

REPRESENTACIONES J. LEONARDO SORIA L.C.A.
INFORME DE GERENCIA GENERAL
AÑO 2016

PERIODO ECONOMICO ADMINISTRATIVO 2016

Me permito poner a vuestra consideración el informe anual de Gerencia General por el año 2016, con el presente informe de constancia de la gestión efectuada durante el presente año.

1. Ambito de la Empresa

1.1. Productos y Proveedores

El portafolio de productos que comercializa la compañía está compuesto de aproximadamente 1650 referencias, el cual muestra un incremento que obedece al ingreso de dos nuevos proveedores, ALMON con su línea de velas y LUMINUZ con su línea de productos de limpieza, productos seleccionados por el margen de rentabilidad que le ofrecen a la compañía.

1.2. Mercados y Clientes

La cartera de clientes activos se encuentra en aproximadamente 3.114, creció en un 3.25% en relación al año anterior, a pesar que varios clientes importantes se dejaron de atender por problemas de cartera y otros cerraron sus negocios, hoy contamos con una fuerza de ventas de 14 vendedores y 1 supervisor, atendemos el mercado de 8 provincias, las cuales son: Cotopaxi, Chimborazo, Pastaza, Tungurahua, Bolívar y Napo, y una pequeña participación de mercado en las provincias de Los Ríos y Pichincha.

1.3. Procesos Fundamentales y Tecnológicos

Mantenemos el sistema administrativo contable integrado denominado PIRAMIDE y en el área de ventas el sistema MOVILVENDOR, sistemas que han permitido dinamizar las operaciones y reducir tiempos en las diferentes áreas de la Compañía.

2. Cumplimiento de los objetivos previstos para el ejercicio económico 2016.

1. Ampliación de la cartera de clientes en el segmento de cobertura.

Para conseguir este objetivo se incrementó un vendedor y se crearon 5 nuevas rutas de atención en el segmento de cobertura.

2. Expansión geográfica a nuevas zonas y provincias

Con el incremento del nuevo vendedor se abrieron nuevas rutas de trabajo como lo es Machachi, Sangolquí y Palora, el objetivo se cumplió.

3. Mejorar la supervisión y cumplimiento de objetivos del área de ventas.

En el transcurso del presente año se establecieron varios programas y actividades que permitieron cumplir con los diferentes presupuestos de proveedores, además se supervisó el mercado con dos personas con el objetivo de mejorar la diversificación del portafolio de productos y auditar la cartera de la Compañía.

4. Evaluación permanente del cumplimiento de los indicadores del personal de ventas, que permitan consolidar o reemplazar al personal en busca de contar con el mejor equipo humano.

Todos los meses se estableció actividades puntuales por desarrollar y las mismas fueron evaluadas de acuerdo a indicadores, determinando el cumplimiento de los mismos. Además en el día a día se evaluó indicadores como eficiencia sobre la ruta, cumplimiento del objetivo diario de ventas, productos de venta obligatoria o prioritarios, entre otros, lo cual ha permitido conocer el grado de eficiencia de cada vendedor, en el presente año se reemplazó dos vendedores.

5. Cerrar acuerdos comerciales con aquellos proveedores que no contribuyen significativamente al volumen de ventas y rentabilidad.

En el presente año se cerró la comercialización de dos proveedores Kimberly, por una nueva reestructuración de mercado mediante la cual se asignaba zonas o ciudades para la distribución con blindaje de clientes, al analizar la propuesta la Compañía tomó la decisión de no aceptarla y se cerró en los mejores términos y Velas Tungurahua por sus precios altos fuera del mercado de estos productos.

6. Mantener y tratar de mejorar la rentabilidad de la Compañía.

Se logró alcanzar el 99% de cumplimiento, se puede citar como una de las causas de no llegar al 100% el incremento en los gastos, la decisión de invertir en mantenimiento en las instalaciones de la Compañía, y la tardía emisión de Notas de Crédito por cumplimiento de presupuestos del año 2016, emitidas el siguiente año.

7. Crecer en el volumen de ventas, teniendo como referencia el indicador de inflación al cierre del ejercicio económico.

El crecimiento en ventas en relación al año 2015 fue del 2,69%, se cumplió con el objetivo puesto que al cierre del año 2016 la inflación cerró en el 1,12%.

8. Reducción de tiempos en los procesos de facturación que permitan dinamizar las actividades en pro de conseguir mejorar la calidad del servicio logístico.

Este objetivo se ha cumplido, se ha establecido acciones comerciales en el módulo de clientes que permita su facturación automática por segmento de precios, lo cual reduce tiempos, además se ha establecido políticas comerciales que norman el

accionar de los ejecutivos de ventas, hoy se factura un 75% del total de los pedidos el mismo día lo cual permite que los embarques sean más oportunos.

9. Ampliar el sistema de remuneración por indicadores de gestión al área logística.

No ha sido posible implementarlo por la alta rotación del personal, en busca del mejor equipo logístico.

10. Mantener actualizados los equipos tecnológicos y adquisición de nuevos equipos que permitan mejorar el control interno en otras áreas de la Compañía.

Se adquirió un computador, una impresora, dos reguladores de voltaje y dos tablets, se ha dado solución a todos los requerimientos.

11. Iniciar con la renovación de la flota de vehículos.

Este objetivo quedó pendiente para ejecutario en el próximo año.

3. Administración de recursos humanos y ámbito legal

En el presente año se cambió y se incrementó el siguiente personal. En el área administrativa dos cambios y un incremento, en el área de ventas tres cambios y un incremento, en el área de logística 14 cambios.

En lo que concierne al ámbito legal, todos los empleados que terminaron su relación laboral en el año 2016, lo hicieron en mutuo acuerdo con la Compañía y se procedió a liquidar sus haberes en forma completa y de acuerdo a lo dispuesto en el Código de Trabajo, de igual forma todos los empleados que se vincularon a la empresa durante este año, fueron contratados dando estricto cumplimiento con todas las disposiciones legales vigentes.

4. Cumplimiento de las disposiciones de la Junta General

Se cumplió en debida forma la resolución adoptada por la Junta General Ordinaria celebrada en el mes de abril del 2016.

5. Cumplimiento de las disposiciones legales

Los aspectos legales han sido cumplidos a cabalidad según lo estipulado en las leyes pertinentes en materia tributaria, laboral y otros aspectos de observancia legal obligatoria.

6. Situación económica y financiera

El análisis de la situación económica-financiera que presenta la Compañía al término del año 2016, se concentra en la revisión de los principales indicadores de liquidez, actividad y rentabilidad obtenidos en este ejercicio económico, junto con breves notas aclaratorias correspondientes al año 2015 y 2016 que son comparables puesto que las variaciones de los índices inflacionarios no distorsionan su razonabilidad.

ANÁLISIS FINANCIERO COMPARATIVO TRES ÚLTIMOS AÑOS

INDICADORES	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	COMENTARIO
INDICADORES				
Liquidez = Activo Corriente/Pasivo Corriente	1,25	1,25	1,32	La compañía puede atender sus obligaciones a corto plazo, este índice mejora en relación al año anterior, se considera aceptable la relación 1 a 1.
Capital de Trabajo = Activo Corriente - Pasivo Corriente	\$ 224.085,00	\$ 256.113,00	\$ 313.774,61	La compañía se encuentra en capacidad de atender sus obligaciones con proveedores y terceros en el corto plazo, este índice mejora en relación al año anterior en un 22,51%.
Razón Rápida = Activo Corriente - (Inventario)/Pasivo Corriente	0,79	0,79	0,81	Muestra la disponibilidad de la compañía para atender sus obligaciones de inmediato sin considerar los inventarios, este índice en relación al año anterior mejora.

RAZONES DE ACTIVIDAD				
Rotación de la Cartera = Ventas Crédito/ Promedio Cuentas por Cobrar	10,76	10,73	9,84	Mide el número de veces que las cuentas por cobrar giran en promedio en relación a las ventas, con respecto al año anterior disminuye en un 8,29%, esto significa que la cartera roto 9,84 veces en

				el año.
Días Cartera = Clientes/365/ Ventas Netas	38,00	35,53	36,33	Mide el número de días promedio en que se ha recuperado la cartera, en relación al año anterior tenemos que se recuperó en promedio en 36 días.
Rotación del Inventario = Ventas / Promedio de Inventario	12,41	11,54	11,40	Muestra el número de veces que rotó el inventario durante el año, en el presente año rotó 11,40 veces, presenta un decrecimiento del 1,21%.
RAZONES DE RENTABILIDAD				
Margen de Utilidad Bruta = Utilidad Bruta/ Ventas Netas	10,00%	10,00%	10,36%	Muestra la utilidad antes de gastos, intereses e impuestos, en relación al año anterior muestra un pequeño incremento.
Margen de Utilidad del Ejercicio = Utilidad del Ejercicio / Ventas Netas	1,43%	1,77%	1,70	Muestra el porcentaje de utilidad obtenido en relación a las ventas, en relación al año anterior prácticamente se mantiene.
Margen Utilidad Neta = Utilidad Neta del Ejercicio / Ventas Netas	0,59	0,87%	0,77%	Muestra el porcentaje de utilidad neta en relación a la venta, presenta un ligero decrecimiento en relación al año anterior.
Rendimiento Sobre la Inversión = Utilidad Neta del Ejercicio / Capital Social	180,70%	286,39%	258,86%	Muestra el rendimiento sobre la inversión de los accionistas, en el presente año tenemos un 258% de rendimiento.

7. Propuesta sobre el destino de las utilidades obtenidas en el ejercicio económico 2016

Considerando que la utilidad neta generada durante el ejercicio del 2016, según el estado de Pérdidas y Ganancias, restado el 15% de participación de utilidades para empleados y el 25% del impuesto a la renta, alcanza la cifra de:

US \$ 42.970,39

Es la propuesta de la Gerencia General mantener el esquema de compensación de la pérdida acumulada del año 2012 y 2013 con la segunda cuota de \$13.646,81 y la cifra restante de \$ 29.323,58 proceder con el reparto de accionistas.

8. Recomendaciones para el ejercicio económico 2017

La economía Ecuatoriana no ha mejorado, organismos internacionales coinciden en que la economía para el 2017 tendrá un crecimiento mínimo que no sobrepasará del 0,8% lo cual significa un estancamiento económico puesto que la economía debería crecer al menos al ritmo de crecimiento de su población que es el 2%, a esto se suma la incertidumbre sobre el nuevo gobierno lo cual tiene repercusiones en el ámbito productivo y empresarial sobre el nuevo escenario económico con afectación en la producción, empleo y crecimiento. Con respecto a los índices inflacionarios al cierre del año 2016 se registró una inflación anual del 1,12 en relación al año 2015 que fue 3,38%, pero no significa una recuperación de la economía ecuatoriana puesto que se ve afectada por otros indicadores como la iliquidez fiscal problema solucionado con endeudamiento externo y uso de fondos públicos.

Con este escenario es necesario centrar la atención en conseguir varios indicadores que marquen la diferencia con el resto de distribuidores, tales como: Eficiente utilización de los recursos, reducción de costos y gastos, servicios de calidad, personal capacitado

Objetivos año 2017

Cada año es necesario plantear nuevos objetivos que aporten al crecimiento empresarial y permitan consolidarnos en el tiempo como una de las mejores empresas de distribución a nivel nacional, para lo cual se plantea los siguientes objetivos:

1. Mantener una cartera de clientes seleccionada, diferenciada por la forma de utilizar su crédito y su monto de compra, restando cupos de crédito o eliminando los mismos en los casos que el historial de crédito de un cliente demuestra inestabilidad o muy poca solvencia.
2. Mejorar la atención personalizada de la FFVV, en las zonas de las nuevas provincias atendidas.

3. Control permanente mediante una supervisión apropiada de la FFVV, que permita medir el grado de eficiencia sobre las rutas de trabajo establecidas y la diversificación del portafolio de productos ofrecidos.
4. Evaluación permanente del cumplimiento de los indicadores de gestión del personal de la Compañía que permita consolidar un excelente grupo humano.
5. Establecer acuerdos comerciales con una línea de pañales que reemplace a Kimberly.
6. Cerrar acuerdos comerciales con aquellos proveedores que no contribuyen significativamente al volumen de ventas y rentabilidad.
7. Mantener y tratar de mejorar la rentabilidad de la Compañía.
8. Crecer en el volumen de ventas, teniendo como referencia el indicador de inflación al cierre del ejercicio económico 2017.
9. Mantener actualizados los equipos tecnológicos y adquisición de nuevos equipos que permitan realizar el trabajo de cada persona en forma eficiente.
10. Iniciar con la renovación de la flota de vehículos, adquiriendo al menos un vehículo nuevo y vendiendo aquellos que no se encuentran operando.

10.1. Direcciones estratégicas para el año 2017

Una vez cumplido con la propuesta del año 2016 se plantea las siguientes direcciones estratégicas:

1. Mantener un crecimiento sostenido de los mercados a donde llega la compañía mediante productos y servicios de calidad, buscando una mejor identificación empresarial en donde el cliente identifique claramente a la Compañía por los productos que comercializa y el servicio que brinda.
2. Mantener el sistema de cobertura horizontal por expansión con miras a conseguir incrementar el número de puntos de venta en cada una de las zonas de las provincias a las cuales llega.
3. Reestructuración zonal, abriendo y fusionando nuevas rutas de trabajo realizando un buen estudio de mercado.
4. Trabajar en equipo con miras a conseguir procesos de calidad que nos permitan optimizar costos y mejorar los resultados.
5. Replantear el esquema de comisiones que permita que los ejecutivos de ventas centren su atención en las líneas que mejor le aportan a la Compañía.
6. Mejorar el servicio logístico, entregas oportunas y de acuerdo a los requerimientos del cliente, brindando siempre un excelente servicio que diferencie a la Compañía de sus competidores.

10.2. Factores de soporte y resistencia a las direcciones estratégicas

Factores de Soporte

Identificación empresarial por el trabajo desarrollado en el mercado a lo largo de los años, las marcas a las que representa, los precios y productos que ofrece y el servicio que brinda.

Factores de resistencia

La competencia de precios entre distribuidores y los proveedores que comercializan los mismos productos constituyen uno de los principales factores de resistencia, el ingreso de nuevos distribuidores con políticas de precios y plazos que atentan la estabilidad empresarial con plazos extendidos que se encuentran sobre los plazos otorgados por los mismos proveedores, ingreso de productos por contrabando a precios inferiores al costo del distribuidor, a esto se suma el ámbito político, económico y legal que no aporta al desarrollo empresarial.

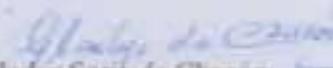
10. Agradecimiento

Al concluir el presente informe, me resta solamente expresar mi sincero agradecimiento al señor Presidente, a los señores Accionistas, a la señora Gerente Administrativo Comercial, a la señorita Contadora General y a todos y cada uno de los miembros del personal administrativo, operativo y de ventas de la Compañía, quienes me han brindado toda su colaboración y apoyo entusiasta, permitiéndonos alcanzar los resultados presentados. Así también quiero agradecer al Señor Comisario Revisor y a la firma de Auditoría Externa Willi Bamberger & Asociados Cía. Ltda.

Finalmente agradezco la atención brindada al presente informe, el mismo que me permito poner a vuestra consideración.

Ambato, marzo 30 del 2017.

Atentamente


Gladys Soris de Chacón
GERENTE GENERAL

