

ELECTROFACIL CIA LTDA. INFORME DE GERENCIA

Señores socios:

Por medio del presente, pongo en su consideración las actividades de la Gerencia de ELECTROFACIL CIA. LTA., para el periodo económico de Enero a diciembre del 2015.

En el periodo económico del año 2015 de acuerdo a las propuestas planteadas en el ejercicio anterior de importar productos con nuestra propia **MARCA SKYHOME**, hemos comercializado : parlantes o cajas amplificadoras, tablets, árboles de navidad, cocinas de inducción, con la finalidad de ofrecer variedad de productos; garantizados y de buena calidad; a nuestros clientes y a precios competitivos.

Para arrancar las operaciones con el exterior hemos realizado visitas a nuestros proveedores de la china, en las que se establecieron convenios en cantidad y precios, manteniéndonos a la expectativa de las decisiones del gobierno sobre las salvaguardias y/o otras medidas.

Como es conocido por ustedes, señores socios, en el año 2015 la compañía ha tratado de impulsar las importaciones de los productos de nuestra marca, mismos que han sido limitados por los cambios de políticas aduaneras, tanto que la importación de los Boombox, en el primer embarque los tramites se hicieron en condiciones normales, no así en el segundo embarque que no respetaron la partida arancelaria de la primera importación afectando el costo de los productos en un 50,40%, por esta razón los Boombox dejan de ser un producto competitivo, además se importo dos contenedores de árboles de navidad para la temporada de fin de año, que por cuestiones de logística en el exterior llegaron fuera de tiempo, quedando en inventario el 90% de la importación.

Durante este año nuestra producción de cocinas de inducción se ha colocado en el mercado en cinco cifras medias en valores, a través de los convenios realizados con la institución SIPEC (Sistema Informático Programado de Cocción Eficiente) a fin de apoyar al cambio de las matrices eléctrica y productiva del país, aun cuando los resultados en utilidades no han sido los esperados porque las condiciones ofrecidas al implementar el programa, no se han cumplido en su totalidad.

Las circunstancias del país nos han afectado directamente en la comercialización de nuestros productos ya sean estos importados o adquiridos localmente. El poder adquisitivo de nuestros clientes se ha visto afectado considerablemente, estas circunstancias han afectado nuestras ventas en un 40% con relación al año 2014. A pesar de los esfuerzos realizados por mantener nuestro nivel operativo, por la reducción en las ventas, la empresa muy a su pesar se ha desprendido de los de los servicios de cinco colaboradores.

Tenemos nuevas expectativas para el siguiente año, como el ensamblaje de televisores de nuestra marca SKHOME; para esto ya tenemos la autorización (los certificados y los permisos) con el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO), de esta manera aportaremos a nuestro país, generando fuentes de trabajo.

EJERCICIO ECONOMICO 2015.

Cumpliendo con lo dispuesto en la Ley y Estatutos de la Compañía, pongo a vuestra consideración el detalle de actividades del periodo 2015.

Los Estados Financieros correspondientes al ejercicio económico 2015 presentan razonablemente la situación de la empresa y los registros contables se llevan de acuerdo con las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y la Ley de Régimen Tributario Interno.

Los procedimientos de control interno que se mantienen son adecuados.

En este periodo económico las ventas se han reducido considerablemente, lo que no nos ha permitido cancelar obligaciones con las instituciones financieras locales y del exterior, viéndonos en la necesidad de renovar todos nuestros créditos por otro periodo.

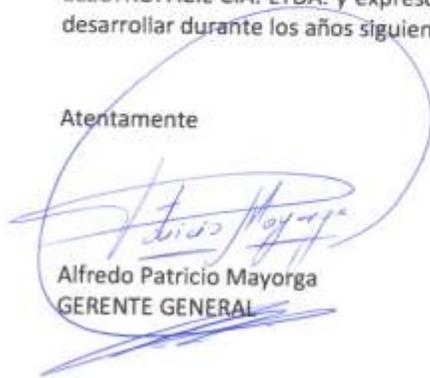
La Situación Financiera del ejercicio económico 2015 en todas sus operaciones han cubierto un 60% con relación al periodo 2014, los ingresos y gastos se han visto afectados en un 40%, y los gastos fijos se han reducido un 23% dándonos un resultado de cinco cifra bajas de utilidad. Por el impuesto a la renta determinado, se transforma en un impuesto a la renta obligatorio y absorbe todas las utilidades, generando pérdida contable de cinco cifras bajas.

Las estrategias de la empresa están orientadas hacia el incremento de nuevas líneas con marca propia, como fue el objetivo principal al comenzar el 2015, que se cristalizó en parte por las razones antes señaladas.

Para el año 2016 hemos proyectado implementar las líneas de televisores, hornos microondas, lavadoras y otras con nuestra marca **SKYHOME**.

Dejo constancia de mi agradecimiento a los señores socios de la compañía ELECTROFACIL CIA. LTDA. y expreso los mejores deseos de éxito en la gestión a desarrollar durante los años siguientes.

Atentamente



Alfredo Patricio Mayorga
GERENTE GENERAL