

INFORME DE LA ADMINISTRACIÓN A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS DE STUDIOMODACORP S.A

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 STUDIOMODACORP S.A durante el ejercicio económico del 2013.

Operaciones

STUDIOMODA S.A. durante todo el año 2013 ha mantenido su estrategia de fortalecimiento de relaciones comerciales con sus clientes actuales, y de búsqueda de nuevos clientes para lo cual aproximadamente en el mes de mayo mejoro y fortaleció su sistema de ventas a través de un nuevo multinivel, buscando mejoras considerables en las ventas, las cuales desgraciadamente no se dieron.

El crecimiento de las ventas frente al 2012 fue del 18%, pasando de 692.360,00 a 827.282,05

Venta apoyada en un excelente abastecimiento que desgraciadamente se ha dado a costa de mantener un inventario de descontinuados alto, y que será una de las prioridades en el nuevo año buscar la manera para salir de ese inventario tan alto.

Resultado del Ejercicio Económico

El costo de ventas ha bajado 4 puntos aproximadamente con respecto al año anterior, esto debido a un mejor manejo de precios dentro de la empresa, mejorando rentabilidad pero manteniendo precios de mercado. Generalmente el costo de ventas se mantiene en niveles del 55%, logrando una rentabilidad bruta del 45%

En cuanto a los gastos se ha mantenido bastante similar, sin embargo si ha existido un incremento en gastos de personal debido al incremento de personas, mínimo pero necesario para mejorar la operación de la empresa, sin embargo se hará un análisis de la estructura para el primer trimestre del 2014 y posiblemente haya una reducción de una persona fusionándose ciertas funciones. En cuanto a gastos de venta también han sufrido un incremento justamente por lo que se comenta en cuanto a que existió un cambio de multinivel para mayo haciendo más atractivo el sistema de ventas, con comisiones mayores que pueden ir desde el 8% hasta el 21%. Gastos que aumentaron en consideración a que iba a existir un incremento en la venta por lo atractivo del sistema, sin embargo en la realidad no se dieron dichos resultados. Adicionalmente han existido mayores gastos en programas de

incentivos, los cuales están atados al multinivel y han logrado mantener la venta especialmente en meses que se baja considerablemente el nivel de operación.

En cuanto al inventario, es uno de los rubros que se ha incrementado y que se está buscando estrategias para disminuir el mismo , específicamente hablando del inventario de discontinuados.

Se observa una disminución a nivel general en cuanto para el 2012 el valor del inventario se encontraba en \$209.808, y para el 2013 en \$182.553 y en general tendera a disminuir en base a lo adquirido para cada colección , ya que la estrategia ha cambiado y se hacen importaciones más pequeñas al inicio de colección , buscando reposiciones posteriores, esto es un factor de riesgo ya que el proveedor ha demostrado no tener rapidez de reacción, y por las distintas regulaciones que se han puesto a las importaciones, se tiene mayores demoras, sin embargo se tomó la decisión en cuanto el inventario de discontinuados ha crecido considerablemente mermando la rentabilidad de la empresa. Aproximadamente el 37% corresponde a discontinuados.

Aspectos Claves para el 2014

Para este año será fundamental buscar estrategias de disminución de inventarios de discontinuados que generen liquidez a la empresa y logren reducir el inventario que permanece sin movimiento en la bodega.

De igual manera se buscara nuevas oportunidades de negocio para la empresa ya sea a través de otras líneas o a través de nuevos esquemas de venta ya que se ha visto como una gran debilidad la dependencia de una sola marca la cual tiene catálogos con una duración muy larga frente a lo que solicita el mercado en la actualidad.

De antemano, agradezco a los Accionistas de la compañía por el apoyo y respaldo otorgados a esta gerencia.

Atentamente,



Ing. Verónica Franco
Gerente General.