 2015 debido a que el promedio de la recuperación de cartera pasó del 75% al 65.85% en el 2016, consecuentemente el promedio de recuperación de cartera subió de 74 a 86 días. Una buena labor se cumplió en cartera vencida ya que se bajó de 13.74% a 12.82%.

CALL CENTER: Logró incrementar las ventas mensuales desde US\$522.000 a US\$720.000 representando prácticamente un 14% de las ventas de la empresa.

CONTABILIDAD:

El departamento de Contabilidad se mantiene estable en sus líderes y muy bien estructurado, manteniendo la información disponible para los directivos y organismos de control; se mantiene el informe mensual denominado "Reporte Gerencial" que resume los aspectos más importantes de los resultados operativos de la empresa mes a mes.

VI CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES

Se ha cumplido oportunamente con disposiciones y requisitos para obtener el permiso de funcionamiento, pagos al Municipio de Ambato, permiso del Cuerpo de Bomberos, afiliaciones y pagos puntuales al IESS, Superintendencia de Compañías, declaraciones mensuales al Servicio de Rentas Internas, Cámara de Comercio, etc.

VII CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES DE JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Durante el año 2016 se realizaron tres Juntas Generales de Accionistas para tratar diversos aspectos importantes para el desempeño de la empresa, las mismas fueron realizadas en las siguientes fechas destacando los asuntos que se detallan:

NUMERO	FECHA	ASUNTO PRINCIPAL
01	13-04-2016	Informes de Administradores, Comisario, Auditoría Externa del año 2015. Nombramiento firma Auditoría Externa y Comisario para 2016. Aprobación balances 2015. Resoluciones sobre destino de resultados
02	25-08-2016	Designación de Gerente General y Presidente de la compañía.

03 10-10-2016 Aprobación para distribución de dividendos.

Todas las disposiciones y resoluciones tomadas en cada Junta General han sido cumplidas a cabalidad.

VIII ENDEUDAMIENTO BANCARIO

Se ha trabajado principalmente con el Banco Internacional debido a que nos ofertó mejores condiciones tanto en cupo de crédito como en tasas. Los créditos realizados con bancos han sido a corto plazo y han servido para utilizarlo como capital de trabajo para incrementar las compras de inventario de materiales que soporte el crecimiento en ventas y que consecuentemente permita extender los montos de crédito a clientes nuevos y antiguos y además permita soportar el incremento del 16% de la cartera de clientes. Se ha puesto como garantías la bodega, oficinas y terreno adjunto de las instalaciones matriz, terreno de Quito y una parte del inventario existente en bodega.

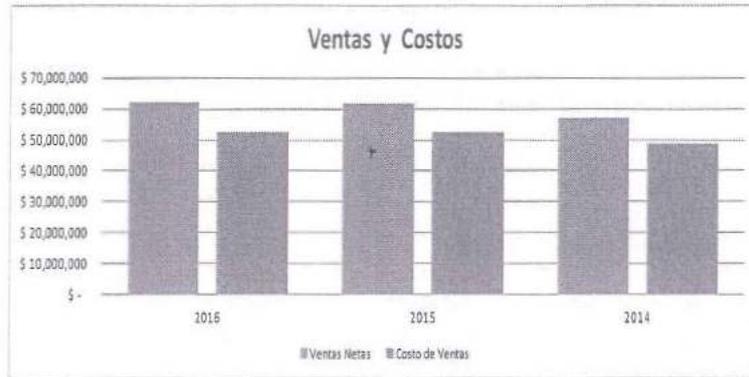
IX SITUACION FINANCIERA AL CIERRE DE 2016

La información utilizada para el presente análisis corresponde a los Estados Financieros auditados del año 2015 y los Estados Financieros finales del año 2016.

Análisis de Resultados

Las ventas netas en el año 2016 ascienden a US\$ 62.14 millones, presentando un incremento del 0,66% respecto del año 2015 donde se alcanzó un valor neto de US\$ 61.72 millones, lo que demuestra un crecimiento mínimo pero alentador debido a la realidad del país, apoyado fundamentalmente por las estrategias comerciales, mejor cobertura y servicio a nivel nacional y precios competitivos.

Los costos en el año 2016 representan el 84,83% de las ventas netas, con un valor de US\$ 52.71 millones, en el año 2015 los costos fueron de 84.86% con un valor de US\$ 52.38 millones, lo que demuestra que la empresa optimizó sus operaciones, logrando mejorar progresivamente su margen bruto, pues va ganando capacidad de negociación con sus asociados de negocios.



Fuente: MEGAPROFER S.A.

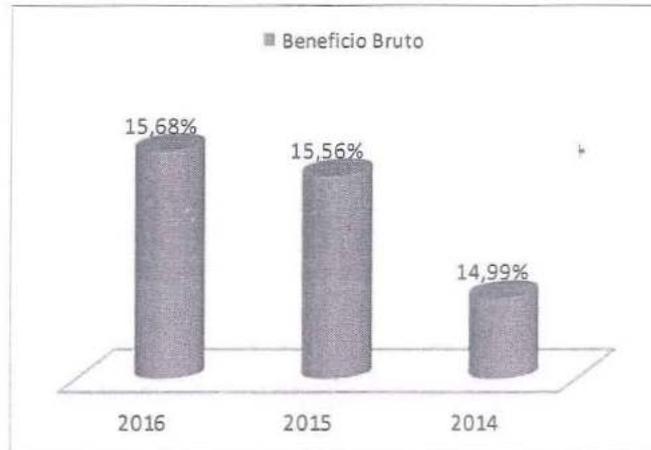
	2016	2015	2014
Ventas Netas	\$ 62,136,914	\$ 61,729,979	\$ 56,917,860
Costo de Ventas	\$ 52,713,782	\$ 52,382,549	\$ 48,572,588

Una visión general de los incrementos anuales de ventas en los años 2014, 2015 y 2016 es como sigue:



	2016	2015	2014
Ventas Netas	0.66%	8.45%	9.84%

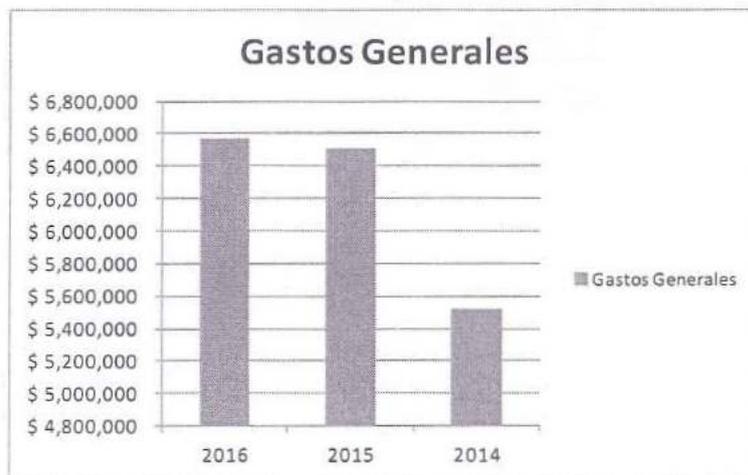
La utilidad bruta que genera la empresa en cada ejercicio económico permite que se cubra plenamente los gastos operacionales, en el año 2016 ésta utilidad alcanza el 15,70% con relación a las ventas netas mientras que en el año 2015 fue de 15,56%, en el 2014 fue de 14,99%, lo que demuestra plenamente un adecuado manejo de los costos.



Fuente: MEGAPROFER S.A.

	2016	2015	2014
Utilidad Bruta	\$ 9.433.180	\$ 9.347.430	\$ 8.345.271

El crecimiento de actividades siempre determina mayor requerimiento de gastos sin embargo este año se tuvo un decremento de 2,51% en el total de gastos generales (administrativos, ventas y bodega) con relación al año 2015, se puede mencionar que se ha trabajado en el control de los mismos y todos estos gastos incurridos han sido los estrictamente necesarios para el normal funcionamiento de la empresa, el total de gastos de explotación representan el 10,21% con relación a las ventas netas, en el año 2015 representaban el 10,54% con relación a las ventas netas.



Fuente: MEGAPROFER S.A.

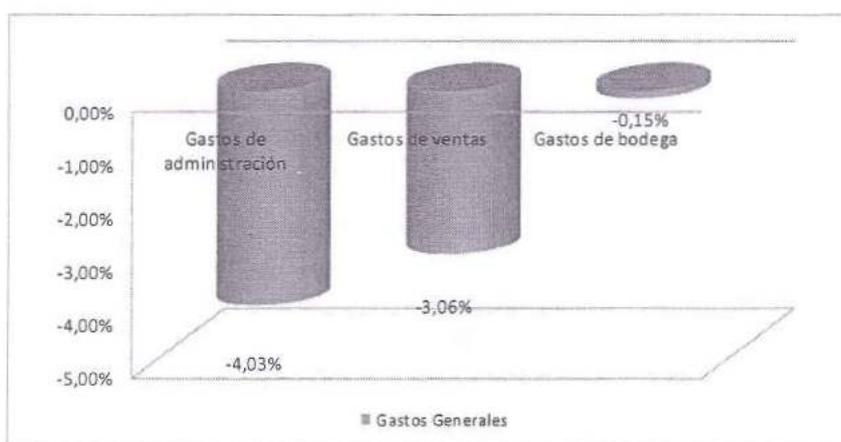
	2016	2015	2014
Gastos Generales	\$ 6.343.331	\$ 6.506.685	\$ 5.770.052
	10,21%	10,54%	10,14%

Aunque durante el año 2016 ha existido un trabajo arduo en el control de todos los gastos, podemos mencionar que en los gastos administrativos en comparación al año 2015 se presenta una baja del (4,03%).

Los gastos de venta bajaron el (3,06%) con relación al año 2015, la disminución fue debido a que por la situación económica del país el personal de ventas ha tenido inconvenientes en la recaudación de la cartera lo que afecta directamente en el pago de sus comisiones.

Para el 2016 en los gastos de bodega existió un decrecimiento de (0,15%) en comparación al año 2015 esto sucedió principalmente por el mejoramiento del servicio ya que esto genera que se incurra en menos Gastos de Fletes de Mercadería a Clientes y Proveedores, Gastos Transporte Importaciones, Gastos Gestión de Importaciones, Gastos Sueldos Unificados, Horas Extras y Beneficios de Ley, entre los principales.

En la línea final la suma de todos estos gastos generó que exista una baja total en Gastos Generales del (2,51%) en comparación al año 2015.



Fuente: MEGAPROFER S.A.

	2016	2015	VARIACIÓN	
Gastos de administración	\$ 2.338.215	\$ 2.436.317	\$ (98.102)	-4,03%
Gastos de ventas	\$ 1.964.313	\$ 2.026.400	\$ (62.086)	-3,06%
Gastos de bodega	\$ 2.040.803	\$ 2.043.969	\$ (3.165)	-0,15%

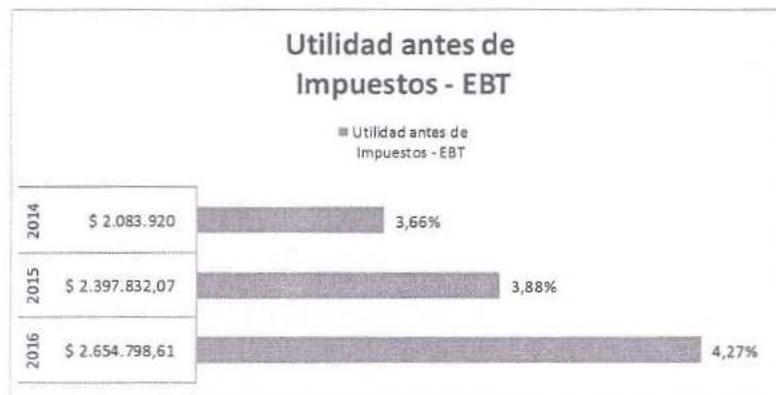
En el 2016 en el grupo de los gastos financieros podemos mencionar que existió una disminución del 3.94% con relación al año 2015, esto debido a que se ha realizado una programación y mejor manejo en la obtención de préstamos.



Fuente: MEGAPROFER S.A.

	2016	2015	VARIACIÓN
Gastos financieros	\$ 556.053,37	\$ 578.874	\$ (22.820) -3,94%

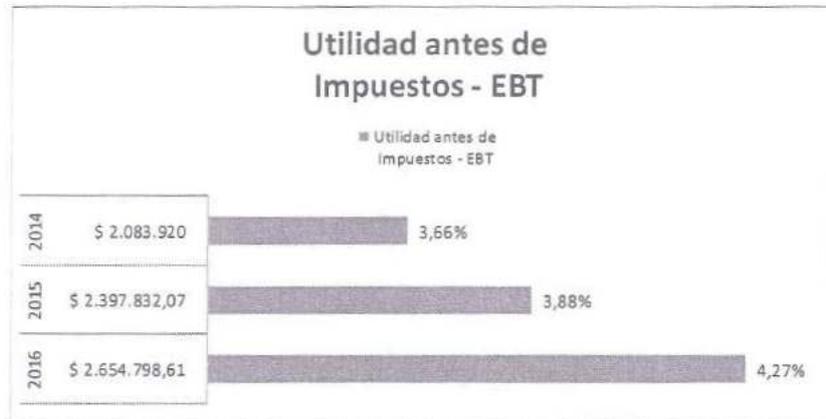
En el 2016 la utilidad antes de impuestos (EBT) alcanza US\$ 2.65 millones, que representa el 4,27% de las ventas netas; existiendo un incremento del 10,72% con respecto al año 2015.



Fuente: MEGAPROFER S.A.

	2016	2015	2014
Utilidad antes de Impuestos - EBT	\$ 2.654.798,61	\$ 2.397.832,07	\$ 2.083.920
	4,27%	3,88%	3,66%

De esta forma, se puede observar que la utilidad neta (luego de participación laboral e impuestos) llega a superar el año 2015 en términos monetarios y frente a las ventas netas, pues pasa de representar el 2,48% en el 2015, con un valor de US\$ 1.53 millones; al 2,78% para el 2016 con US\$ 1.73 millones.



Fuente: MEGAPROFER S.A.

	2016	2015	2014
	\$ 1.729.065	\$ 1.529.505	\$ 1.368.913
Beneficio Neto	2,78%	2,48%	2,41%

Análisis del Balance General

Los activos totales de la empresa año tras año presentan un crecimiento continuo, pasando de US\$ 23.39 millones en el año 2015 a US\$ 25.99 millones para el 2016, las cuentas más representativas son:

Cuentas por Cobrar (Clientes): Constituidas principalmente por las ventas a crédito a clientes, que ascienden a la suma de US\$ 14.95 millones y que significan el 61,27% de los activos corrientes y el 57,53% de los activos totales.

Inventarios: En esta cuenta se registra el inventario para la venta, rubro que alcanza un valor de US\$ 7.47 millones y que representa el 30,61% de los activos corrientes y el 28.75% con respecto al activo total.

Los Activos Fijos Netos representan el 6,10% del total del Activo.

Activo	2016	% Act. Total	% Act. Corriente
Clientes	\$ 14.954.515	57,53%	61,27%
Inventarios	\$ 7.471.971	28,75%	30,61%
T. Activo Corriente	\$ 24.408.772		

T.Activo Fijo Neto	\$ 1.584.941	6,10%
---------------------------	---------------------	--------------

Total Activos	\$ 25.993.713
----------------------	----------------------

Fuente: MEGAPROFER S.A.

Los pasivos totales de la empresa desde el inicio de las operaciones han sido financiados en su mayoría por los proveedores, en el año 2016 el total de obligaciones representan el 66,16%, donde alcanzaron un valor de US\$ 17.19 millones. Las cuentas más representativas son:

Cuentas por Pagar Comerciales: Constituidas principalmente por compras a crédito a proveedores, que ascienden a la suma de US\$ 10.44 millones a diciembre de 2016 y que significan el 62,66% de los pasivos corrientes y el 40,15% con relación al total de los activos. Vale señalar que este rubro es la cuenta dominante dentro de los pasivos durante todo el período analizado.

Obligaciones Financieras y Bancarias: En esta cuenta se registra los créditos que la empresa ha contraído con instituciones bancarias, las que suman US\$ 4.96 millones a diciembre de 2016 que significan el 29,79% de los pasivos corrientes y el 19,09% con relación a los activos totales.

Los pasivos no corrientes al 2016 están constituidos por Emisión de Obligaciones y préstamos a largo plazo por parte de la banca privada, que con un valor de US\$ 0.21 millones representan el 0,81% con relación a los activos totales.

Total Activos	\$ 25.993.713
----------------------	----------------------

Pasivo	2016	% Pas. Corriente	% Act. Total
Proveedores	\$ 10.437.083	62,66%	40,15%
Obligaciones Bancarias	\$ 4.962.035	29,79%	19,09%
T. Pasivo Corto Plazo	\$ 16.657.719	64,08%	

Pasivo	2016	% Pas. LP	% Act. Total
Emisión de Obligaciones	\$ 209.752	38,79%	0,81%
Préstamos Bancarios LP	\$ 10.334	1,91%	0,04%
T. Pasivo Largo Plazo	\$ 540.693	2,08%	

Total Pasivo	\$ 17.198.412	66,16%
---------------------	----------------------	---------------

Fuente: MEGAPROFER S.A.

El patrimonio de la empresa presenta igualmente una tendencia creciente desde el inicio de las actividades y para el 2016 llega a US\$ 8.79 millones. El crecimiento del patrimonio se da fundamentalmente por la acumulación de utilidades de cada ejercicio económico.

	2016	2015	2014
Total Patrimonio	\$ 8.795.301	\$ 7.263.308	\$ 6.006.420

INDICADORES FINANCIEROS

ANALISIS FINANCIERO

1- Ratios de Operación o Actividad

	2016	2015
Rotación de clientes=	4,16	5,13
Rotación de proveedores=	5,25	5,74
Rotación de inventario=	7,05	7,57
Días promedio de cobro=	87	70
Días promedio de pago=	69	63
Días promedio de inventario=	51	48
Ciclo de Conversión del Efectivo=	69	55

2- Ratios de Rentabilidad

	2016	2015
Margen de Rentabilidad Bruta=	15,57	15,56
Margen de Rentabilidad Neta=	4,27	3,88
Rendimiento de los Activos=	23,47	24,92
Rendimiento de los Recursos Propios=	19,66	21,06
ROE=	19,66	21,06

3- Ratios de Endeudamiento

	2016	2015
Endeudamiento sobre el Patrimonio= (D/E)	60,96	71,70
Endeudamiento sobre los Activos=(D/A)	37,87	41,76

4- Ratios de Liquidez

	2016	2015
Razón Corriente o de solvencia =	1,47	1,50
Prueba Acida =	1,02	1,01
Razón de caja =	0,02	0,05

Fuente: MEGAPROFER S.A.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Ratios de Operación o Actividad

Rotación de Clientes.- Se logra cobrar a nuestros clientes 4,16 veces en el año.

Días promedio de cobro.- La empresa tuvo un promedio de cobro de 87 días en el año 2016.

Rotación de Proveedores.- Durante el año hemos cancelado 5,25 veces a nuestros proveedores.

Días promedio de pago.- La empresa cancela sus obligaciones con los proveedores en 69 días en el año.

Rotación de Inventarios.- En el año se ha logrado vender 7,05 veces el inventario disponible.

Días promedio de inventario.- En un lapso de 51 días la empresa mueve su mercadería.

Ciclo de Conversión del Efectivo.- La empresa tiene una demora de 69 días para generar efectivo.

Ratios de Rentabilidad

Margen de Rentabilidad Bruta.- Este indicador ha tenido una mejora, en el año 2016 la utilidad bruta alcanza el 15,57% es decir existió un incremento de 0,01% con relación al año 2015.

Margen de Rentabilidad Neta.- Para el año 2016 la utilidad neta después de participación de trabajadores e impuestos es de 4,27% mejorando con relación al año 2015.

Rendimiento de los Activos (ROA).- En este año la capacidad de los activos para producir resultados operativos fue de 23,47%.

Rendimientos de los Recursos Propios (ROE).- La rentabilidad que posee la inversión de los accionistas en el 2016 fue un 19,66%.

Ratios de Endeudamiento

Endeudamiento sobre el Patrimonio.- Este indicador nos demuestra que la empresa tiene comprometido el 60,96% de su Patrimonio, a pesar de estar endeudada no posee un riesgo de iliquidez.

Endeudamiento sobre el Activo.- En el año 2016 el 37,87% de los activos totales se encuentra financiada con deuda onerosa, el restante 62,13% son recursos propios aportados por los accionistas.

Ratios de Liquidez

Razón corriente o de solvencia.- La empresa en el 2016 posee US\$ 1.47 lo que significa que por cada dólar corriente que debe tiene capacidad de pago de \$ 1.47 es decir un excedente de 0,47 centavos.

Prueba ácida.- Si restamos el inventario al activo corriente nos encontramos que la empresa posee US\$ 1.02, lo que significa que puede cubrir sus pasivos corrientes a razón de 1 a 1 y aun tiene un excedente de 0.02 centavos para otros pagos.

Razón de Caja.- Por la magnitud de la empresa y de sus movimientos para cancelar las deudas corrientes solo posee US\$ 0,02 para cada dólar de endeudamiento.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Como principales fuentes de financiamiento de la empresa podemos citar a las siguientes:

Dentro de las fuentes de financiamiento internas sobresalen las aportaciones de los socios (capital social), el cuál asciende a la suma de \$ 860.000,00.

La fuente de financiamiento más fuerte durante todos los años son los Proveedores y actualmente equivale al 40,15% del total de los Activos, se genera mediante la adquisición o compra de inventarios que la empresa utiliza en su operación diaria.

Podemos citar también las utilidades no distribuidas a los accionistas, las reservas legales y la utilidad generada en el ejercicio.

Se encuentra también los créditos de la banca privada los cuales equivalen al 19,09% en el corto plazo y el 0,04% a largo plazo con relación al total de los activos y están respaldados con prendas de inventario e hipotecas reales.

Finalmente podemos mencionar que la incursión de la empresa en la Bolsa de Valores a través de la Segunda Emisión de Obligaciones constituyo una fuente de financiamiento extra para el funcionamiento y crecimiento de la empresa y se cancelará en su totalidad en marzo del 2017.

ANEXOS

Estado Situación Financiera		ANALISIS HORIZONTAL		
Activo	2016	2015	\$	%
Caja	\$ 338.880,58	\$ 672.834,71	\$ (333.954,13)	-49,63%
Clientes	\$ 14.954.515,05	\$ 12.033.773,60	\$ 2.920.741,45	24,27%
Cuentas por Cobrar	\$ 441.280,17	\$ 399.696,80	\$ 41.583,37	10,40%
Inventarios	\$ 7.471.970,50	\$ 6.923.661,62	\$ 548.308,88	7,92%
Anticipo Proveedores Impto	\$ 907.877,53	\$ 869.644,70	\$ 38.232,83	4,40%
Seguros Prepagados	\$ 39.864,50	\$ 54.494,01	\$ (14.629,51)	-26,85%
Otros activos corrientes	\$ 254.383,76	\$ 252.610,97	\$ 1.772,79	0,70%
T. Activo Corriente	\$ 24.408.772,09	\$ 21.206.716,41	\$ 3.202.055,68	15,10%
Activos Fijos				
Terrenos	\$ 725.000,00	\$ 725.000,00	\$ -	0,00%
Edificios	\$ 650.000,00	\$ 650.000,00	\$ -	0,00%
Muebles de Oficina	\$ 121.398,27	\$ 109.991,36	\$ 11.406,91	10,37%
Equipos de Oficina	\$ 28.246,31	\$ 26.329,66	\$ 1.916,65	7,28%
Equipos de Computación	\$ 112.735,20	\$ 72.853,84	\$ 39.881,36	54,74%
Vehículos	\$ 290.067,02	\$ 272.216,09	\$ 17.850,93	6,56%
Maquinarias	\$ 71.803,76	\$ 71.803,76	\$ -	0,00%
Deprec. Acumulada	\$ (493.118,58)	\$ (373.478,68)	\$ (119.639,90)	32,03%
Software	\$ 78.809,29	\$ 39.000,00	\$ 39.809,29	102,08%
T. Activo Fijo Neto	\$ 1.584.941,27	\$ 1.593.716,03	\$ (8.774,76)	-0,55%
Total Activos	\$ 25.993.713,36	\$ 22.800.432,44	\$ 3.193.280,92	14,01%
Pasivo	2016	2015	\$	%
Proveedores	\$ 10.437.082,94	\$ 9.264.499,51	\$ 1.172.583,43	12,66%
Gastos Acumulados	\$ 1.003.888,97	\$ 745.868,28	\$ 258.020,69	34,59%
Impuestos por Pagar	\$ 150.830,10	\$ 129.907,48	\$ 20.922,62	16,11%
Deuda de Corto Plazo	\$ 103.882,13	\$ 158.584,48	\$ (54.702,35)	-34,49%
Obligaciones Bancarias	\$ 4.962.034,87	\$ 3.801.115,54	\$ 1.160.919,33	30,54%
T. Pasivo Corto Plazo	\$ 16.657.719,01	\$ 14.099.975,29	\$ 2.557.743,72	18,14%
Pasivo Largo Plazo				
Préstamos Accionistas	\$ -	\$ 60.364,72	\$ (60.364,72)	-100,00%
Emisión de Obligaciones	\$ 209.752,17	\$ 1.049.161,17	\$ (839.409,00)	-80,01%
Préstamos Bancarios LP	\$ 10.333,71	\$ 137.632,57	\$ (127.298,86)	-92,49%
Pasivos largo plazo	\$ 320.607,00	\$ 189.991,00	\$ 130.616,00	68,75%
T. Pasivo Largo Plazo	\$ 540.692,88	\$ 1.437.149,46	\$ (896.456,58)	-62,38%
Total Pasivo	\$ 17.198.411,89	\$ 15.537.124,75	\$ 1.661.287,14	10,69%
Patrimonio				
Capital Social	\$ 860.000,00	\$ 860.000,00	\$ -	0,00%
Reservas	\$ 553.734,51	\$ 515.799,06	\$ 37.935,45	7,35%
Utilidades Acumuladas	\$ 5.652.502,18	\$ 4.358.004,10	\$ 1.294.498,08	29,70%
"Utilidad del Ejercicio"	\$ 1.729.064,78	\$ 1.529.504,53	\$ 199.560,25	13,05%
Total Patrimonio	\$ 8.795.301,47	\$ 7.263.307,69	\$ 1.531.993,78	21,09%
Total Pas. + Patri.	\$ 25.993.713,36	\$ 22.800.432,44	\$ 3.193.280,92	14,01%

Estado Situación Financiera	ANALISIS VERTICAL			
Activo	2016	%	2015	%
Caja	\$ 338.880,58	1,30%	\$ 672.834,71	2,95%
Clientes	\$ 14.954.515,05	57,53%	\$ 12.033.773,60	52,78%
Cuentas por Cobrar	\$ 441.280,17	1,70%	\$ 399.696,80	1,75%
Inventarios	\$ 7.471.970,50	28,75%	\$ 6.923.661,62	30,37%
Anticipo Proveedores Impto	\$ 907.877,53	3,49%	\$ 869.644,70	3,81%
Seguros Prepagados	\$ 39.864,50	0,15%	\$ 54.494,01	0,24%
Otros activos corrientes	\$ 254.383,76	0,98%	\$ 252.610,97	1,11%
T. Activo Corriente	\$ 24.408.772,09	93,90%	\$ 21.206.716,41	93,01%
Activos Fijos	\$ -	0,00%		
Terrenos	\$ 725.000,00	2,79%	\$ 725.000,00	3,18%
Edificios	\$ 650.000,00	2,50%	\$ 650.000,00	2,85%
Muebles de Oficina	\$ 121.398,27	0,47%	\$ 109.991,36	0,48%
Equipos de Oficina	\$ 28.246,31	0,11%	\$ 26.329,66	0,12%
Equipos de Computación	\$ 112.735,20	0,43%	\$ 72.853,84	0,32%
Vehículos	\$ 290.067,02	1,12%	\$ 272.216,09	1,19%
Maquinarias	\$ 71.803,76	0,28%	\$ 71.803,76	0,31%
Deprec. Acumulada	\$ (493.118,58)	-1,90%	\$ (373.478,68)	-1,64%
Software	\$ 78.809,29	0,30%	\$ 39.000,00	0,17%
T.Activo Fijo Neto	\$ 1.584.941,27	6,10%	\$ 1.593.716,03	6,99%
T.Activo otros Activos	\$ -	0,00%	\$ -	0,00%
Total Activos	\$ 25.993.713,36	100,00%	\$ 22.800.432,44	100,00%
Pasivo				
Proveedores	\$ 10.437.082,94	40,15%	\$ 9.264.499,51	40,63%
Gastos Acumulados	\$ 1.003.888,97	3,86%	\$ 745.868,28	3,27%
Impuestos por Pagar	\$ 150.830,10	0,58%	\$ 129.907,48	0,57%
Deuda de Corto Plazo	\$ 103.882,13	0,40%	\$ 158.584,48	0,70%
Obligaciones Bancarias	\$ 4.962.034,87	19,09%	\$ 3.801.115,54	16,67%
T. Pasivo Corto Plazo	\$ 16.657.719,01	64,08%	\$ 14.099.975,29	61,84%
Pasivo Largo Plazo				
Préstamos Accionistas	\$ -	0,00%	\$ 60.364,72	0,26%
Emisión de Obligaciones	\$ 209.752,17	0,81%	\$ 1.049.161,17	4,60%
Préstamos Bancarios LP	\$ 10.333,71	0,04%	\$ 137.632,57	0,60%
Pasivos largo plazo	\$ 320.607,00	1,23%	\$ 189.991,00	0,83%
T. Pasivo Largo Plazo	\$ 540.692,88	2,08%	\$ 1.437.149,46	6,30%
Total Pasivo	\$ 17.198.411,89	66,16%	\$ 15.537.124,75	68,14%
Patrimonio				
Capital Social	\$ 860.000,00	3,31%	\$ 860.000,00	3,77%
Reservas	\$ 553.734,51	2,13%	\$ 515.799,06	2,26%
Utilidades Acumuladas	\$ 5.652.502,18	21,75%	\$ 4.358.004,10	19,11%
"Utilidad del Ejercicio"	\$ 1.729.064,78	6,65%	\$ 1.529.504,53	6,71%
Total Patrimonio	\$ 8.795.301,47	33,84%	\$ 7.263.307,69	31,86%
Total Pas. + Patr.	\$ 25.993.713,36	100,00%	\$ 22.800.432,44	100,00%

ANALISIS EN FORMA HORIZONTAL				
Estado de Resultados	2016	2015	\$	%
ventas brutas	\$ 64.652.398,01	\$ 64.177.825,68	\$ 474.572,33	0,74%
descuentos en ventas	\$ 430.241,86	\$ 556.108,52	\$ (125.866,66)	-22,63%
devoluciones en ventas	\$ 2.085.242,21	\$ 1.891.738,08	\$ 193.504,13	10,23%
Ventas Netas	\$ 62.136.913,94	\$ 61.729.979,08	\$ 406.934,86	0,66%
Costo de Ventas				
Inventario Inicial	\$ 6.926.453,19	\$ 7.774.155,40	\$ (847.702,21)	-10,90%
Compras	\$ 53.249.251,10	\$ 51.496.580,24	\$ 1.752.670,86	3,40%
Inventario Final	\$ 7.471.970,50	\$ 6.926.453,19	\$ 545.517,31	7,88%
costo de mercaderías vendidas (*)	\$ 52.703.733,79	\$ 52.382.549,01	\$ 321.184,78	0,61%
Beneficio Bruto	\$ 9.433.180,15	\$ 9.347.430,07	\$ 85.750,08	0,92%
Otros Beneficios	\$ 243.575,67	\$ 256.863,58	\$ (13.287,91)	-5,17%
Gastos				
gastos de administración	\$ 2.338.214,60	\$ 2.436.316,61	\$ (98.102,01)	-4,03%
gastos de ventas	\$ 1.964.313,33	\$ 2.026.399,70	\$ (62.086,37)	-3,06%
gastos de bodega	\$ 2.040.803,26	\$ 2.043.968,73	\$ (3.165,47)	-0,15%
Total gastos generales	\$ 6.343.331,19	\$ 6.506.685,04	\$ (163.353,85)	-2,51%
EBITDA	\$ 3.333.424,63	\$ 3.097.608,61	\$ 235.816,02	7,61%
depreciación	\$ 122.572,65	\$ 120.902,76	\$ 1.669,89	1,38%
EBIT	\$ 3.210.851,98	\$ 2.976.705,85	\$ 234.146,13	7,87%
Gastos financieros	\$ 556.053,37	\$ 578.873,78	\$ (22.820,41)	-3,94%
EBT	\$ 2.654.798,61	\$ 2.397.832,07	\$ 256.966,54	10,72%
Impuestos (15%)	\$ 398.219,79	\$ 359.674,81	\$ 38.544,98	10,72%
Impuestos (22%)	\$ 527.514,04	\$ 508.652,73	\$ 18.861,31	3,71%
Beneficio Neto	\$ 1.729.064,78	\$ 1.529.504,53	\$ 199.560,25	13,05%

Estado de Resultados				
ANALISIS VERTICAL				
	2016		2015	%
ventas brutas	\$ 64.652.398,01		\$ 64.177.825,68	
descuentos en ventas	\$ 430.241,86		\$ 556.108,52	
devoluciones en ventas	\$ 2.085.242,21		\$ 1.891.738,08	
Ventas Netas	\$ 62.136.913,94	100,0%	\$ 61.729.979,08	100,0%
Costo de Ventas				
Inventario Inicial	\$ 6.926.453,19	11,15%	\$ 7.774.155,40	12,59%
Compras	\$ 53.249.251,10	85,70%	\$ 51.496.580,24	83,42%
Inventario Final	\$ 7.471.970,50	12,03%	\$ 6.926.453,19	11,22%
<i>costo de mercaderías vendidas (*)</i>	\$ 52.703.733,79	84,82%	\$ 52.382.549,01	84,86%
Beneficio Bruto	\$ 9.433.180,15	15,18%	\$ 9.347.430,07	15,14%
Otros Beneficios	\$ 243.575,67	0,39%	\$ 256.863,58	0,42%
Gastos				
gastos de administración	\$ 2.338.214,60	3,76%	\$ 2.436.316,61	3,95%
gastos de ventas	\$ 1.964.313,33	3,16%	\$ 2.026.399,70	3,28%
gastos de bodega	\$ 2.040.803,26	3,28%	\$ 2.043.968,73	3,31%
Total gastos de Explotación	\$ 6.343.331,19	10,21%	\$ 6.506.685,04	10,54%
EBITDA	\$ 3.333.424,63	5,36%	\$ 3.097.608,61	5,02%
depreciación	\$ 122.572,65	0,20%	\$ 120.902,76	0,20%
EBIT	\$ 3.210.851,98	5,17%	\$ 2.976.705,85	4,82%
Gastos financieros	\$ 556.053,37	0,89%	\$ 578.873,78	0,94%
EBT	\$ 2.654.798,61	4,27%	\$ 2.397.832,07	3,88%
Impuestos (15%)	\$ 398.219,79	0,64%	\$ 359.674,81	0,58%
Impuestos (22%)	\$ 527.514,04	0,85%	\$ 508.652,73	0,82%
Beneficio Neto	\$ 1.729.064,78	2,78%	\$ 1.529.504,53	2,48%

X RECOMENDACIONES

Luego del análisis del desempeño de la empresa, considerando los aspectos más importantes a los cuales debe ponerse atención preponderante se recomienda:

- Aplicar de manera efectiva las acciones que correspondan para optimizar procesos, tecnificar procedimientos, supervisión y control que permitan mejorar eficiencia del personal y subir ingresos y rentabilidad.
- Reactivar el proyecto para la construcción de un nuevo centro de distribución, debido a la falta de espacio en bodegas y administración.
- Tecnificar las operaciones en bodega mediante la implementación de tecnología que facilite la recepción, el almacenamiento, el despacho y el embarque de materiales para clientes.
- Negociar con proveedores condiciones de rebates que sean más beneficiosos para la empresa sin condicionar con incremento a los montos de compra del año inmediato anterior.
- Fortalecer la actividad del personal de Call Center para incrementar su peso en el total de las ventas de la empresa.
- Fortalecer el área de importaciones con el objetivo de Incrementar el volumen de compras en el exterior tratando inclusive de recuperar proveedores extranjeros como Tramontina y cerraduras.
- Fortalecer la cobertura comercial en provincias como Guayas, Carchi, Los Ríos y otras que aún tienen oportunidades comerciales significativas.
- Controlar y mejorar los márgenes de rentabilidad en todas las líneas de productos con el fin de garantizar la estabilidad de la empresa en el mercado ya que vamos convirtiéndonos en referentes de precios.
- Definir el esquema de franquicias de Proferreterías.
- Incursionar en mercados como el Industrial y el de construcción de grandes proyectos habitacionales a través de vendedores especializados.

Todo lo anotado será factible lograrlo con el aporte comprometido de los colaboradores de la empresa.

XI CONCLUSIONES

- La consecución de resultados positivos en un año extremadamente difícil nos compromete para el ejercicio siguiente en el que seguro vamos a ser mejores porque tenemos el capital humano necesario y además, en permanente capacitación.
- El manejo de la información interna y externa sobre costos de materias primas, política y economía se la debe utilizar como base para las decisiones comerciales estratégicas de la compañía.
- El incremento de la rentabilidad general de la empresa se constituye en un referente de la capacidad de gestión de toda la organización y debe servir como base para hacer de Megaprofer una empresa sustentable en el tiempo. Especial atención se debe brindar a los costos en general.
- El conocimiento del mercado ferretero interno debe servir como base de la toma de decisiones oportunas.

Definitivamente no puedo terminar mi informe sin dejar sentado mi más profundo y sincero agradecimiento a todos los colaboradores por el apoyo y respaldo brindado a la consecución de logros en las áreas Administrativa, Comercial y Logística, mi gratitud a los dueños de la empresa por la confianza depositada en la administración confiando que los días venideros serán mucho mejores para consolidarnos como una de las empresas más importantes a nivel nacional.

Muy cordial y respetuosamente,



Ing. Francisco Villacreses Ramos

GERENTE GENERAL