

Quito, 22 de Abril del 2014

INFORME DE GÉRENCIA

Estimado Presidente de Fashionlana CIA. LTDA, Sr. Francisco Virgilio Davila Pinto, y estimados socios. La presente tiene por objeto enviarles un cordial saludo y al mismo tiempo presentarles el informe de gerencia correspondiente al ejercicio Económico 2013.

Antes de entrar en detalles de análisis, quisiera agradecerles por la confianza y por su apoyo durante este periodo. Ahora sí, me voy a permitir analizar algunos puntos importantes sobre el **ESTADO DE SITUACION FINANCIERA** de la empresa al 31 de Diciembre del 2013.

ACTIVO CIRCULANTE: La variación global de este grupo de cuentas que conforman el Balance es mínima, ronda los 84.000 USD de incremento, con respecto al período anterior. Si bien, en global no es una cifra trascendental, sí debemos mencionar que la mayor variación se produce debido a Un Importante incremento en cuentas por cobrar (272.000 USD) y este aumento se da contra inventarios. Es decir, que La empresa EFECTIVIZO sus inventarios. Redujo sus inventarios, vendiéndolo a crédito. Esta acción vista desde un punto netamente financiero significa que la capacidad de pago, o también conocida como LIQUIDEZ mejora.

ACTIVO FIJO: Las cuentas que conforman esta sección del Estado de Situación Financiera reflejan una afectación o variación con respecto a las presentadas en el periodo anterior en 140.000 usd, esto principalmente a las depreciaciones de Activos.

PASIVO CORRIENTE: Este grupo de cuentas, sí refleja una variación importante. Básicamente disminuyen las Obligaciones Bancarias con entidades Financieras y disminuye también las cuentas por pagar a Proveedores y esto quiere decir que muchas de estas cuentas ya han sido pagadas. En términos globales hablamos de una reducción de deuda a corto plazo en 560.000 USD. Es importante aclarar que más o menos el 48% de esta reducción paso de Pasivo Corriente a Pasivo No corriente y el 52% restante sí es DISMINUCION de deuda. El Pasivo Corriente si uno lo contrasta contra el ACTIVO CIRCULANTE refleja la capacidad de pago de una empresa o la liquidez de la misma. El fondo de Maniobra como se lo en análisis financiero es de una relación 2/1. Esto quiere decir que la empresa cuenta con dos dólares para pagar cada dolar de endeudamiento

PASIVO NO CORRIENTE O PASIVO LARGO PLAZO: En este grupo de cuentas se encuentran básicamente tres grupos de cuentas importantes, 1) Las Obligaciones Financieras a Largo plazo, que como bien adare anteriormente, la empresa hizo un acuerdo para trasladar deudas a corto plazo al largo plazo. 2) Las cuentas por pagar relacionadas, que por lo general son cuentas por préstamos de los socios y que en el 2013 sí incrementaron y 3) las Obligaciones por beneficios empleados que suponen un valor de

alrededor de 370.000 usd. En términos generales, el pasivo NO corriente, se incrementó en una cantidad muy similar a lo que se redujeron las deudas a corto plazo. Es decir la empresa optó por mejorar su liquidez a corto plazo.

Esto último sí es importante analizar y lo voy a hacer a continuación.

Una vez analizado los principales grupos que componen el Estado de Situación Financiera de la compañía me permito hacerles llegar mis apreciaciones sobre el **ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES** correspondiente al ejercicio económico 2013.

VARIACION EN VENTAS.

El ejercicio económico 2013 para Fashionlana no fue un buen año en ventas. Nuestras expectativas eran Mayores y desafortunadamente vuelvo a comentar lo que en otros informes de gerencia y en las propias reuniones de directorio lo hemos hablado, las ventas al exterior son muy poco manejables. En este 2013 tenemos tres caídas importantes. 1) La caída de nuestras exportaciones a México, 2) La caída de nuestras exportaciones a Colombia y 3) La separación de nuestras clientes en Bolivia y por consiguiente la caída de exportaciones en Bolivia. La primera es simplemente que nuestros costos actuales no logran cubrir los precios que nuestro cliente en México exige. El mercado Colombiano cayó por el incremento de precios realizados por Fashionlana y bueno el tercer punto, es como ustedes entenderán algo puntual y fuera de nuestro alcance.

Para que en el futuro no tengamos estos problemas debemos cotizar cada modelo por separado y hacer un muestrario más comercial o más competitivo. De hecho y esto lo digo con total claridad y aseveración vamos a recuperar nuestras ventas en México y en Bolivia en el 2014.

Los puntos de venta siguen siendo nuestra prioridad y seguiremos rompiendo barreras, en el 2013 nuevamente incrementamos las ventas en nuestros PUNTOS de VENTA, en unidades y en dólares y será nuestro reto para el futuro. Las ventas en Provincia también las vamos a incrementar y ahí si pensaremos más en UNIDADES VENDIDAS y NO EN PRECIO.

El tercer canal nacional que es Mayoristas no lo veo tan claro, en el 2013 nuevamente reportan una disminución en ventas y mi criterio esto se da porque no encontramos el producto acertado. Nuestro tradicional modelo Criss sigue perdiendo aceptación y debemos buscar su o sus sustitutos de manera urgente.

EL COSTO DE NUESTROS PRODUCTOS.

Cuando el volumen de producción disminuye, el costo unitario aumenta, debido al componente de costo fijo, en otras palabras, venda 2000 o venda 100, debo pagar el arriendo del local, creo que en esto coincidimos todos. Y un poco es lo que ha pasado con la compañía durante este ejercicio y también el

anterior. Y ahí se tenemos que ser DÜROS, pero para producir 150.000 o 160.000 tenemos demasiados trabajadores y demasiado inventario de producto terminado. El costo unitario se incrementó nuevamente y es porque no estamos siendo lo suficientemente rápidos en ROTACION de INVENTARIOS y porque el peso promedio de la prenda sigue siendo elevado. Lo hemos reducido en un 5%, pero a futuro la reducción tendrá que ser mucho mayor.

Por el momento, creo que he presentado suficiente información que les permita a ustedes señores socio tener una idea clara de la situación de la compañía durante este ejercicio económico 2013.

Fashionlana siempre se ha caracterizado por ser una empresa seria con un producto de mucha calidad y esto no vamos a cambiar: nuestra principal fortaleza es NUESTRO PRODUCTO. Lo que sí debemos pensar es que Fashionlana debe ofrecer otras líneas de PRODUCTOS. Sweaters estampados, sweaters intarsia, sweaters de verano, camisetas, pañuelos y otros productos que MANTENIENDO LA TAN AFAMADA CALIDAD de nuestros productos, nuestros clientes tengan más opciones de donde escoger o mejor dicho más razones de visitarlos.

El equipo administrativo de la compañía y mi persona les agradecemos nuevamente por su confianza y esperamos que el futuro de la Fashionlana CIA. LTDA sea más estable, ese será nuestro principal objetivo: estabilizar las ventas y MEJORAR indicadores DE RETORNO que toda operación o empresas deben analizar. El reto seguirá siendo aumentar las ventas nacionales a través de puntos de venta y reducir Costos, Gastos de Venta y Gastos Financieros.

Atentamente,



ING. VIRGILIO JOSE DAVILA BLANCO
FASHIONLANA CIA. LTDA
GERENTE