



INFORME DE LA ADMINISTRACIÓN A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS DE STUDIOMODACORP S.A. POR EL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2012

Señores Socios de:
STUDIOMODACORP S.A.

Cumpliendo con las disposiciones de la Ley de Compañías en mi calidad de Gerente General pongo a su consideración el Informe de la Gestión realizada por la Administración de STUDIOMODA S.A durante el ejercicio económico del 2012.

OPERACIONES

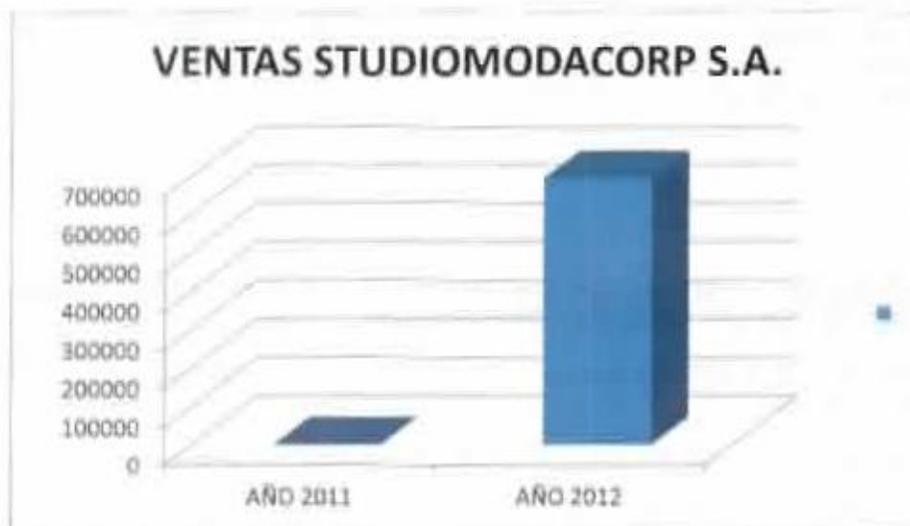
STUDIOMODA S.A. se creó el 15 de septiembre del 2011 con el objeto de Comercializar prendas de vestir.

Durante el periodo 2012 se ha logrado, consolidar las relaciones comerciales del año anterior, se ha conseguido nuevos clientes, al igual que el abastecimiento de mercadería ha sido muy regular, esto ha hecho que nuestros clientes se sientan satisfechos y nuestras relaciones comerciales sean más sólidas.

RESULTADOS DE EJERCICIO ECONOMICO DEL 2012

En el segundo año de labores los objetivos planteados se han cumplido gracias a los esfuerzos de la administración y sus colaboradores que han estado encaminados para que la empresa mantenga un crecimiento planificado. Durante este año de operaciones que terminó el 31 de diciembre del 2012, se consiguieron importantes metas y logros como son:

- Se fortaleció el Departamento Comercial: se ha venido manejando de forma óptima el crecimiento del departamento comercial gracias a esto se ha conseguido ampliar nuestra cartera de clientes cubriendo el mercado de ventas por catálogo de nuestra línea.



utilidad bruta permitió cubrir los gastos operacionales y no operacionales, la participación laboral, generando un margen neto para el 2012 del \$ 6108.44;

RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL RESPECTO DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2013

La administración recomienda, en vista de una proyección de crecimiento para el año 2013, realizar un análisis más profundo con la finalidad de verificar si las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIFS). Incide en mayor parte para información Financiera del periodo.

De igual forma mantener y fortalecer las relaciones comerciales que se han conseguido con los clientes y proveedores, lograr nuevos acuerdos comerciales, continuar con la proyección de crecimiento que se ha venido dando a fin de incentivar el crecimiento de la empresa.

Atentamente,



Ing. VERONICA FRANCO
GERENTE GENERAL