

**INFORME DE GERENCIA
DECORACION JAVU S.A.
EJERCICIO ECONOMICO 2016**

ENTORNO DEL PAIS:

El año 2016 fue un año de gran conmoción para el Ecuador, con una crisis económica más grave que la del año precedente, con una contracción de -1,7% del PIB según datos del BCE y una recaudación tributaria descendente de manera importante en todos los rubros, como es el caso del Impuesto a la renta recaudado que tuvo una baja de 8,13 % versus el 2015, el IVA local que bajó 9,17% (a pesar de que el IVA subió del 12% al 14%) y el ISD bajó 17,11 % , lo que ha perjudicado notablemente el presupuesto fiscal, que se vio aun más golpeado por el bajo precio del petróleo, el mismo que se ubicó en un promedio de 43,20 dólares por barril, es decir 11,4% por debajo del año 2015.

Por otro lado hay que considerar que se logró una balanza comercial positiva en 1.247MM, esta se da en un marco de una importante contracción de las importaciones y las exportaciones del país. Todo esto agravado por el terremoto que afectó drásticamente a las provincias de Esmeraldas y Manabí en el mes de Abril del 2016.

Ante esta realidad económica, no se dio una reducción del gasto corriente, por lo que fue notaria la disminución de la inversión en infraestructura y el aumento del endeudamiento externo con tasas de financiamiento de hasta el 10% que responden a la calificación de riesgo país para Ecuador (647), que es superior que a la de nuestros países vecinos.

En cuanto a la situación de los importadores, la salvaguardía que afecta a las importaciones desde al año 2015 y que debía retirarse a mediados del año 2016, no fue retirada ya que debido a la crisis económica complicada por el terremoto del mes de Abril, esta logro una extensión de un año más.

PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LA EMPRESA EN EL 2016:

VENTAS:

INGRESOS

Cuenta	2.015	%	2.016	%	VARIACION porcentual
VENTAS	822.537	100%	784.064	100%	-5%
VENTAS LOCALES					
CUMBAYA	485.844	59%	453.985	58%	-7%
CORUÑA					
URDESA	336.593	41%	330.079	42%	-2%
OTROS INGRESOS	101	0%			

Las ventas totales decrecieron en \$38.473 dólares al comparar el año 2016 con el 2015, representando una reducción del 5 %, alcanzando un monto en ventas de \$784.064 dólares. Este es el menor monto en ventas registrado por el empresa en los últimos 7 años, solo comparable a las ventas del año 2009 que fueron de US\$ 517.126, año en el que operábamos solamente con los locales de Cumbayá (el local pequeño con el que abrimos el negocio) y Coruña .

En el análisis por locales de venta:

Cumbayá: presenta un decrecimiento de 7% por debajo del año 2015, en que había crecido 11% versus el año 2014. El crecimiento en el año 2015 tuvo que ver con el cierre del local de Coruña que dejó de operar en el mes de enero del 2015, y sin duda algunos de estos clientes llegaron al local de Cumbayá. El año 2016 es un año donde este local tuvo una operación normal, y la baja en ventas sin duda refleja la situación del mercado del país.

Urdesa: presenta una baja del 2% en sus ventas versus el año 2015, año el que presentó un decrecimiento del 22% en comparación con el año 2014. Este local viene decreciendo en sus ventas por tercer año consecutivo, ya que en el año 2014 bajó en 11% contra el año 2013 .

COSTO:

COSTOS

Cuenta	2.015	%	2.016	%	VARIACION en puntos
COSTOS	397.331	48%	465.941	59%	11%
CUMBAYA	224.753	46%	277.414	61%	15%
CORUÑA					
URDESA	172.578	51%	188.527	57%	6%

Este año tuvimos un incremento de 11 puntos en nuestro costo de ventas, subiendo del 48% que tuvimos en el año 2015, al 59% en el 2016. Esto refleja sin duda los innumerables esfuerzos promocionales que desarrollamos a la largo del año para lograr concretar ventas y combatir de alguna manera la política promocional implementada en todos los segmentos del mercado ecuatoriano en un año en que se evidenció un detrimento en la economía de los consumidores.

Cabe recalcar que existe una importante diferencia en el costo de ventas de los dos locales que están en operación , ya que Cumbayá que manejaba un costo de ventas del 46% en el año 2015 subió a 61%, es decir subió en 15 puntos. Este local se caracterizaba por un política cuidadosa de manejo de sus descuentos, se vio forzada a ser mucho más agresiva el año que concluimos por salvaguardar sus ventas. En el caso del local de

Guayaquil, el costo de ventas de este local pasó del 51% en el año 2015 al 57% en el año 2016 , 5 puntos más alto.

GASTOS:

GASTOS

Cuenta	2.015	%	2.016	%	
GASTOS	440.309	54%	300.993	37%	-17%
CUMBAYA	136.896	28%	164.649	36%	8%
CORUÑA	9.564				
URDESA	119.299	35%	136.343	41%	6%
OTROS GASTOS	174.550				

El peso de los gastos en la empresa tiene un decremento de 17 puntos porcentuales. Este año trabajamos de manera en el control de gastos ante la evidente situación de crisis en el mercado, por lo que fuimos especialmente eficientes en el manejo de los recursos.

UTILIDAD:

RESULTADOS

Resultado	2.015	%	2016	%	
	(15.103)	-2%	17.130	2%	4%

En el año 2016 obtuvimos una utilidad en el negocio por US\$ 17.130, lo cual es 4 puntos porcentuales mejor de que en el año 2015 donde obtuvimos resultados negativos por US\$ 15.103 de pérdida.

ADMINISTRACION:

En el año 2016 la empresa World accounting Services WAS llevó la contabilidad de la empresa como lo venían haciendo ya desde mediados del año 2014. Was mantiene una persona a medio tiempo dentro de nuestra oficinas. Con respecto al sistema, todo el año operamos con LATINUM .

En cuanto al personal, mantuvimos la estructura de Recursos humanos del año 2015, quedando al cierre de año los locales estructurados de la siguiente manera :

Cumbayá: 2 personas en ventas, 2 personas en logística y 1 persona en limpieza siendo la misma persona que colabora con la limpieza del área administrativa.

Urdesa: 2 personas en ventas, 2 personas en logística.



Administración: 1 coordinadora administrativa y 1 Gerente General.

Dando un total de 11 personas empleadas en toda la empresa.

CONCLUSIONES:

La empresa presentó un decrecimiento en ventas contra el año precedente del 5%, sin embargo esta baja que pudo ser mucho mayor comparado con otras empresas de la industria (algunas de las cuales cerraron locales comerciales) se vio de alguna manera controlada por las diversas políticas de descuento que aplicamos mes a mes a través de un programa de marketing consistente con el que sistemáticamente ofrecimos a nuestro mercado una oferta económica mensual, para tratar de equilibrar el consumo. Si bien esta estrategia nos permitió controlar la caída en ventas que pudo ser peor, las constantes promociones afectaron nuestro costo de ventas que se perjudicó en 11 puntos versus el año precedente, costo que adicionalmente se vio afectado por las políticas arancelarias que pesan contra la importación de productos.

En el año que empezamos deberían caer las salvaguardias, sin embargo el 2017 se presenta como año de gran incertidumbre, sobretodo en el ámbito político, con elecciones presidenciales previstas para el mes de febrero y abril, en un país dividido y de gran nerviosismo por los inciertos resultados electorales, lo que consideramos afectará al mercado de consumo por lo menos los primeros meses del año .

Planificamos arrancar con el departamento de diseño el primer trimestre del año 2017, buscando de esta manera fortalecer el desarrollo de productos a nivel nacional, y buscar una mayor participación en proyectos de diseño interior.

Adjunto al presente informe gráficos e índices financieros sobre el ejercicio económico del año 2016 y sus resultados .

Atentamente,



María Luisa Barahona.
Gerente General
DEJAVU S.A.