

Quito 19 de marzo de 2018

**SEÑORES SOCIOS**  
**BURNEO CARRION DISEÑO CIA LTDA**  
**Presente.-**

**ASUNTO: INFORME DE GERENCIA AÑO 2017**

De mis consideraciones:

Hemos recibido los Estados de Situación Financiera y de Resultados, correspondientes al ejercicio económico del año 2017, preparados por el CBA Patricio Tenorio, Contador de la empresa para los meses de diciembre 2017 y enero y febrero 2018, los que de acuerdo a su informe reflejan adecuadamente la actividad y los resultados del período.

Como ustedes conocen, todo el movimiento contable se revisa concurrentemente durante todo el año por parte de esta gerencia y siempre están a su disposición los balances mensuales y de resultados, recibidos sin observaciones.

Conforme a los valores contables y su análisis, las ventas subieron ligeramente el 6,79% con relación al año 2016 e igualaron prácticamente las ventas de 2015, a pesar de las condiciones económicas poco favorables para los productos que ofertamos en un nicho restringido de mercado. En el periodo del total de ventas, el 43% corresponden a ventas menores en los almacenes y aproximadamente el otro 57% a ventas directas o especiales a clientes corporativos anteriores y nuevos, cuyo monto supera los \$ 5.000,00 (cinco mil dólares). Estos porcentajes son parecidos a los del año 2016 y 2015, lo que ratifica el comportamiento en los tres últimos años, con un incremento en el periodo del 5% para ventas especiales y decremento en las ventas menores.

Los totales de ventas corresponden el 57% a mercadería de Herman Miller, el 12% a Bestuhl y el 31% a proyectos nacionales ejecutados en el periodo. Los márgenes sobre el precio de venta efectiva son de: 43 % en Herman Miller, 49% del Bestuhl y 39% en los proyectos nacionales.

El costo de la mercadería en bodega bajó hasta el 46% a finales del periodo por la eliminación de las salvaguardias. Estos costos con precios más altos en el 20%, fueron del 57% (2016) y 52% del año del año 2015.

Apoyando mi propuesta, en la nueva política de ventas adoptada en mayo el 2017, los precios se establecieron trasladando al cliente la baja de aranceles, cuidando el margen necesario posterior a un análisis corrección en precios de venta, que nos permita una continua oferta en mercadería y fechas seleccionadas. Igualmente esta política nos una banda de mayores descuentos a proyectos medianos y compras significativas.

El rubro de publicidad bajó nuevamente en el 2017 en su monto \$ 16.354,85 (\$ 12.962,63 más \$ 3.392,22 por canje) lo que representa el 2,24%, el menor en los últimos tres años. Sobre esta inversión propongo incrementarla mínimo a \$ 25.000,00 (3,5% de las ventas promedio de los últimos tres años). Este monto nos permitirá publicitar adecuadamente nuestros productos y la nueva política de precios. Tenemos que vender un mayor volumen, los costo fijos están ya en el mínimo.

En el área Gerencial administrativa, financiera contable y la representación de la Empresa, su manejo fue el necesario, concurrente y oportuno en todos sus aspectos. Mantenemos una buena relación con el Banco Pichincha, igual con nuestro representado HermanMiller así como con nuestros clientes, proveedores y colaboradores. Durante el año 2017, los estados financieros mensuales que estuvieron a su disposición para su revisión no recibieron sugerencia u observación alguna. Igualmente, siempre nos encontramos en lista blanca, por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones con los organismos de control, impuestos y laborales.

Proseguimos durante el periodo con la importación de sillas Bestull para oficinas, de procedencia coreana y precio medio a bajo. Las ventas de este producto representaron el 12% del total, con el mejor margen conforme lo exprese anteriormente, lo que requiere de atención especial y diferenciada de estos productos.

Como les informé los dos años anteriores, para implementar la ampliación de oferta de productos, solicité un aporte adicional por parte de los accionistas, que no tuvo su aceptación. Considerando esta situación decidimos utilizar los servicios de almacenera Almagro, como depósito aduanero, mejorando la liquidez de la empresa y optimizando el giro del capital. En la implementación de mobiliario local para exhibición y venta en los almacenes, no logramos resultados significativos, por lo que no se desarrollaron nuevos productos.

Mantuvimos las campañas en Internet y publicidad escrita relacionada con nuestros productos; igual con el programa "Encuentro" de Diego Oquendo, la página web, la página en Facebook y otras herramientas actuales, que han logrado mantener el posicionamiento de la marca, de nuestra empresa y de las ventas. La implementación de cloudware fue irregular y suspendida por problemas del proveedor. Para este año hemos aprobado de un nuevo proveedor, con el que trabajaremos por contratos trimestrales.

El estudio Actuarial para bonificaciones por desahucio y jubilación patronal, se incrementó en \$ 2.082,84 quedando en un total de \$ 30.375,10.

Las previsiones para el año 2018 dependen de las acciones del nuevo gobierno, las que hasta la fecha no son claras y no me permiten estimar un panorama a mediano plazo. Lamentablemente en este momento no son optimistas por lo que debemos ofertar productos de menor precio, incrementar el equipo de ventas, conservando el posicionamiento con la ergonomía, calidad y garantías.

Reitero mi solicitud del año pasado: requerimos de un trabajo en grupo, para mejorar y ampliar la gestión total del negocio. Espero el apoyo de ustedes, para el logro de esta finalidad.

Atentamente,



**Carlos Burneo Carrión Arq. M.A.**  
**Gerente**