

INFORME DE GESTIÓN DEL AÑO 2016.

DECOCENTRO CÍA. LTDA.

Señoritas Socias,

Para mí es satisfactorio presentar a ustedes, en los términos previstos por la legislación vigente, el Informe de la gestión adelantada al frente de la compañía para el ejercicio del año 2016.

Como lo mencioné en el informe del año 2015, nuestra actividad se encuentra en un entorno cambiante y con dinámica propia, que se caracteriza no solo por las particularidades de la economía nacional que se ven afectadas por los sucesos que acontecen tanto al interior como en el exterior sino por la naturaleza propia de la industria y la normatividad aplicable. Es por ello que con el propósito de informar a ustedes sobre el curso de la sociedad en el 2016 y los aspectos sustantivos –que son previsibles– para el 2017, desarrollé los aspectos más destacables y que presento a continuación.

ENTORNO ECONÓMICO.

Como es de conocimiento público el año 2016 fue un año de muchos retos para la economía ecuatoriana. Como principal factor del debilitamiento de la economía en el país y resto de Latinoamérica, estuvo la baja del barril petróleo lo que obligó al gobierno tomar medidas que afectaron el gasto de las personas en lo que se refiere a mercadería suntuaria. Las discrepancias políticas y múltiples manifestaciones también fueron una causa de sentimiento generalizado de estabilidad lo que afectó también a la economía en general. Adicionalmente, en abril del 2016 se produjo un terremoto de gran impacto en las provincias de la costa lo que frenó totalmente la economía de esas zonas y también tuvo repercusión en la economía en general.

GESTIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Para la empresa también fue un año de muchos retos. Ya que principalmente comercializamos un producto de lujo, las ventas se vieron afectadas por el entorno económico que vivió el país. Después del terremoto las ventas hacia la costa se paralizaron completamente por un lapso de 3 o 4 meses lo cual causó un fuerte impacto sobre las ventas generales de la empresa. A pesar de que uno de los objetivos planteados el año pasado fue la apertura de un local en Guayaquil, las condiciones no fueron propicias para ellos, especialmente luego del análisis de ventas de los 3 primeros meses del 2016. Siendo coherentes con la situación que se presentó para la empresa fuimos cautelosos en el gasto general, aunque sí mantuvimos el presupuesto correspondiente a publicidad el cual ha generado en los últimos años un excelente retorno para la compañía. Durante el año pasado se realizaron 2 importaciones grandes y varias pequeñas. Únicamente se trajo una colección de papel tapiz, mientras que otros años se había

traído dos, esto debido a que hemos sido cautelosos en relación a las importaciones y a la actual salvaguardia que nos encontramos pagando la cual asciende al 35% aparte de aranceles e IVA.

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.

Como ha sido común en la empresa durante los años anteriores, la rotación del personal ha sido muy poca. Luego de la salida de dos trabajadores en el primer trimestre del 2016 se contrató el reemplazo para el cargo de atención al cliente y no se contrató reemplazo para el bodeguero con el fin de ser cautelosos en el gasto. Las funciones de ese cargo se han repartido entre el personal contratado sin que haya afectado al desenvolvimiento de la empresa.

ASPECTOS FINANCIEROS.

Como los reflejan los estados financieros, durante el año 2016 nuestras ventas netas bajaron alrededor de USD41.000. Las razones para ello tienen que ver con el entorno económico que vivió el país durante el año pasado. Adicionalmente, durante el año 2016 nos vimos en la necesidad de realizar dos liquidaciones de mercadería rezagada desde hace siete u ocho años con descuentos de hasta el 60%, lo cual obviamente disminuyó el margen de utilidad, pero fue eficiente en el sentido de salir de mercadería que ya está descontinuada y que ocupaba un gran espacio en nuestras bodegas. A pesar de ellos logramos mantener una buena utilidad en relación al año pasado y aunque disminuyó todavía podemos considerar que el trabajo ha rendido buenos frutos.

ASPECTOS OPERACIONALES.

Se ha venido fortaleciendo la red de distribución que tenemos en el país. Hemos hecho análisis semestrales para determinar la eficacia de venta de cada distribuidor, seleccionando así con cuáles de ellos podemos seguir trabajando y cuales no son convenientes para la empresa. A pesar de eso vemos que nuestros puntos de ventas directos son los más eficientes y los que mayor utilidad nos dejan. La razón para ellos es que nuestro enfoque es principalmente en nuestro producto y el conocimiento de las personas en venta acerca del producto. A esto se suma la publicidad que hemos manejado a través de pautajes en revistas especializadas, nuestra página web y de Facebook, mailing directo, etc.

PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2017.

El año 2017 también va a traer sus dificultades. Se nos presenta un año electoral lo cual históricamente ha afectado a la economía principalmente por la incertidumbre que un nuevo gobierno causa. A pesar de eso, nos sentimos confiados que Decocentro es una empresa sólida y posicionada en el mercado y que esto nos permitirá seguir creciendo.

Y justamente en este objetivo de crecimiento planteo tres objetivos para el 2017:

1. Analizar nuevamente la apertura de un punto de venta en la ciudad de Guayaquil. Esta ciudad con una población de más de 3 millones habitante y una economía con mucho



movimiento, puede ser un aporte importante para la venta directa de nuestro producto que es la que hasta ahora nos ha funcionado mejor.

2. La introducción de nuevas líneas de producto que sean coherentes con nuestras líneas actuales. Como resultado de mi visita a la feria Heimtextile en Alemania, hemos conseguido el contacto de una empresa americana que produce telas vinílicas. Este es un revestimiento para pared vinílico de alta resistencia, especial para áreas corporativas y de alto tráfico. Este producto ya se encuentra en el mercado ecuatoriano pero consideramos que podemos ofrecer un producto de alta calidad, muy competitivo en precio.
3. La contratación de un asesor de ventas de primer nivel. Tenemos la necesidad de agregar una persona con experiencia en ventas que pueda desarrollar las siguientes actividades:
 - Dar seguimiento y soporte a los distribuidores actuales.
 - Proponer mecanismo de soporte a la venta de distribuidores.
 - Conseguir nuevos distribuidores.
 - Proponer métodos de ventas y mejorar los que ya tenemos.
 - Atender directamente a clientes corporativos y de gran volumen.
 - Evaluar nuestro sistema de ventas y proponer mejoras.

Considero que estas propuestas pueden ser fundamentales para el crecimiento de la empresa y empezar a diversificar nuestras ventas,

Para finalizar quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a los señores socios de la compañía, cuyo permanente apoyo a lo largo del año fue fundamental para el desarrollo de nuestras actividades y para el logro de los resultados obtenidos.

De igual forma agradezco a todos y cada uno de los colaboradores de la Compañía por el esfuerzo, la dedicación y el compromiso demostrado a lo largo del año.

Cordialmente,



Patricia Enríquez

GERENTE GENERAL

DECOCENTRO