

Quito marzo 28, 2016

INFORME DEL AÑO 2015

Señores Accionistas:

Dando cumplimiento a los Estatutos de la Empresa es grato para mí presentar a continuación el informe de Presidencia Ejecutiva correspondiente al ejercicio económico 2015.

1. ECONOMÍA

Ecuador registró una inflación anual de 3.38% en el 2015 casi similar a la del 2014. En comparación Estados Unidos termina en 1.37% a diciembre 2015. Si se analiza el acumulado desde el 2007, Ecuador tiene una inflación de 39.24% mientras la inflación Estados Unidos es 17.65%, es decir Ecuador ha perdido 45.4% de competitividad.

BALANZA COMERCIAL

La Balanza Comercial a diciembre 2015 a pesar de los esfuerzos por bajar las importaciones cierra con un déficit de USD. -2,092 millones, superiores en USD.1,365 millones con respecto al 2014. Este déficit se da porque las exportaciones caen USD 1,280 millones más que las importaciones.

SECTOR PETROLERO

El 2015 el precio del petróleo se mantuvo en promedio de USD 48.87 por barril. Su fuerte caída ha arrasado con las ganancias de las grandes petroleras, y con ello, las utilidades de todo el sector energético.

DEUDA PÚBLICA

La deuda total del Estado a Diciembre fue de USD. 32,771, equivalente al 33% del PIB. De los cuales, la Deuda Externa fue de USD. 20,225 millones (se incrementa en USD 2,769 millones en relación al año anterior) y la Interna fue de USD. 12,546 millones (se mantiene en relación al 2014).

GASTO DEL ESTADO

El modelo de crecimiento económico definido por el Gobierno Ecuatoriano se ha basado en el incremento del gasto público, para el 2015 el gasto del estado bajó de USD 34,137 a USD 30,768 ya que tuvo que realizar ajustes y reducciones por la baja del precio petróleo del año 2015.

RILD

Al 31 de diciembre 2015, la Reserva Internacional de Libre Disponibilidad (RILD) disminuyó USD. 3,949 millones a 2,946 millones.

CIFRAS MACROECONÓMICAS				
	2012	2013	2014	2015
Inflación Ecuador	4.16%	2.70%	3.67%	3.38%
Inflación Estados Unidos	2.07%	1.66%	1.62%	1.37%
Tasa Activa Dólares	8.17%	8.17%	8.19%	8.12%
RMILD	2,483	4,361	3,949	2,496
Deuda Externa Pública	10,788	12,802	17,496	20,225
Deuda Interna Pública	7,781	9,527	12,568	12,546
Deuda Externa Privada	5,160	5,876	6,512	5,967
Déficit fiscal	0.60%	-0.89%	-6.37%	-17.02%
PIB	87,623	94,472	101,094	98,954
Crecimiento del PIB	5.25%	4.60%	3.93%	-4.00%
Gasto público	20,730	24,774	34,137	30,768
Balanza Comercial	- 441	- 1,084	- 727	- 2,092
Exportaciones	23,765	24,848	25,732	18,306
Remesa emigrantes	2,667	2,410	1,855	1,742
Depósitos Banc. privados	26,644	29,871	32,728	29,211
Créditos al sector privado	24,359	26,812	29,157	28,190
Salario Básico Unificado	340.47	376.82	396.51	412.90

2. ESTRATEGIA CORPORATIVA

El objetivo de la empresa: ATENDER A NUESTROS CLIENTES CON PROCESOS LOGISTICOS EFICIENTES, a través de las siguientes estrategias:

- Incrementando la confianza de los clientes
- Ofreciendo productos y servicios innovadores
- Buscando la calidad y excelencia operativa de la empresa
- Incrementando el compromiso de los colaboradores con los objetivos de la empresa.

Seguimos trabajando en llegar a ser el proveedor de repuestos automotores preferido en el mercado ecuatoriano y andino por su por eficiente logística, excelente servicio y calidad de repuestos.

3. INFORME DE LA GERENCIA GENERAL

- A lo largo del año se cumplió con la Ley y con los Estatutos de la Empresa.
- Se ejecutó el Plan Estratégico y se definió cambios en el mismo para el 2014-2015.
- MANSUERA S.A. ha cumplido con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor conforme a la Ley expedida en el Registro Oficial N° 289 del 10 de marzo del 2004, Art.1.
- Se inaugura 2 nuevas agencias a nivel nacional (Cumbayá y Esmeraldas)
- A finales de año se cierran las agencias de Guamaní y Latacunga
- Se incrementa el número de Franquicias a cuatro (Tena, Puyo, Pifo y Latacunga)
- Se inicia la venta de Repuestos Acelco y otros productos complementarios

AUDITORIA

La Empresa, promueve con su filosofía una cultura de honestidad y cumplimiento, Auditoria Interna se preocupa de eliminar las oportunidades de fraude controlando y mejorando los procesos, para lo que estableció un cronograma de trabajo que fue cumplido casi en su totalidad.

REPUESTOS

A continuación un cuadro resumen de las ventas por marca y por agencia:

Año	GEN	NOV	FEV	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL	%				
2014	224.546	231.705	75.769	46.090	42.147	31.070	35.175	4.976	5.852	7.432	2.933	271	254	616.881	2,9%				
2015	1.495.446	898.881	1.022.281	113.943	391.080	399.962	622.748	227.705	76.867	37.231	233.611	52.772	81.073	39.808	5.884	39	6.446.274	27,2%	
TOT	1.720.000	1.130.410	1.098.050	160.033	433.234	431.032	657.923	232.680	82.719	44.663	236.544	52.993	81.327	40.692	4.168	47	7.163.155	30,1%	
GM	267.282	289.245	388.224	136.420	76.209	58.263	34.075	16.640	22.072	22.609	22.759	786	809	1.538	1.911	1.248	1.462.011	20,3%	
SPY	113.274	47.963	136.029	326.425	81.498	49.540	8.820	1.442	25.775	48.210	2.094	1.772	689	941	5.261	192	751.276	10,5%	
DA	411.298	134.505	126.383	93.829	37.808	42.244	30.934	29.634	4.925	5.537	9.963	60	547	1.202	528	5.611	1.095.034	15,3%	
MW	140.206	202.644	179.709	40.643	40.577	34.867	15.545	12.009	4.120	16.754	22.697	44	77	2.573	1.076		1.110.499	15,5%	
MFA	111.989	47.792	46.844	58.143	64.234	28.275	13.209	5.149	8.848	2.406	2.000	3	971	603	484	428	147.276	2,0%	
MMA	936.070	636.044	315.212	113.554	98.984	99.438	4.024	8.889	12.433	15.490	5.906		448	426	385		2.095.017	29,3%	
MWN	128.489	176.619	218.243	47.484	30.675	30.949	8.868	12.776	16.890	6.762	7.886		2.021	1.496	2.136	393	1.300.822	18,3%	
MO	296.175	114.849	11.882	41.944	15.388	47.659	2.866	7.141	3.899	14.323	891		552	885	524		375.885	5,3%	
MS	181.283	126.768	110.044	95.719	27.258	35.736	1.871	22.055	12.866	16.439	5.888	1.896	143	1.867	318	3.46	444.221	6,2%	
MI	216.974	476.883	296.262	28.386	21.847	22.887	4.528	2.197	2.746	4.864	1.873		758	521	1.026	234	984.202	13,7%	
MA	717.171	88.668	94.678	43.873	38.228	51.128	4.244	18.875	1.026	12.271	6.217		185	1.282	646	2.207	965.513	13,5%	
MC	13.062	46.268	61.886	5.489	2.221	5.145	2.137	2.282	25	40	1.616		49	331	236	2.017	100.793	1,4%	
MD	95.534	81.435	108.014	5.140	6.221	24.356	7.908	22.693	2.148	3.062	3.804		65	1.572	1.008	451	452.438	6,3%	
PIV	311.067	46.436	46.962	30.099	41.014	6.961	15.120	137	1.868	4.521	2.215		47	230	760	111	309.883	4,3%	
MAA	261.108	30.869	30.128	6.112	11.086	13.287	2.813	14.416	1.645	949	3.500		152	180	1.591	136	412.311	5,8%	
CO	130.556	90.460	17.417	22.040	36.114	18.699	10.143	3.652	4.220	1.285	1.254		30	56	490	391	318.680	4,5%	
VMP	84.862	36.024	15.073	12.906	12.989	30.628	1.095	32.124	1.686	16.287	1.103		142	1.589	1.912	11.027	215.283	2,9%	
COMB	44.953	22.221	22.618	45.127	46.441	11.044	983	7.348	10.513	6.197	60		11.028	1.462	152	3.338	2.428	512.027	7,2%
Total gen	6.925.028	4.846.076	5.463.021	1.442.636	1.996.240	1.879.295	896.942	943.424	278.832	343.928	224.227	136.182	81.428	39.382	36.914	14.349	23.326.221	100,0%	
	11,9%	22,4%	17,6%	6,9%	1,9%	4,6%	5,9%	2,3%	1,2%	1,5%	1,1%	0,7%	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	200,0%		

Se puede ver que GM ya es la principal marca en las ventas de la empresa, representando un 31% de las mismas y Toyota baja su peso de 28 % en el 2014 al 22,4 % en el 2015. La nueva marca Acelco ya representa un 4 %de las ventas y esperamos que cada mes crezca en importancia, más aun ahora con la contracción del mercado ecuatoriano donde el consumidor busca producto de menor precio.

VENTAS POR MARCA					
MARCA	2012	2013	2014	2015	CRE 15 VS 14
3M			65.337	91.419	39,9%
ACC	42.454	33.187	24.696	36.953	49,6%
GM	2.607.174	3.954.385	5.475.014	6.525.028	19,2%
HINO		30	317.509	485.414	52,9%
HYU	1.519.580	2.191.144	2.060.968	1.442.626	-30,0%
KIA	60.908	967.217	1.111.433	1.094.160	-1,6%
MAZ	3.544.220	3.551.333	3.845.089	3.665.022	-4,7%
NIS	19.616	704.482	1.034.908	1.029.995	-0,5%
OTR	276.257	163.486	270.880	356.450	-49,0%
PIA	119.268	175.605	152.587	138.162	133,6%
REN	4.624	205.124	250.041	278.832	11,5%
SFI	258.693	288.980	135.106	223.317	65,3%
TOY	4.733.109	5.079.926	5.611.998	4.665.079	-16,9%
ACDE				806.842	#DIV/0!
Total general	13.185.903	17.314.899	20.355.566	20.839.300	2,4%

Es preocupante el decrecimiento en las ventas de Hyundai 30% comparado con el 2014, esto se debe a una muy mala provisión por parte del importador lo que ha permitido que los repuestos alternos u otras opciones como Mobis ingresen con muchos mejores precios al mercado, este tema no se ve luces de mejora y nos debe hacer pensar en buscar alternativas de provisión.

VENTA POR AGENCIA 2012 A 2014							
AGENCIA	VTA 2012	VTA 2013	VTA 2014	VTA 2015	CRE USD	INCRE %	
CFD	6.420.022	6.624.878	6.813.839	5.595.360	5.646.274	50.315	0,9%
CUE	1.312.035	1.507.897	1.931.561	2.115.867	1.914.518	201.149	-9,2%
NKN	342.035	1.086.081	1.557.950	2.008.463	2.065.017	56.153	2,8%
GYS	1.436.723	1.393.200	1.460.738	1.375.188	1.341.254	(34.034)	-2,5%
PRES	875.025	939.080	1.192.288	1.365.886	1.300.835	(65.070)	-4,8%
VLF	885.844	1.027.535	1.167.424	1.269.013	884.262	(384.751)	-30,3%
LIA			229.352	1.024.691	1.055.034	30.343	3,0%
AMB			682.190	1.010.661	610.441	(406.220)	-40,1%
MCH		207.421	694.218	954.833	1.210.439	215.606	21,7%
GYG			316.055	463.584	757.335	(106.249)	-12,5%
IBA			77.242	710.119	585.535	(130.603)	-18,5%
STR	213.026	486.916	529.476	602.489	544.223	(58.246)	-9,7%
MTA		65.593	350.486	522.568	425.275	(99.293)	-19,0%
RIO		7.301	287.811	453.960	335.663	(118.297)	-26,1%
ELO			24.670	83.797	60.051	(23.746)	-28,3%
QVD				76.291	452.878	376.586	493,6%
PTV				75.052	305.603	234.011	309,3%
LTC				74.043	165.701	91.658	123,8%
GUA				61.292	412.532	351.240	573,1%
CHI				58.943	339.680	280.737	476,1%
ESM				87	215.181	215.094	246204,8%
CUMB					209.652	209.652	#DIV/0!
Total general	12.084.789	13.185.903	17.314.899	20.355.566	20.839.300	481.734	2,8%

Las ventas de repuestos crecen apenas un 3% comparado el 2015 con el 2014, donde el crecimiento se da por las ventas de las agencias nuevas y el crecimiento de ACDELCO y GM, ya que las agencias tradicionales han tenido un decrecimiento importante (VLF -30%, Ambato -40%, Cuenca -10%, Ibarra -19%) el problema de la empresa durante el 2015 fue la baja impactante de las ventas en las marcas tradicionales de genuinos, la cantidad de clientes bloqueados por falta de pago a los que no se les puede facturar, la falta de liquidez en el sistema y por la agresividad de los actores del mercado que han visto en Mansuera a un competidor agresivo y ha ocasionado una fuerte competencia en el mercado mayorista y en agencias.

CREDITO Y COBRANZAS

Desde septiembre 2014, Mansuera arrancó su propio departamento de Crédito y Cobranza, donde el proceso de transición desde Casabaca fue muy fluido y transparente, lo cual nos permite iniciar nuevos procesos que esperamos comiencen a dar frutos en el 2016.

El nivel de Cartera vencida a Dic del 2015 está en niveles preocupantes 31% , motivo por el cual se tomarán medidas para mejorar la estructura y los procedimientos para llegar a niveles cercanos al 20%. Como es lógico a los clientes vencidos prácticamente no se les puede vender lo cual complica el llegar a las ventas requeridas.

CARTERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015						
Etiquetas de fila	Suma de TOTAL	Suma de POR VENCER	Suma de VENCIDO	menos de 90 días vencido	mas de 90 días vencido	% vencido
AMBATO	72.755	50.785	21.970	14.436	7.534	30%
CHILLOS	17.827	12.018	5.809	4.512	1.297	33%
CPD	1.198.086	879.608	318.478	231.667	86.811	27%
CUENCA	269.176	185.590	83.587	67.030	16.556	31%
CUMBAYA	46.537	35.534	11.003	11.003	-	24%
ESMERALDAS	26.603	8.695	17.908	6.079	11.829	67%
FLORESTA	3.851	2.187	1.664	728	936	43%
GUAMANI	56.887	36.705	20.181	16.550	3.632	35%
GYE CENTRO	141.029	111.533	29.496	11.510	17.986	21%
GYE NORTE	134.337	107.218	27.119	14.618	12.501	20%
IBARRA	90.587	48.586	42.001	40.856	1.144	46%
LATACUNGA	6.645	1.894	4.750	4.750	-	71%
LOJA	177.941	124.647	53.294	29.283	24.011	30%
MACHALA	116.726	84.791	31.935	26.257	5.678	27%
MANTA	68.028	37.730	30.299	26.951	3.347	45%
NKN	273.905	150.672	123.232	91.807	31.425	45%
PORTOVIEJO	41.443	32.029	9.414	8.736	678	23%
PRENSA	247.090	169.043	78.047	49.788	28.258	32%
QUEVEDO	31.687	17.701	13.986	13.419	567	44%
RIOBAMBA	36.452	28.342	8.110	5.181	2.929	22%
STD DOMINGO	81.408	54.963	26.445	21.341	5.104	32%
VILLAFLORES	125.327	61.420	63.906	42.770	21.136	51%
Total general	3.264.326	2.241.693	1.022.633	739.274	283.359	31%
% DEL TOTAL	100%	69%	31%	23%	9%	

La situación de vencidos en compañías de Seguros está en niveles cercanos a 300 y no se ve signos de mejora, estamos conciliando cuentas permanentemente para lograr avanzar en los pagos.

Etiquetas de fila	Suma de TOTAL	Suma de POR VENCER	Suma de VENCIDO	Suma de DICIEMBRE	Suma de NOVIEMBRE	Suma de OCTUBRE	Suma de SEPTIEMBRE	Suma de AGOSTO	Suma de JULIO	Suma de MAS 180
ASEGURADORA DEL SUR S.A.	148.719	89.375	77.344	38.696	31.497	977	8.700	691	672	1.130
MUNDONOTIZ S.A.	52.330	880	51.470	18.554	24.453	7.618	-	-	-	845
SEGUROS EQUINOCCIAL S.A.	241.752	130.587	31.185	11.715	4.164	2.565	4.319	2.905	2.063	3.435
COMPANIA DE SEGUROS CONDOR S.A.	49.103	32.544	16.958	6.630	9.534	-	-	834	-	-
SEGUROS SUCRE S.A.	84.330	50.090	14.240	8.413	3.866	1.555	-	-	-	407
GENERAL SUCUAGRA CIA. DE SEGUROS S.A.	38.648	27.476	11.972	76	736	287	638	2.374	7.883	-
LATINA SEGUROS Y REASEGUROS C.A.	51.160	38.326	11.835	6.754	193	7	186	1.027	296	3.393
VALSUGUROS S.A.	24.998	14.360	10.638	8.307	-	2.112	75	143	-	-
COMPANIA DE SEGUROS ECUATORIANO SUAZA	25.864	16.277	9.991	170	1.143	89	49	87	1.508	6.134
ALIANZA COMPANIA DE SEGUROS Y	33.643	45.388	8.160	5.354	2.195	203	604	-	-	-
ROCAFUENTE SEGUROS	16.531	8.493	8.130	3.574	-	8.556	-	-	-	-
ACEI SEGUROS S.A.	16.187	8.227	7.960	192	1.797	1.623	1.488	-	1.830	492
GRUPO SEGUROS COGNIAL S.A.	25.884	18.516	7.368	2.045	2.140	3.320	39	-	-	1.818
COOPERSEGUROS DEL ECUADOR S.A. COMPANIA	6.749	-	6.740	-	-	-	-	-	-	6.740
LIBERTY CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS	27.822	23.366	4.456	1.338	140	38	300	273	1.644	439
LIBERTY MORGAN S.A.	23.789	39.480	4.395	-	1.394	-	1.637	15	290	1.093
HISPANA DE SEGUROS S.A.	30.503	27.219	3.134	1.930	731	337	11	-	8	412
MARIPPE ATLAS COMPANIA DE SEGUROS S.A.	12.574	11.240	3.329	390	152	-	710	-	-	139
RIO METROPOLITANA CIA. DE SEGUROS S.A.	300	-	300	-	-	-	-	-	-	300
BAUDA CIA. DE SEGUROS Y REASEGUROS	314	314	-	-	-	-	-	-	-	-
Total general	810.246	522.471	287.778	111.746	83.361	25.933	13.378	6.553	11.463	35.242

ADMINISTRACION

La estructura de Administración se está consolidando para manejar directamente todos los procesos requeridos para Mansueta, los cuales son liderados desde el 2014 por la señorita Flor Guerrón, con muchos años de experiencia.

CONTABILIDAD Y TESORERIA

Las áreas de Contabilidad y Tesorería, están generando un buen resultado para la empresa, tenemos los Balances máximo el 5 día de cada mes y con una información veraz y efectiva que nos permite tomar decisiones adecuadas.

RRHH

Se completó el equipo de Capital Humano con quienes se está trabajando en procesos de selección, contratación, capacitación y pronto en programas de Desarrollo Organizacional.

En el 2015 realizamos el tercer año de estudio de compromiso con AON, donde empeoramos de 80% a 74% tenemos varias oportunidades de mejora en temas de reconocimiento, oportunidades de carrera y en Beneficios que debemos trabajar para mejorar el compromiso de nuestro personal.

Por la baja de ventas del segundo semestre del 2015 y los bajos resultados de la empresa, se tomaron medidas de reducción de personal en los últimos tres meses del 2015, cerrando Latacunga y Guamani y reduciendo personas administrativas en varias agencias y en la estructura administrativa, servicios, cartera, contabilidad y RRHH, esto como es normal ocasionó muchos temores dentro del personal que se mantuvo en la empresa.

CAMBIOS DE PERSONAL EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS				
SECTOR	2013	2014	2015	OCURRIONES
AG. CUENCA	5	3	3	0
AG. GUAYACUIL CENTRO	5	4	3	-1
AG. GUAYACUIL NORTE	4	4	4	0
AG. IBARRA	4	3	2	-1
AG. MACHALA	3	3	3	0
AG. MANTA	3	3	2	-1
AG. PUEBLO	3	3	3	0
AG. RIOBAMBA	2	2	2	0
AG. VILLAFLORES	4	4	4	0
AG. ETO DOMINGO	3	3	3	0
AG. AMBATO	4	3	3	0
CPE	35	30	43	7
AG. FLORESTA	3	3	3	0
AG. LOJA	4	4	4	0
AG. NARI	4	4	4	0
AG. GUAMANI	2	0	-2	
AG. LOS CHALLOS	3	2	-1	
AG. LATACUNGA	2	0	-2	
AG. PORTOVELD	3	2	-1	
AG. SIMON BOLIVAR	3	2	-1	
AG. QUEVEDO	2	2	0	
AG. CUMBAYA	1	7	7	1 jefe operaciones, 2 mecánicos, 1
TOTAL	86	110	109	-10

Departamento	2013	2014	2015	Comentarios
Administración	210	228	179	
Contabilidad	4	4	0	Temporal (Banco Contratación)
Credito y Cobranza	0	0	0	
Gerencia	2	2	2	
Proyecto	0	100	0	
Recursos Humanos	1	3	2	
Repuestos	51	60	62	Perros
Total	86	110	109	

MERCADEO

Las actividades y los gastos de Mercadeo se han incrementado de manera importante, esto se decidió por posicionamiento de Mansuera como proveedor de repuestos al público en general es mínimo, al tener una presencia de agencia a nivel nacional la publicidad en medios como Prensa, Vallas y en especial radio se justifica y se espera tener los resultados en el corto plazo.

A finales del 2015 se realizó un interesante estudio de mercado con la empresa Sinergie, donde las conclusiones más importantes es que la categoría de repuestos está totalmente atomizada y no tiene ningún actor dominante. La imagen de Mansuera es de buen proveedor pero de un lugar costoso.

A continuación el detalle de la inversión realizada en Publicidad y Promoción.

GASTOS PUBLICIDAD 2015			
Suma de MONTO			
Etiquetas de fila	Presupuesto	realiz	TOTAL
ACTIVACIONES / RTL	40.405	2.464	42.869
ARTES Y PRODUCCION	47.896	6.953	54.850
ASESORIA MERCADERO	8.250	0	8.250
ATENCION A CUENTAS - EVENTOS	222	0	222
EVENTOS - CONVENCIONES Y FERIAS	11.156	44.152	55.309
FACEBOOK / REDES SOCIALES	15.297	6.266	21.563
INTERNET PAGINA WEB	29.565	8.034	37.599
POP/CATALOGO/FOLETO/ IMPRESION/AL	1.012	533	1.545
PROGRAMA FIDELIZACION	20.252	500	20.752
PROMOCIONES CUENTES	5.024	0	5.024
PUBLICACION EN PERIODICOS	34.496	0	34.496
PUBLICACION EN REVISTAS	19.757	24.614	44.371
RADIO	20.806	1.575	22.381
REGALOS DE PROMOCION/PROMOCIONAL	625	15.841	16.466
ROTULOS / VILAYAS / PLACAS/STANDS	54.031	20.938	74.969
TELEVISION	60.200	4.316	64.516
Total general	369.295	116.027	505.322

En el 2016 la empresa enfocará gran parte de su presupuesto en actividades con los mecánicos y talleres quienes son los que compran y recomiendan al consumidor final.

PIAGGIO

MOTOS El año 2015 vendimos 215 motos, lo cual es un incremento del 12% motos frente al 2014, pero las cifras de los últimos meses del 2015 demuestran que se vienen momentos muy difíciles en este negocio, ya que de ventas a inicios de año de 20 a 22 unidades, al final de año estuvimos cerca de 10 unidades mes

Tuvimos varios efectos negativos en el negocio de las motos, el primero fue las salvaguardias desde mayo 2015, el otro es la imposibilidad desde abril de vender motos con tarjeta de crédito y lo ultimo es el miedo o recelo del cliente final en el segundo semestre por la situación del país. Creemos que estos temas no van a mejorar en los próximos 24 meses.

VENTAS DE MOTOS DESDE 2013 A 2015			
año	Suma de PRECIO neto	Suma de UNIDAD	usd x unida
2013	1.087.240	129	8.428
2014	1.415.552	192	7.373
2015	1.418.788	215	6.599
	3.921.580	536	7.316

VENTAS X MODELO EL 2015			
TIPO	Suma de PRE	Suma de UNID	usd x unida
ECONOMICA	197.890	90	2.199
MOTO	370.255	14	26.447
SCOOTER AF	34.185	4	8.546
SCOOTER PI	105.939	18	5.886
SCOOTER VE	710.519	89	7.983
Total general	1.418.788	215	6.599

En relación a los stocks de motos tenemos 201 unidades al 31 de diciembre, donde el stock de Vespa es de 118 unidades, las cuales no tienen ningún problema en venderse, las 33 motos económicas van a tener una salida lenta, pero si espera llegar a finales del 2016 prácticamente sin stock, y con las motos grandes aprox 13 se están vendiendo lentamente pero solo un par serán de muy difícil salida, hasta el momento no se ha realizado ninguna liquidación de motos de años pasados, lo cual en el peor de los casos se lo haría y generaría la rotación requerida.

stock al 31 de diciembre del 2015

TIPO	Suma de UNIDADES	Suma de COSTO DOL	usd x moto
BETA	5	62.159	12.432
ECONOMICAS	33	50.870	1.542
MOTO	13	218.181	16.783
SCOOTER APRILIA	3	20.365	6.788
SCOOTER PIAGGIO	18	129.301	7.183
SCOOTER VESPA	118	726.769	6.159
TRICIMOTOS	11	51.658	4.696
Total general	201	1.259.301	6.265

El Negocio de la motos nos está generando una pérdida constante en los últimos meses, y no es fácil salirse del mismo por el alto stock existente, esperamos encontrar una salida en el primera semestre del 2016.

4. ANALISIS FINANCIERO

Mansuera ha crecido en ventas apenas un 4.4% con relación al año 2014, el mismo que se ha dado básicamente por el crecimiento de GM, las nuevas ventas de ACDelco y el pequeño impacto de las nuevas agencias, esto contrarresta la baja de venta de casi todas las marcas tradicionales que vende Mansuera.

	año 2011	año 2012	año 2013	año 2014	año 2015	INCRE
INGRESOS	12.804.369	14.367.888	19.568.498	22.356.866	23.346.565	4,4%
Repuestos	12.241.741	13.350.564	17.715.504	20.908.750	21.743.445	4,0%
Motos	562.628	1.017.324	1.852.994	1.448.115	1.603.120	10,7%
- Costo de ventas	9.852.233	10.933.798	14.772.033	16.573.597	17.045.511	2,8%
Repuestos	9.374.258	10.064.784	13.290.050	15.483.549	15.833.863	2,3%
Motos	477.975	869.014	1.481.983	1.090.048	1.211.648	11,2%
= Utilidad bruta en Ventas	2.952.136	3.434.091	4.796.465	5.783.269	6.301.054	9,0%
MARGEN REPUESTOS	23,4%	24,6%	25,0%	25,9%	27,2%	4,7%
MARGEN MOTOS	15,0%	14,6%	20,0%	24,7%	24,4%	-1,2%
MARGEN TOTAL	23,1%	23,9%	24,5%	25,9%	27,0%	4,3%

El margen bruto de repuestos mejora ligeramente por ciertos premios y bonos recibidos de ciertas marcas por cumplimiento de volumen (GM y Toyota).

Gastos Generales	año 2011	año 2012	año 2013	año 2014	año 2015	INCRE
Gastos del Personal	1.099.072	1.440.317	1.762.467	2.111.919	2.354.877	11,5%
Recursos Materiales e insumo	15.692	14.342	7.938	7.197	10.341	43,7%
Mantenimiento	28.548	55.815	113.369	89.897	61.923	-31,1%
Servicios Públicos	68.852	64.516	107.775	139.919	151.005	7,9%
Suministros	87.623	102.806	156.990	181.703	158.547	-2,9%
Consultoria Externa	84.396	105.916	117.960	17.240	24.747	43,5%
Servicios de Terceros	741.995	718.105	919.463	1.219.584	1.328.822	9,0%
Viajes y Relac. Públicas	77.185	105.880	113.472	117.894	124.795	5,9%
Publicidad y promoción	22.481	56.089	265.061	499.360	505.322	1,2%
Cuentas contribuciones y donas	150	4.313	5.003	7.875	8.676	10,2%
Impuestos Focales y Municip	3.870	33.025	39.672	34.315	60.610	76,8%
Amendos	83.479	79.306	142.380	216.831	287.321	32,5%
Seguros	10.023	10.516	2.774	25.687	20.343	-20,8%
Gastos de Clientes	3.084	11.905	33.300	15.434	34.238	78,2%
Amortizaciones	0	30.022	12.490	45.709	47.521	4,0%
Depreciaciones	331	8.633	26.874	58.650	108.253	84,6%
Bajas y Reservas	21.102	168.992	73.908	103.304	201.317	94,9%
Autoconsumos	9.525	14.607	10.472	18.144	19.377	6,8%
Otros Gastos	-12.683	16.236	-5.874	819	512	-37,5%
Total Gastos	2.341.705	3.041.121	3.897.484	4.895.473	5.807.047	12,5%

En el año 2015 la empresa mantiene un nivel alto de gastos en varias áreas de negocio, siendo las de mayor impacto Publicidad con un valor de 505 K producto de la estrategia de comunicación y posicionamiento de Mansuera y de las motos; Gastos de Personal sigue creciendo llegando a 2.4 MM debido al incremento de personal por las nuevas agencias y por el departamento de crédito y cobranza, Arriendos llega a 287 K y en Servicios de terceros llega a 1.4 MM por los costos de nuestro proveedor de servicios.

Se está trabajando fuertemente para no pasar de los 410.000 usd de gastos mensuales y así con unas ventas de 1.7 MM y un margen de 24% tener asegurado el punto de equilibrio.

INDICES

• LIQUIDEZ

El radio corriente se mantiene en niveles atractivos de 1.98, pero ocasionalmente tenemos dificultades de caja por la compra de inventarios especialmente a GM y Hyundai. Desde el último trimestre del año 2015 la empresa está enfocada en bajar inventarios, mejorar la rotación de cuentas x cobrar y alargar los pagos con los proveedores, para tener asegurada la caja en estos duros momentos que está atravesando el País.

• PALANCA FINANCIERA

La relación deuda/patrimonio se mantiene en niveles óptimos 1.03, a finales del 2015 el Directorio aprobó a la administración contraer deudas financieras por 600.000 usd, para estar sólida en momentos que se están restringiendo los desembolsos de los bancos, afectando esto a todo el sistema.

• INVENTARIO

En el 2015 sube preocupantemente de 81 días a 92 días, debido especialmente a a) inventario en marcas de repuestos de pobre abastecimiento como KIA, Hyundai, Renault e Hino, b) el arranque de nuevas agencias, que si bien no inician con altas ventas, debemos abastecerles de suficiente stock para ventas futuras c) se tuvo que comprar a GM para poder cumplir con los rebates de compra d) la baja de ventas en ciertas marcas ha generado que el número de días se incremente e) el modelo de compra desde agencia a proveedor no está 100% controlado, todo esto implica una cantidad de variables a ser atacadas y así poder mejorar tanto el inventario como el abastecimiento adecuado a los requerimientos de los clientes, también se está trabajando en un círculo de calidad para mejorar este indicador. Existe cerca de 300.000 usd de inventario G,H,J y k, el cual no ha salido en el año 2015.

• CARTERA

El índice de rotación subió preocupantemente de 66 a 81 días, existente varias razones internas y externas que han complicado la recuperación, las externas son las condiciones económicas del Ecuador y del sector y las internas son varios procesos como consolidación de saldos, anticipos no cruzados, devoluciones, facturas electrónicas no registradas por clientes, falta de coordinación entre áreas, falta de estructura y manejo del departamento de cobranza, reporte de sistemas con debilidades, aprobación de proformas lentas y con problemas, todos estos temas se están atacando con un círculo de calidad que esperamos tener resultados a mediados del 2016.

• RENTABILIDAD

El margen neto de la empresa antes de Imp y Participación Trab baja de 3,8% a 3,2% lo cual se explica fundamentalmente por el incremento de gastos en Publicidad, Personal, Arriendos y Servicios, los mismos que se está trabajando para bajarlos y así a pesar de poder tener una menor venta se pueda mejorar o al menos mantener en los niveles actuales. Toyota, que tiene la mejor de la rentabilidad de la empresa ha experimentado un decrecimiento realmente preocupante, lo que complica la rentabilidad de la empresa,



estamos tratando que con la venta de Acdelco se mantenga el margen bruto total. El nivel de descuento al mercado por la agresividad y desesperación de los actores está presionando cada día a un menor margen.

PROPUESTA DEL DIRECTORIO PARA LA DISTRIBUCION DE UTILIDADES

El Directorio, luego de un análisis de las necesidades de fondos de la compañía por las inversiones realizadas en Agencias, por el mayor inventario existente y tomando en cuenta el estar con una solida liquidez para enfrentar unos durísimos 2016 y 2017, propone a la Junta no repartir dividendos.

5. PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2016

La tendencia de la economía ecuatoriana muestra en escenario de muy complicado para los años 2016 y 2017. Los inconvenientes para cubrir el financiamiento público, la falta de inversión privada y la caída del precio del petróleo que se dio en el segundo semestre del 2014, han propiciado una situación en la que tanto el Ecuador como las empresas tendrán un decrecimiento; el Gobierno deberá buscar fuentes de financiamiento que permitan cubrir las necesidades fiscales y el déficit del año.

En motos, no se prevé ninguna mejora y al contrario cada vez los clientes se restringen en comprar un producto costoso en momentos de recesión, es un negocio que le ha quitado caja a la empresa pero que siempre se la vio como una inversión a futuro pero al ver 2 o 3 años más complicados es mejor ver una forma inteligente de salirnos de este negocio, mientras eso sucede no se debe importar más inventario y se debe reducir los gastos al mínimo.

Mansuera debe trabajar duro en cartera por los riesgos evidentes de falta de liquidez y también en ventas, ya que la competencia, por ejemplo los concesionarios al tener tantas restricciones en la importación de vehículos, se han volcado a la venta de repuestos y de servicio, lo que presiona a baja de márgenes y aumentos de plazos.

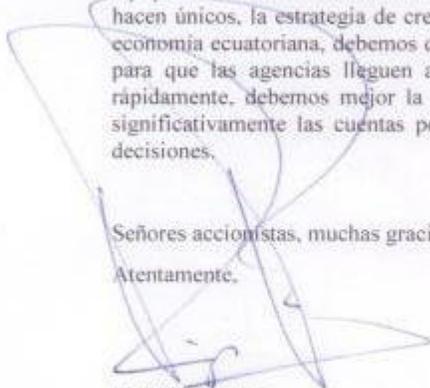
Para el 2016 Mansuera espera generar ingresos de USD 24.74 millones. Una utilidad bruta de 5.8 millones, gastos operacionales de USD 5.3 millones, con todo esto se espera llegar a una utilidad antes de impuestos y participación trabajadores de USD 510.000.

COMENTARIO FINAL

Agradezco al Directorio de la Empresa, por sus buenos consejos y colaboración, así como a todos los ejecutivos y colaboradores de las empresas que conforman Mansuera por el gran esfuerzo desplegado, todo el equipo está totalmente convencido que la empresa es líder en el mercado y que tenemos fortalezas que nos hacen únicos, la estrategia de creación de agencias nos ha permitido blindarnos de momentos difíciles de la economía ecuatoriana, debemos depurar y mejorar el portafolio de productos, debemos hacer todo lo posible para que las agencias lleguen a sus niveles de ventas requeridos y si no lo logran debemos cerrarlas rápidamente, debemos mejorar la calidad del inventario tanto en cpd como en agencias, debemos mejorar significativamente las cuentas por cobrar y dar más apoyo y delegar al personal para mejores tomas de decisiones.

Señores accionistas, muchas gracias por su confianza.

Atentamente,



DIEGO PONCE

Gerente General