

INFORME DE GERENTE AÑO 2014

Estimados señores miembros de la Junta Directiva de Esteban Estrategias de Diseño Cia. Ltda.:

1. En cuanto al tema de Estados Financieros; el siguiente es el resumen del año 2014:

Ventas anuales:	\$455.891.00
Costos:	\$355.138.11
Gastos:	\$ 86.635.11
Utilidad:	\$ 14.117.78
15% participación:	\$ 2.117.67
(+) Gasto no deducible	\$ 8.509.96
Impuesto a la Renta causado	\$ 4.512.22
(-) Impuesto Anticipado	\$ 5.058.41
(-) Anticipo Pagado	\$ -0-
(=) Saldo a favor	\$ 546.19

Utilidad final del Ejercicio: \$6.739.11

2. Logros obtenidos durante 2014:

EN LA ACTUALIDAD:

- 1.1. Tenemos un departamento de Diseño conformado por tres Diseñadores de Moda, especializados en el área de prendas de vestir de niños y niñas.
- 1.2. Hemos desarrollado dentro de nuestras colecciones, accesorios adicionales que se complementan con lujo de detalles a cada una de las prendas que las componen (Sombreros, gorras, zapatitos, cintillos entre otros).
- 1.3. Somos Importadores directos de Telas e insumos de alta calidad provenientes de Brasil, Colombia y Perú; las cuales son utilizadas en cada uno de nuestros productos.
- 1.4. Adicional al punto anterior, contamos con un selecto grupo de proveedores Ecuatorianos en telas e insumos nacionales e importados, de altísima calidad que complementan nuestros diseños.
- 1.5. Vendemos a Almacenes de Cadena tan importantes como lo son BEBELANDIA S.A. (Bebemundo) y Tiendec S.A. (Revolución de la Moda RM).
- 1.6. Atendemos a clientes independientes de Provincia a nivel país (Ecuador).
- 1.7. Contamos con una planta de personal operativo ecuatoriano que se rige por óptimos niveles de exigencia y altos estándares de calidad.
- 1.8. Contamos con actualización permanente a nivel de tendencias de diseño, moda y mercado; por la asistencia a eventos o ferias de moda a nivel internacional (Colombia, Brasil y Perú) y seminarios promovidos por entes del gobierno Ecuatoriano y Colombiano.
- 1.9. Gozamos de una amplia imagen crediticia y de solvencia económica y moral a nivel de Bancos, proveedores nacionales como Internacionales y clientes a nivel país.
- 1.10. Se produce una cantidad promedio mes de 5.000 unidades.
- 1.11. Poseemos una tienda o punto de venta directa con nuestra marca shikuelitos, la cual se abrió en el año 2013 y que con el primer año de operación logro poco a poco ir mejorando la liquidez de la empresa con el flujo de ventas que se realizan diariamente (Efectivo, cheques y tarjetas de crédito).

Si en un principio la cartera se concentraba 100% en clientes de cadena cuya rentabilidad es mínima por el margen costo beneficio; en la actualidad se refleja:

mf

TIENDAS DE CADENA	65%
VENTAS PROVINCIA	20%
PUNTO DE VENTA PROPIO	15%

1.12. La tienda posee un panel de 700 clientes finales que son recurrentes y que se han fidelizado con calidad, precios y atención personalizada.

1.13. Otro logro importante fue el despacho oportuno de la colección de navidad a clientes de provincia; lo que se reflejó en el resultado de ventas finales y disminución de devoluciones de mercadería por demora en el despacho.

3. Proyección año 2015:

3.1. A nivel comercial:

- Abrir nuevo punto de venta propio; esta vez en centro comercial; que permita mayor fluidez de público, mayor seguridad y vigilancia, promoción y publicidad continua así como parqueaderos de libre movimiento por parte de nuestros clientes.
- Búsqueda en inclusión de nuevos clientes de provincia para aumentar el panel actual.
- Incrementar la participación de clientes de provincia en las ventas totales; de manera que mejore la rotación de mercadería y de cartera.
- Trabajar en el diseño de la página Web de la Tienda Shikuelitos.
- Implementar planes de promoción y publicidad que nos permitan fidelizar más clientes y difundir más rápidamente nuestra imagen corporativa.

3.2. A nivel productivo:

- Ya que durante el último trimestre del año 2014, se presentaron desvinculaciones de personal operativo; la labor se centrará en la contratación de personal para las vacantes; con un acompañamiento y preparación constante para que en la temporada alta, las personas ya se encuentren capacitadas y adaptadas al ambiente propio del trabajo.
- Para disminuir tiempos de respuesta a nivel de ventas de provincia; se elaborarán stocks mínimos de prendas de las colecciones que se comercializan en esas zonas; de manera que una vez el representante de ventas presente la colección; esta estará disponible para su despacho en un tiempo no mayor a 10 días.
- Continuar atendiendo las necesidades propias de clientes de cadena mes a mes.

3.3. A nivel Financiero:

Continuar en la búsqueda de una plataforma financiera estable; esto se dará:

- Mejorando el nivel de ventas.
- Mejorando el margen de rentabilidad por producto.
- Obteniendo recursos financieros a través de bancos y/o entes gubernamentales que ofrezcan mejores tasas de endeudamiento; períodos de gracia y con obligaciones a un plazo mayor al que se obtienen en bancos privados.

3.4. A nivel administrativo:

inf