INFORME DE GERENCIA GENERAL A LOS SEÑORES ACCIONISTAS DE ELJURI HATARI S.A.

POR EL PERIODO ENERO A DICIEMBRE DEL 2015.

Señores Accionistas:

De mis consideraciones

A continuación me permito presentar a ustedes el informe de la gestión de la compañía durante el ejercicio Económico 2015, en base a los términos previstos por le ley y normativa vigente. Cabe aclarar que me incorporé como Gerente General de la Empresa en Octubre del 2015 y que hasta septiembre del año 2015 estuvo al frente de la gestión de la Compañía como Gerente General el Ing. Marco Martínez por lo que el presente informe se basa en información proporcionada por la contadora de la empresa y los informes de cada área.

ENTORNO MACROECONOMICO.

Como aspecto relevante de este año se anota la aplicación de impuestos denominados SALVAGAURDIAS a las, que impactan directamente a los productos que comercializa la empresa, medida tomada con la intención de equilibrar la balanza comercial, impuestos que deberán quitarse hasta junio del año 2016 en su totalidad.

GESTIÓN DE LA COMPAÑÍA.

- **VENTAS:** $ 2.813.012,52

La empresa obtiene un crecimiento en ventas de un **25,25%**, vs. Al año 2014 que vendió $ 2.251.297,20.

Se nota que mantiene problemas con servicio técnico de la línea blanca, demasiados productos con problemas, falta oportuna de atención técnica y en muchos casos falta de repuestos para los arreglos.

Falta de un adecuado mix de productos, y la falta del stock necesario que no tuvo en el segundo semestre, ya que las importaciones planificadas no llegaron a tiempo dentro del año.

La falta del modelo de motos más vendidas y un alto inventario de modelos top de baja rotación, hace que no haya un crecimiento en esta línea, siendo este el principal producto de venta.

Un punto importante que ayudo en el crecimiento de las ventas es la contratación de un jefe de ventas nacional con conocimiento del mercado, el cual ayuda a una mayor cobertura a nivel nacional.

En cuadro anotado a continuación se puede notar el crecimiento significativo de la línea de televisores un 226%, Línea blanca en un 23%, línea de electrodomésticos con un 177%, vajillas con un 351% y aceites Motul con un 2088%, el decrecimiento en la línea de acondicionadores en un

51%, equipo industrial en un 53% y en la línea de motos en un 1%, estos por la falta de productos, siendo esta las principales marcas que se comercializan.

Se anotan también cuadros con datos de ventas por líneas y marca, y cuadro de ventas de las principales marcas.

VENTAS POR LÍNEA 2014 vs. 2015

	Suma de neto		Suma de cantidad		Particp		
linea	2015	2014	2015	2014	2015	2014	Variac.
MOTOS	1.354.963,90	1.366.925,65	856	828	48%	61%	-1%
TELEVISORES	516.952,25	158.698,34	1298	441	18%	7%	226%
LINEA BLANCA	406.757,39	330.606,00	806	648	14%	15%	23%
ELECTRODOMESTICOS	193.301,76	69.895,72	4967	2740	7%	3%	177%
ACONDICIONADORES	78.473,47	161.439,16	136	313	3%	7%	-51%
VAJILLAS	76.054,90	16.872,07	4522	890	3%	1%	351%
ACEITE MINERAL	66.115,66	3.021,06	10420	601	2%	0%	2088%
REPUESTOS QINGQI	53.742,55	32.371,86	5527	2264	2%	1%	66%
EQUIPO INDUSTRIAL	31.242,78	66.873,31	86	139	1%	3%	-53%
EQUIPO DE AGRO	19.874,45	20.315,90	112	117	1%	1%	-2%
VIDEO	11.160,01	11.564,54	190	154	0%	1%	-3%
ARTICULOS DE COCINA	9.794,55	51,72	134	2	0%	0%	18838%
AUDIO	8.278,29	3.388,93	604	313	0%	0%	144%
VARIOS	6.791,87	8.269,47	449	283	0%	0%	-18%
CAJAS DE PLATOS	715,23	69,06	31	3	0%	0%	936%
REPUESTOS DACAR	282,70	226,16	10	8	0%	0%	25%
EQUIPOS DE OFICINA	253,14		3		0%	0%	253%
RELOJES DE PULSERA	125,21		11		0%	0%	125%
MALETAS-MOCHILAS	46,57	33,42	3	2	0%	0%	39%
COMPLEMENTOS	38,57		21		0%	0%	38%
REPUESTOS TCL	32,00	38,00	4	2	0%	0%	-16%
BICOLOR	24,60	30,00	2	-1	0%	0%	-18%
REPUESTOS ELTACHI	6,76	12,57	4	4	0%	0%	-46%
RELOJES DE PULSERA MARCA SPORT	2,90		1		0%	0%	2%
MONOCOLOR		30,00		-4	0%	0%	-100%
EQUIPOS ELECTRONICOS	0,00	442,31	0	5	0%	0%	-100%
BICICLETAS		37,94		1	0%	0%	-100%
CARGADORES/ADAPTADORES		50,51		10	0%	0%	-100%
REPUESTOS KAMA		33,50		1	0%	0%	-100%
MATERIAL PUBLICITARIO	0,00	0,00	76	137	0%	0%	0%
Total general	**2.813.013**	**2.251.297,20**	**30273**	**9901**			**25,25%**

VENTAS POR LÍNEA Y MARCA 2014 vs. 2015

Línea	formato	Suma de neto 2015	2014	Suma de cantidad 2015	2014	Particp 2015	2014	Variac.
MOTOS	QINGQI	1.354.963,90	1.366.925,65	856	828	48%	61%	-1%
Total MOTOS		1.354.963,90	1.366.925,65	856	828	48%	61%	-1%
TELEVISORES	KONKA	275.309,92	170.744,05	869	477	10%	8%	61%
	ECASA	243.465,41	(68,20)	428	-1	9%	0%	1120%
	COBY	611,32	(7.838,12)	7	-29	0%	0%	1046%
	TCL		53,57		1	0%	0%	-100%
	ELTACHI	(2.434,40)	(4.192,96)	-6	-7	0%	0%	-42%
Total TELEVISORES		516.952,25	158.698,34	1298	441	18%	7%	226%
LINEA BLANCA	ECASA	384.904,07	330.606,00	685	648	14%	15%	16%
	ELTACHI	11.240,95		103		0%	0%	1124%
	LG	10.459,51		16		0%	0%	1045%
	SAMURAI	152,86		2		0%	0%	152%
Total LINEA BLANCA		406.757,39	330.606,00	806	648	14%	15%	23%
ELECTRODOMESTICOS	ELTACHI	118.605,97	65.587,79	2604	2632	4%	3%	81%
	HAMILTO	70.950,11		2247		3%	0%	7095%
	BLACK &	3.313,92	2.816,41	105	92	0%	0%	18%
	VARIOS	431,76	1.370,02	11	16	0%	0%	-68%
	SANYO.		(51,00)		-3	0%	0%	-100%
	ECASA	(0,00)	172,50	0	3	0%	0%	-100%
Total ELECTRODOMESTICOS		193.301,76	69.895,72	4967	2740	7%	3%	177%
ACONDICIONADORES	ELTACHI	78.473,47	161.093,00	136	312	3%	7%	-51%
	ECASA	0,00	0,00	0	0	0%	0%	0%
	TCL		346,16		1	0%	0%	-100%
Total ACONDICIONADORES		78.473,47	161.439,16	136	313	3%	7%	-51%
VAJILLAS	CERAMIC	76.054,90	16.872,07	4522	890	3%	1%	351%
Total VAJILLAS		76.054,90	16.872,07	4522	890	3%	1%	351%
ACEITE MINERAL	MOTUL	66.115,66	3.021,06	10420	601	2%	0%	2088%
Total ACEITE MINERAL		66.115,66	3.021,06	10420	601	2%	0%	2088%
REPUESTOS QINGQI	REPUEST	53.742,55	32.371,86	5527	2264	2%	1%	66%
Total REPUESTOS QINGQI		53.742,55	32.371,86	5527	2264	2%	1%	66%
EQUIPO INDUSTRIAL	KAMA	32.643,71	55.455,30	90	93	1%	2%	-41%
	SPACEMA		1.500,00		1	0%	0%	-100%
	COLEMAN		226,80		1	0%	0%	-100%
	JINLONG	(1.400,93)	9.691,21	-4	44	0%	0%	-114%
Total EQUIPO INDUSTRIAL		31.242,78	66.873,31	86	139	1%	3%	-53%
EQUIPO DE AGRO	KAMA	19.874,45	20.315,90	112	117	1%	1%	-2%
Total EQUIPO DE AGRO		19.874,45	20.315,90	112	117	1%	1%	-2%

PRINCIPALES MARCAS 2014 vs. 2015

	formato	línea	Suma de neto 2015	2014	Suma de cantidad 2015	2014	% Particip 2015	% Particip 2014	Variación 2014 vs 2015
1	QINGQI	MOTOS	1.354.963,90	1.366.925,65	856	828	48%	61%	-1%
2	ECASA	LINEA BLANCA	384.904,07	330.606,00	685	648	14%	15%	16%
		TELEVISORES	243.465,41	(68,20)	428	(1)	9%	0%	357087%
	Total ECASA		628.369,48	330.710,30	1.113	650	22%	15%	90%
3	KONKA		275.309,92	170.744,05	945	614	10%	8%	61%
4	ELTACHI		211.536,03	229.898,55	2.884	2.995	7%	10%	-8%
5	HAMILTO		80.744,66		2.381		3%	0%	8074%
6	CERAMIC		76.794,73	17.001,13	4.555	888	3%	1%	352%
7	MOTUL		66.115,66	3.021,06	10.420	601	2%	0%	2088%
8	REPUEST		54.057,25	32.669,52	5.541	2.275	2%	1%	8074%
9	KAMA		52.518,16	75.771,20	202	210	2%	3%	-31%
10	COBY		12.935,50	(34,56)	445	240	0%	0%	-37529%
11	LG		10.459,51		16		0%	0%	8074%

Las ventas según el plazo, se ubica el de 5 meses como primer lugar con un 51,1%, seguido por el de 3 meses con un 33%, ver anexo.
Las notas de crédito por devoluciones de ubican en 9.6% con un valor de $ 271.558,58

Meses	2015	2014	Variac % 2014 vs 2015	% Particip 2015	% Particip 2014
5	1.448.276,61	444.312,58	226%	51,1%	20%
3	936.625,91	467.740,69	100%	33,0%	21%
4	173.233,33	844.144,44	-79%	6,1%	37%
6	209.074,34	483.053,06	-57%	7,4%	21%
1	144.589,92	142.691,95	1%	5,1%	6%
7	122.345,06	3.477,62	3418%	4,3%	0%
8	39.119,30	24.922,53	57%	1,4%	1%
2	14.846,06	21.609,97	-31%	0,5%	1%
10	9.669,92	25.453,36	-62%	0,3%	1%
9	8.809,64		100%	0,3%	0%
Notas de crédito	(271.558,58)	(206.109,00)	32%	-9,6%	-9%
Total general	2.813.013	2.251.297,20	25,25%		

Para mayor análisis de ventas se adjunta anexos de:

Análisis de ventas por mes,
Análisis de ventas por trimestre,
Ventas por provincia,
Mejores 30 clientes.

➢ **CARTERA:** A continuación un cuadro con los datos de cartera del año 2013, 2014 y 2015:

CARTERA VENCIDA

AÑO	2013	2014	2015	Particp	Ventas	% de siembra al 2015
2000	169.008,51	166.927,89	**166.881,72**	6%		
2001	8.138,30	7.204,14	**7.202,60**	0%		
2002	146.060,18	145.888,02	**145.845,53**	5%		
2003	311.636,74	309.341,51	**309.062,95**	11%		
2004	297.571,31	295.895,79	**295.643,24**	11%		
2005	321.312,97	316.347,37	**316.301,61**	11%		
2006	162.767,43	158.129,56	**158.118,16**	6%		
2007	94.783,15	91.018,29	**90.222,03**	3%		
2008	72.444,55	66.175,44	**64.363,00**	2%		
2009	119.439,51	117.390,16	**116.814,62**	4%		
2010	203.434,55	179.052,54	**172.438,08**	6%	**3.751.875,35**	**5%**
2011	254.741,79	195.473,89	**190.467,29**	7%	**3.453.756,15**	**6%**
2012	139.920,08	101.320,39	**96.235,79**	3%	**2.426.620,47**	**4%**
2013	466.725,30	120.898,58	**76.174,64**	3%	**2.950.427,02**	**3%**
2014		303.678,56	**121.979,32**	4%	**2.251.297,20**	**5%**
2015			**444.672,98**	16%	**2.813.012,52**	**16%**
Total	**2.767.984,37**	**2.574.742,13**	**2.772.423,56**			

RECUPERACIÓN

2014	2015	TOTAL	Variación 2013 vs. 2015
(2.080,62)	(46,17)	(2.126,79)	-1,3%
(934,16)	(1,54)	(935,70)	-11,5%
(172,16)	(42,49)	(214,65)	-0,1%
(2.295,23)	(278,56)	(2.573,79)	-0,8%
(1.675,52)	(252,55)	(1.928,07)	-0,6%
(4.965,60)	(45,76)	(5.011,36)	-1,6%
(4.637,87)	(11,40)	(4.649,27)	-2,9%
(3.764,86)	(796,26)	(4.561,12)	-4,8%
(6.269,11)	(1.812,44)	(8.081,55)	-11,2%
(2.049,35)	(575,54)	(2.624,89)	-2,2%
(24.382,01)	(6.614,46)	(30.996,47)	-15,2%
(59.267,90)	(5.006,60)	(64.274,50)	-25,2%
(38.599,69)	(5.084,60)	(43.684,29)	-31,2%
(345.826,72)	(44.723,94)	(390.550,66)	-83,7%
	(181.699,24)	(181.699,24)	-59,8%
(496.920,80)	(246.991,55)	(743.912,35)	0,2%

En el cuadro se puede ver el saldo de la cartera vencida al cierre de los años 2013, 2014 y 2015, la participación del saldo al año 2015 del total de la cartera, las ventas desde el año 2010, y el porcentaje de la cartera que queda de sus ventas, la recuperación que se realiza en el año 2014 y 2015 y el porcentaje de recuperación del año 2013 vs. 2015.

Al cierre del año 2014 las ventas son de $ 2.231.297,20, con una cartera vencida de $ 303.678,56, representando un 5% sobre las ventas.

Al cierre del año 2015 las ventas $2.813.012,52, con una cartera vencida de $ 444.672,98 representando un 16% sobre las ventas.

Se nota una mejor recuperación de la cartera antigua en el año 2014.

A continuación la cartera por edades, y el total de cartera que queda por cobrar en el año 2016 del cierre del año 2015, siendo un total de $ 1.274.151,60

La cartera por cobrar equivale a un 25,18% del total de la cartera.

AÑO	CARTERA XVENCER	CARTERA VENCIDA	TOTAL
2000		166.881,72	166.881,72
2001		7.202,60	7.202,60
2002		145.845,53	145.845,53
2003		309.062,95	309.062,95
2004		295.643,24	295.643,24
2005		316.301,61	316.301,61
2006		158.118,16	158.118,16
2007		90.222,03	90.222,03
2008		64.363,00	64.363,00
2009		116.814,62	116.814,62
2010		172.438,08	172.438,08
2011		190.467,29	190.467,29
2012		96.235,79	96.235,79
2013		76.174,64	76.174,64
2014		121.979,32	121.979,32
2015	829.478,62	444.672,98	1.274.151,60
Total	**829.478,62**	**2.772.423,56**	**3.601.902,18**
	25,18%	**76,97%**	**100,00%**

EDADES	CARTERA XVENCER	CARTERA VENCIDA	Particp Vencido
CORRIENTE	829.478,62		
1-30		161.456,66	5,8%
31-60		75.074,83	2,7%
61-90		70.644,42	2,5%
91-120		31.187,00	1,1%
121-150		46.424,04	1,7%
151-180		23.165,72	0,8%
181-210		15.300,43	0,6%
211-240		9.900,07	0,4%
241-270		14.752,04	0,5%
271-300		17.532,16	0,6%
301-330		5.397,17	0,2%
331-360		21.166,16	0,8%
>361		2.280.422,86	82,3%
Total general	**829.478,62**	**2.772.423,56**	

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.

La Empresa funcionó con la siguiente estructura:

	ADMINISTRATIVO	
No.	**NOMBRE**	**GARGO**
1	AVARADO CARDENAS LUIS PABLO	GERENTE GENERAL
2	SALAMEA CEDILLO JENNY PATRICIA	ASIST. GERENCIA
3	VINTIMILLA ARTEAGA KLARA	GERENTE FINANCIERO
4	ORELLANA PAREDES RUTH VICTORIA	ASISTETE FINANCIERO
5	GUTIERREZ BALAREZO ROCIO DEL CARMEN	CONTADORA
6	CHICAIZA SARMIENTO DORIS PRISCILA	AUXILIAR CONTABLE
7	LLUISUPA SUIN MONICA JANNETH	AUXILIAR CONTABLE
8	CRUZ ROJAS ANGEL VICENTE	MENSAJERO
9	GONZALEZ ALVAREZ CARMITA	CONSERJE
10	MALLA CASTRO JOHANA MARIBEL	JEFE CARTERA
11	ZALDUA GAONA PABLO ALONSO	CRÉDITO / CARTERA
12	GUZHÑAY PERALTA PRISCILA JAQUELINA	AYUDANTE CARTERA
13	GUEVARA SALINAS JOHANNA JAMILETH	ABOGADA
14	FLORES TAPIA JORGE LUIS	JEFE DE BODEGA
15	GUERRERO IDROVO JUAN PABLO	AYUDANTE DE BODEGA
16	NARVAEZ RODAS MIGUEL AGUSTO	AYUDANTE DE BODEGA
17	MOLINA NEIRA JUAN CARLOS	JEFE SRVICIO TÉCNICO
18	MIZCO PARRA MARLON DANILO	POST VENTA
19	TAPIA TAPIA WILSON AUGUSTO	TÉCNICO
20	HIDALGO SERRANO MARIANA DE JESUS	FACTURADORA
21	MUNOZ FRANCO VICENTE ALEXI	JEFE DE COMPRAS
22	CUMBE TOALONGO ALEX ROBERTO	SISTEMAS

	COMERCIAL	
CODIGO	**NOMBRE**	
1	ROMAN ANDRADE XAVIER FERNANDO	JEFE DE VENTAS
2	BERMEO MOLINA GLADIS INES	ASISTENTE
	REGIONAL CUENCA	
1	PESANTEZ PAREDES JUAN CARLOS	VENDEDOR
2	LOAIZA AGUIRRE MAX MICHAEL	VENDEDOR
3	DELGADO PIEDRA JOSE FABIAN	VENDEDOR
	REGIONAL QUITO	
1	MANJARRES GUERRERO GUIDO ALONSO	JEFE REGIONAL QUITO
2	BONILLA SARANGO VANESA NATALY	ASISTENTE
3	VELASQUEZ ALMEIDA JORGE LUIS	VENDEDOR
4	TOALA REYES JUAN JOSE	VENDEDOR
5	HIDALGO RUALES JOSE ROBERTO	VENDEDOR

6	BASANTES VARGAS LUCIA DEL CONZUELO	VENDEDOR
7	BURBANO BURBANO MARGARITA ELIZABETH	VENDEDOR
	REGIONAL GUAYAQUIL	
1	LUIS FERNANDO ARAUJO MOSQUERA	JEFE REGIONAL GYE
2	ALAVA PLUA MONICA ALEXANDRA	ASISTENTE
3	AMAGUAYA TIERRA JUNE MEDARDO	MENSAJERO
4	GONZALES BAILON FRANCISCO	VENDEDOR
5	FRUTOS TEJADOR MARCELO DAMIAN	VENDEDOR
6	CERCADO ECHEVERRIA BETY DEL CARMEN	VENDEDOR
7	SALAZAR NARANJO GABRIEL FERNANDO	VENDEDOR

RESUMEN	
DEPARTAMENTO	
TOTAL DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	22
TOTAL DEP. VENTAS CUENCA	5
TOTAL DEP. VENTAS QUITO NORTE	7
TOTAL DEP. VENTAS GUAYAQUIL	7
TOTAL NOMINA HATARI	**41**
PERSONAL DE APOYO (Braulio Q. y Maria R.)	2
TOTAL	**43**

VENDEDORES: 12

3 fueron contratados en el mes de Noviembre y 1 en el mes de Diciembre.

ELJURI HATARI S.A.

CUADRO COMPARATIVO: RESUMEN GENERAL NOMINA

	2014		**2015**		**VARIACION**	
	PERSONAL CONTRATADO	**TOTAL INGRESO POR SUELDO**	**PERSONAL CONTRATADO**	**TOTAL INGRESO POR SUELDO**	**PERSONAL CONTRATADO**	**TOTAL INGRESO POR SUELDO**
PERSONAL ADMINISTRATIVO	31	228.930,91	33	242.336,28	2	13.405,37
PERSONAL VENTAS AUSTRO	9	45.074,01	8	49.914,67	-1	4.840,66
PERSONAL VENTAS QUITO	15	39.323,51	21	42.514,60	6	3.191,09
PERSONAL VENTAS GUAYAQUIL	13	45.828,16	13	62.246,33	0	16.418,17
TOTAL GENERAL NOMINA	**68**	**359.156,59**	**75**	**397.011,88**	**7**	**37.855,29**

PERSONAL AL CIERRE DEL 31 DE DICIEMBRE	2014	TOTAL INGRESO POR SUELDO	2015	TOTAL INGRESO POR SUELDO		
PERSONAL ADMINISTRATIVO	24	19.514,28	24	20.770,58	0	1.256,30
PERSONAL VENTAS AUSTRO	4	3.351,06	5	4.669,20	1	1.318,14
PERSONAL VENTAS QUITO	6	2.821,23	7	4.015,76	1	1.194,53
PERSONAL VENTAS GUAYAQUIL	5	4.535,59	7	5.054,13	2	518,54
TOTAL EMPLEADOS A DICIEMBRE 2014	39	30.222,16	43	34.509,67	4	4.287,51

ROTACION 57,35% 57,33%

Nº PERSONAS QUE SALEN DE LA EMPRESA

DURANTE EL AÑO	2014	2015
PERSONAL ADMINISTRATIVO	6	8
PERSONAL VENTAS AUSTRO	5	4
PERSONAL VENTAS QUITO	9	14
PERSONAL VENTS GUAYAQUIL	9	6
TOTAL PERSONAS QUE SALEN	29	32

El incremento de gasto de ventas se debe al ingreso del nuevo jefe de ventas, quien justifica este aumento por el aumento en ventas logrado en el año 2015.

La rotación de personal en todas las áreas es alto, en total hay una rotación del 57,35% tanto en el año 2014 y 2015, en el departamento de ventas rotan un total de 23 personas.

ASPECTOS FINANCIEROS.

Dentro de los puntos más relevantes se anotan:

VENTAS: Se nota un incremento en ventas del año 2014 vs. 2015 de un 25,25%, pasando de $ 2.245.895 del año 2014 a $ 2813.013 del año 2015.

COSTO DE VENTAS: El costo de ventas en el año 2014 fue de $ 1.770.741,07 representando un 78,84% sobre las ventas, en el año 2015 el costo de ventas es de $ 2.309.012,16 representando un 82,02% sobre las ventas. Habiendo un incremento en el costo de ventas de $ 538.271,09, siendo un 30% de incremento del año 2014. Incremento determinado principalmente por la subida de las salvaguardias aplicadas a los productos.

UTILIDAD BRUTA: En el año 2014 da como resultado una utilidad bruta del 21,16% dando un valor de $ 475.153,91, en el año 2015 se da una utilidad bruta de $ 504.000,36, un 17,92% dándose un incremento en valor de $ 28.846,45 y una disminución en el margen de -3,24% debiéndose principalmente esta disminución al mix de ventas del año 2015, ya que el crecimiento en las marcas de Ecasa, Televisores Konka y Ecasa de un margen menor (15%), a lado de la ventas de motos que se mantiene y marcas como Eltachi y Kama que decrecen, arroja una disminución en el margen final.

GASTOS: Los gastos totales del año 2014 son $ 821.090,55 y representan un 36,56% sobre sus ventas, los gastos del año 2015 son $ 914.756,20, y representan un 32,52% sobre sus ventas.
Hay un incremento de 11% de valor $ 93.665,65 en el año 2015.

GASTOS ADMINISTRATIVOS: Los gastos administrativos en el año 2014 llegaron a $ 395.357,35 lo que equivale a un 17,60%, y en el 2015 $ 355.477,75 que equivale a un 12,64%. Habiendo una disminución de $ -39.879,60 en un porcentaje del -10,09%.

GASTOS DE VENTAS: los gastos de ventas en el año 2014 llegaron a $ 203.671,85 que equivale a un 9,07% de sus ventas, y en el año 2015 a $ 254.840,62 que equivale a un 9,06%, evidenciando un incremento de $ 51.168,77 equivalente a un 25%.

En estos gastos el principal incremento se da por la contratación del jefe de ventas, que estaría justificando por el incremento en ventas que se logra, también al incrementarse las ventas se incrementa en el pago de comisiones, y la alta rotación de vendedores que ingresan y salen sin ayudar a sumar ventas pero si generan gasto.

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS: En este rubro en el año 2014 se gasta $ 120.063,20 equivaliendo a un 5,35%de sus ventas y en el año 2015 $ 155.043,77 que equivale a un 5,51%, dándose un incremento de un 29,14% siendo en valor $ 34.980,57.

Siendo las principales cuentas que aparecen con incremento:

	2014	2015	diferencia	% DIFER
✓ IMPUESTO SALIDA DE DIVISAS	0,00	6.647,53	6.647,53	100%
✓ DEPRECIACIONES	26.565,85	30.810,98	4.245,13	16%
✓ IMPUESTOS-CONTRIBUC Y OTROS	9.997,37	31.523,70	21.526,33	215%,
impuestos pagados desde el año 2011 a la Super de Cias.				
✓ PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	15.202,69	30.516,69	15.314,00	101%
✓ GASTO IMPUESTO A LA RENTA	0,00	64.154,40	64.154,40	100%

PERDIDA DEL EJERCICIO: en el año 2014 se da como resultado una pérdida de $ 230.369,86 equivalente a un 10,26% sobre sus ventas, y en el año 2015 $ 220.560,98 equivalente a un 7,84% de sus ventas, hay una ligera disminución en la perdida de $ 9.808,88 en un 4,26% vs. El año 2014.

PROYECCIÓN PARA EL AÑO 2016

VENTAS:

- ✓ Una vez analizado al equipo de ventas estoy seguro que podemos duplicar las ventas que se lograron en el año 2015, lo que debemos es lograr establecer un cronograma de compras para que no falte productos para la venta, esto como principal punto.
- ✓ Lograr estabilizar al personal de ventas, creándoles pertenencia a la empresa.
- ✓ Incorporar al equipo de trabajo a un jefe de marca QINGQI, ya que es la principal marca dentro de la empresa y se necesita posicionarle en las ciudades de la sierra, actualmente las provincias de mayor venta de motos son Los Ríos y Manabí, posicionarle como una marca de calidad, de larga duración y de precio justo.
- ✓ Trabajar con colocación de letreros en las tiendas de los clientes, quitándoles a la competencia y publicitado nuestra marca, una publicidad directo en el punto de venta.
- ✓ Es fundamental cambiar a los jefes regionales ya que los que están actualmente desconocen totalmente de ventas, más aun de ventas al por mayor, careciendo de dirección y liderazgo.
- ✓ Controlar el cumplimiento de ventas por ciudades y no por vendedor ya que actualmente hay vendedores que tiene varias ciudades a cargo y pueden lograr la meta en una sola venta y no producir por las ciudades asignadas, esto nos ayuda a cubrir más zonas de venta.
- ✓ Diferenciar el pago por productos de compra nacional como Ecasa línea blanca y café, desarrollando planes motivacionales con incentivos para lograr un mayor crecimiento en la venta de estas marcas, que al ser del grupo nos ayudan con mayor plazo en el pago.
- ✓ Desarrollar un canal de ventas institucionales, lograr convenios con empresas para vender a sus empleados y que sean descontados directamente de sus roles de pago, para ello ampliaríamos la lista de precios hasta 12 meses con los intereses de financiamiento legales, este es un canal que podríamos explotar a nivel nacional, para lo cual necesitaríamos contratar un jefe de ventas del canal institucional, esperando que mensualmente nos sume en ventas como mínimo unos $ 50.000.
- ✓ Convertirnos en los principales proveedores de la cadena Electro éxito, que siendo del grupo podemos convertirnos en su proveedor principal, ayudándonos a nosotros a poder negociar mayores cantidades a mejores precios.
- ✓ De darse un crecimiento de la marca kama buscar un jefe de línea para potenciar sus ventas.

CARTERA:

- ✓ Para un mejor resultado en la recuperación de cartera dividir en dos etapas:
- ✓ La corriente y hasta 30 días de retraso manejaría una persona (Johanna Malla), presionando a los ejecutivos a que no dejen pasar las cobranzas.
- ✓ Y de 31 días en adelante (Pablo Zaldua), con la abogada, realizando visitas directas a los clientes con presión prelegal hasta los 90 días, de los 91 ya pasaría directamente a la demanda.
- ✓ Desarrollar un cronograma de auditoría de campo, directamente a los clientes y ejecutivos.
- ✓ Informes oportunos y detallados para los ejecutivos a que puedan visitar a sus clientes de acuerdo a sus recorridos.
- ✓ Cambio de abogado con uno que tenga experiencia en recuperación de cartera.

CREDITOS:

- ✓ Realizar una actualización de datos de los clientes,
- ✓ Solicitar una persona que sepa de análisis de créditos para ayudarle al Sr. Lazo, en la actualidad hay muchísimos clientes nuevos que no son conocidos por el Sr. Lazo que para tener un mejor análisis debe contar en su equipo con un analista.
- ✓ Realizar un manual de créditos para poder aplicar con los clientes, cupos de ventas, garantías, desde que montos solicitar estas.

COMPRAS:

- ✓ Poder incrementar la línea de bicicletas y llantas para motos al portafolio, hoy en día la tendencia a las bicicletas es alta y la cantidad de motos vendidas en el mercado no decaerá.
- ✓ No desabastecer los aires acondicionados, ventiladores, microondas, cajas amplificadas.
- ✓ Pedir a Socelec aumentar el mix de sus productos para ofrecer a los clientes.

Atentamente

.....

Pablo Alvarado Cárdenas
Gerente General
ELJURI HATARI S.A.

Mayo 5 de 2016

VENTAS NETAS MENSUALIZADAS 2015

ANÁLISIS MENSUAL DE VENTAS 2014 VS 2015

MES	VENTAS 2014	VENTAS 2015	VARIACIÓN ANUAL	PARTICIP. VENTAS % 2014	PARTICIP. VENTAS % 2015
Enero	$69.674	$175.175	151%	3,10%	6,18%
Febrero	$243.134	$294.916	21%	10,83%	10,41%
Marzo	$134.269	$279.031	108%	5,98%	9,85%
Abril	$200.530	$291.047	45%	8,93%	10,27%
Mayo	$304.311	$283.287	-7%	13,55%	10,00%
Junio	$130.975	$247.640	89%	5,83%	8,74%
Julio	$148.540	$229.648	55%	6,61%	8,11%
Agosto	$326.795	$122.906	-62%	14,55%	4,34%
Sptbre.	$225.200	$273.085	21%	10,03%	9,64%
Octbre.	$201.392	$238.987	19%	8,97%	8,44%
Nvbre.	$149.975	$135.263	-10%	6,68%	4,77%
Dcbre.	$111.137	$261.979	136%	4,95%	9,25%
	$2.245.933	$2.832.964	26%		
PROMEDIO 1 SEMESTRE	$180.482	$261.849			
PROMEDIO 2 SEMESTRE	$193.840	$210.311			

- Caída más pronunciada en el mes de Agosto, problemas internos
- Desde el mes de septiembre no hay motos GY 200 de mayor rotación, y falta de mercadería en el resto de marcas

Eljuri Hatari S.A.

ANÁLISIS TRIMESTRAL DE VENTAS 2014 VS 2015

MES - DÍA DE ANÁLISIS	12	31/12/2015	
VENTAS POR TRIMESTRE		% VARIA. POR Q DEL 2014 vs. 2015	Partic Q
PRIMER Q		1Q	26%
2014	2015		
$ 447.077	$ 749.122	68%	
SEGUNDO Q		2Q	29%
2014	2015		
$ 635.816	$ 821.974	29%	
TERCER Q		3Q	22%
2014	2015		
$ 700.535	$ 625.639	-11%	
CUARTO Q		4Q	22%
2014	2015		
$ 462.505	$ 636.228	38%	
FIN DE AÑO		FIN DE AÑO	
2014	2015		
TOTAL PERIODO $ 2.245.933	$ 2.832.964	26%	
TOTAL AÑO $ 2.245.933	$ 2.832.964	26%	

- *MAYO Y JUNIO DEL 2014 FUE EL MUNDIAL DE FUTBOL, RAZON POR LA QUE ESTE TRIMESTRE SE INCREMENTA VENTAS DE TELEVISORES.*
- *MARZO 2015 SE ANUNCIA LA INCLUSIÓN DE SALVAGUARDIAS A LAS IMPORTACIONES*
- *NVBRE. NO INGRESA LA MERCADERÍA DE IMPORTACIONES PLANIFICADAS,*
- *MERCADO CONTRAIDO, CLIENTES PIDEN ESPERAR PARA COMPRAR*

Eljuri Hatari S.A.

VENTAS POR PROVINCIA 2014 vs. 20145

	subzona	2015	2014	% Partic 2015	% Partic 2014	Variación %
1	GUAYAS	575.685,27	224.486,66	20%	10%	156%
2	MANABI	391.113,24	344.752,65	14%	15%	13%
3	SANTO DOMINGO	336.487,31	127.045,12	12%	6%	165%
4	LOS RIOS	308.719,12	288.944,74	11%	13%	7%
5	AZUAY	239.649,82	200.907,94	8%	9%	19%
6	COTOPAXI	172.897,81	179.089,83	6%	8%	-3%
7	EL ORO	166.713,16	177.757,83	6%	8%	-6%
8	MORONA	154.374,83	182.001,58	5%	8%	-15%
9	PICHINCHA	106.592,67	50.886,78	4%	2%	109%
10	LOJA	48.028,45	67.992,37	2%	3%	-29%
11	ESMERALDAS	44.419,46	138.882,57	2%	6%	-68%
12	SUCUMBIOS	39.034,03	107.838,58	1%	5%	-64%
13	ZAMORA	37.952,01	33.351,18	1%	1%	14%
14	TUNGURAHUA	36.863,56	7.016,15	1%	0%	425%
15	CHIMBORAZO	36.756,24	23.234,44	1%	1%	58%
16	CANAR	36.539,21	15.529,58	1%	1%	135%
17	ORELLANA	29.419,24	22.298,05	1%	1%	32%
18	NAPO	27.525,73	13.473,68	1%	1%	104%
19	IMBABURA	16.472,13	33.954,18	1%	2%	-51%
20	CARCHI	10.884,57	1.377,69	0%	0%	690%
21	BOLIVAR	10.146,17	2.689,77	0%	0%	277%
22	SANTA ELENA	7.922,14	1.405,15	0%	0%	464%
23	PASTAZA	835,34	6.380,68	0%	0%	-87%

Se necesita un trabajo especifico en las provincias que han decrecido

Eljuri Hatari S.A.

RANKING 30 MEJORES CLIENTES

No.	cliente	area	2015	2014	PARTICIPACIÓN
1	COMERCIAL MARCIAL.	SANTO DOMINGO	205.656,49	9.088,11	7,3%
2	IMPORTADORA ALONZO IMPORALON	EL EMPALME	153.918,18	56.387,82	5,4%
3	IMPORTMONT S.A.	PORTOVIEJO	136.906,97	106.559,06	4,8%
4	HERRERA IBARRA RICARDO FEDER	QUEVEDO	75.134,67		2,7%
5	COMERCIAL MARCIAL	SANTO DOMINGO	71.332,59		2,5%
6	EURO CREDITOS	LA MANA	60.505,20	23.873,66	2,1%
7	COMERCIAL YUCAILLA CIA. LTDA	LATACUNGA	53.183,72	8.227,84	1,9%
8	ELECTRODOMESTICOS ARCOS S.A.	NARANJITO	50.536,25		1,8%
9	PULLA MOROCHO FELIX ANTONIO	MACAS	49.428,60		1,7%
10	PATINO SANTANA DARWIN ALFRED	GUAYAQUIL	46.999,58	3.007,64	1,7%
11	CEME QUIROZ MARIA EUGENIA	SAN CAMILO - QUEVEDO	32.003,65		1,1%
12	ALONZO DIAS ECUATORIANA DE C	EL EMPALME	30.275,18		1,1%
13	CACERES CALDERON ROSA MARGAR	PAUTE	29.449,60		1,0%
14	ALAVA ORMAZA ROQUE ARCADIO	MILAGRO	29.144,82		1,0%
15	DAVALOS MOREIRA JOSE VICENTE	MANTA	29.097,51		1,0%
16	TIENDA VICKY	JUNIN	26.241,60	60.017,81	0,9%
17	ZALAMEA VILLAMAR YESENIA HER	GUAYAQUIL	25.257,40		0,9%
18	CANDO LLIGUIN CHRISTIAN RUBE	MENDEZ	24.715,33		0,9%
19	SERVICE.COM S.A	QUITO	24.460,94		0,9%
20	VINAN CAVA WILSON ARNALDO	GUAYAQUIL	22.977,21		0,8%
21	JUNA SILVA MIGUEL ANGEL	QUITO	22.448,61		0,8%
22	HIGUERA BONOSO ESTHER MARIA	MILAGRO	21.623,57		0,8%
23	IMPORTADORA SALGADO	MACHALA	21.261,25		0,7%
24	DONOSO BEJARANO JUAN JAVIER	QUEVEDO	20.914,64		0,7%
25	SALAZAR GUERRERO ROBERTO CAR	LA MANA	20.272,44		0,7%
26	ARTEAGA TOALA HENRY YASMANY	VENTANAS	20.040,91		0,7%
27	BACA SUAREZ GERMAN YAAKOV	CUENCA	18.826,58		0,7%
28	VILLAVICENCIO MENDOZA JORGE	PORTOVIEJO	18.385,53		0,6%
29	CREDITOS IVANNITA	MILAGRO	18.040,57	8.912,48	0,6%
30	GUAYTA CHICAIZA LUIS FERNAND	LATACUNGA	17.924,44		0,6%

Se muestran los 30 mejores clientes, indicado por años: desde el 2014, 2015

Eljuri Hatari S.A.