

MUNDO DEPORTIVO MEDEPORT S.A



# Informe de Gerencia

---

2014

**Brenda Escalante**

**Marzo de 2015**

Este Informe de Gerencia tiene como resultado el análisis de la situación macroeconómica del país y mercado de Mundo Deportivo Medeport S.A., y a su vez la gestión de la administración durante el año 2014. El fundamento está en evaluar el desempeño de la empresa, para así poder planificar acciones futuras que sean acorde a los objetivos planteados por la junta de accionistas.

## Señores Accionistas:

Mediante este informe, me permito dar conocimiento acerca de las labores desarrolladas en calidad de Gerente General de la Compañía Mundo Deportivo Medeport S.A., función que me fue encomendada a partir del nombramiento firmado de 05 de julio de 2.010 por un periodo de 3 años, el mismo que fue renovado con fecha 10 de julio de 2.013 por un periodo igual y respalda mi función en el Ejercicio Económico 2.014.

## Resumen Ejecutivo

### Situación General de la Compañía

MEDEPORT S.A ha mantenido un desempeño favorable durante su gestión del año 2014. Esta eficiente gestión se debe principalmente por su favorable posición en el mercado deportivo y su adecuado manejo de la marca adidas, de la cuál es representante exclusivo en el país.

### Marketing

Durante el año 2014, MEDEPORT S.A ha trabajado por fortalecer la marca en el país, logrando posicionarse como una de las marcas más representativas en el mercado deportivo. Conjuntamente con adidas Internacional, la empresa ha logrado mantenerse a la par con todas las campañas publicitarias a nivel mundial y las activaciones de marca. Adicionalmente, MEDEPORT S.A ha mantenido su presencia en importantes eventos deportivos tales como la carrera Últimas Noticias 15K, y patrocinio de reconocidos futbolistas de la Selección Ecuatoriana de Fútbol durante el Mundial Brasil 2014. Los eventos mediáticos de la empresa se han enfocado en dar a conocer los atributos de la marca y sus productos, logrando posicionarse como una marca de prestigio a nivel deportivo. Complementariamente, los esfuerzos de mercadeo han sido orientados a la fomentación del deporte, que a su vez apelan al deseo de muchas personas a tener cada vez un mejor desempeño y combatir el sedentarismo. Las campañas giran en torno al "adidas is all in" y a "all in or nothing", frases que simplifican el enfoque de la marca.

### Operaciones

MEDEPORT S.A se ha esforzado constantemente por operar eficientemente en el área de operaciones, logrando así tener un manejo apropiado de sus inventarios, dando como resultado el abastecimiento oportuno en sus canales de distribución, con bajos índices de faltantes. El centro de distribución de MEDEPORT S.A trabaja con sistemas de control de inventarios que evidencian un buen manejo de recursos, que a su vez cuenta con políticas para garantizar el control de calidad y también la seguridad industrial.

### Gerencia

Durante el año 2014, las decisiones gerenciales han sido las guías para el crecimiento de MEDEPORT S.A., estas incluyen acciones para fortalecer y diversificar los diferentes canales de distribución y poder cumplir con las exigencias del mercado. Dentro de las acciones más relevantes está la remodelación y ampliación de la tienda adidas ubicada en Mall el Jardín en el mes d Agosto.

Como resultado de las decisiones y acciones tomadas durante 2014, MEDEPORT S.A ha logrado una posición financiera sólida, que se ve reflejada en el crecimiento tanto de ingresos como de utilidades. El ambiente laboral, la motivación y dedicación del personal, y los esfuerzos de cada departamento han sido los elementos fundamentales que han logrado impulsar a la empresa hacia un desempeño óptimo.

### **Análisis de Industria**

Durante los últimos años, la tendencia de “vivir un estilo de vida más proactivo y saludable” se ha vuelto más popular en Ecuador y en general en el mundo entero. Desde que se adoptó una cultura más proactiva y menos sedentaria, el mercado deportivo se acrecentado considerablemente. En particular en Ecuador, se puede identificar que esta tendencia ha tenido más presencia, ya que la cantidad de eventos deportivos cada vez son más grandes y populares. Por ejemplo, la carrera Últimas Noticias 15k acoge cada vez más participantes, que buscan probar su desempeño en el ámbito del running.

Esta tendencia definitivamente ha sido un factor que ha logrado que el mercado crezca y se desarrolle. El mercado aumenta en tamaño ya que se identifica la entrada de nuevos potenciales consumidores, y también se desarrolla, ya que el deportista demanda insumos deportivos que le brinde un mejor desempeño en su respectiva actividad (calidad, diseño y tecnología del producto).

La popularidad y acogida de esta tendencia es un factor que puede determinar el desempeño de MEDEPORT S.A en el mercado. Si bien ofrece oportunidades para diversificar sus productos y ofertar en distintos nichos de mercado, también es un factor que impulsa la competitividad en el mercado.

Este incremento del tamaño de mercado puede estar ligado al crecimiento en ventas de los distintos canales de distribución de la empresa.

## **Análisis Económico**

### **Contexto Económico Mundial**

Según el análisis realizado por el Fondo Monetario Internacional (FMI) sobre las perspectivas económicas para América Latina y el Caribe, para el 2014 el déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos de la región llegó a un 2,3% del PIB (frente a un 2,6% del PIB en 2013), con lo que se detuvo la tendencia al incremento del déficit que se había verificado durante los cuatro años anteriores. En noviembre de 2014, de un grupo de 17 países analizados\*, en su mayoría de América Latina, la inflación anual del Ecuador se ubicó por debajo del promedio.

En las Perspectivas Económicas de América Latina se afirma que la innovación tecnológica y la diversificación económica serán esenciales para estimular la productividad y el crecimiento potencial, que continúa siendo bajo en comparación con otras regiones. La contribución de América Latina al crecimiento del PIB global no ha sufrido variaciones (entre 7% y 9%) desde principios de 1990, mientras que la de los países emergentes de Asia se ha multiplicado por dos durante el mismo periodo.

## Panorama Macroeconómico Ecuador 2014-2015

Tras recuperarse de los efectos de la crisis global, la economía ecuatoriana ha alcanzado un fuerte crecimiento en los últimos años. En 2012, 2013 y 2014 el crecimiento del PIB alcanzó tasas de crecimiento del 5,2%, el 4,6% y el 3,8%, respectivamente, aunque desacelerándose progresivamente.

El gobierno del Presidente Rafael Correa Delgado, quien en febrero de 2013 fue reelecto para un nuevo mandato de 4 años por un amplio margen de votos mantiene la doble prioridad de erradicar la pobreza y transformar la matriz productiva, con el fin de consolidar una economía orientada al conocimiento y la innovación, sostenible y diversificada. Con estos objetivos, el gasto y la inversión del sector público se han incrementado. Gran parte de estos recursos se ha destinado a programas y proyectos de inversión en infraestructura energética y de transporte, y en los sectores sociales.

El crecimiento en Ecuador ha sido inclusivo, con un efecto directo en la reducción de los niveles de pobreza y desigualdad, y en el crecimiento de la clase media.

A pesar de estos notables resultados, todavía persisten desafíos para la sostenibilidad del crecimiento económico y los logros alcanzados en reducción de pobreza y desigualdad. Estos desafíos están vinculados a la alta dependencia de la economía del sector petrolero la cual es nuestra principal materia prima destinada a la exportación y de la cual depende el financiamiento del Presupuesto General del Estado. La caída significativa del precio del petróleo en los últimos meses y la apreciación del dólar han afectado seriamente a la balanza comercial, la financiación de la inversión pública y a la competitividad de las exportaciones ecuatorianas.

### Sector Real

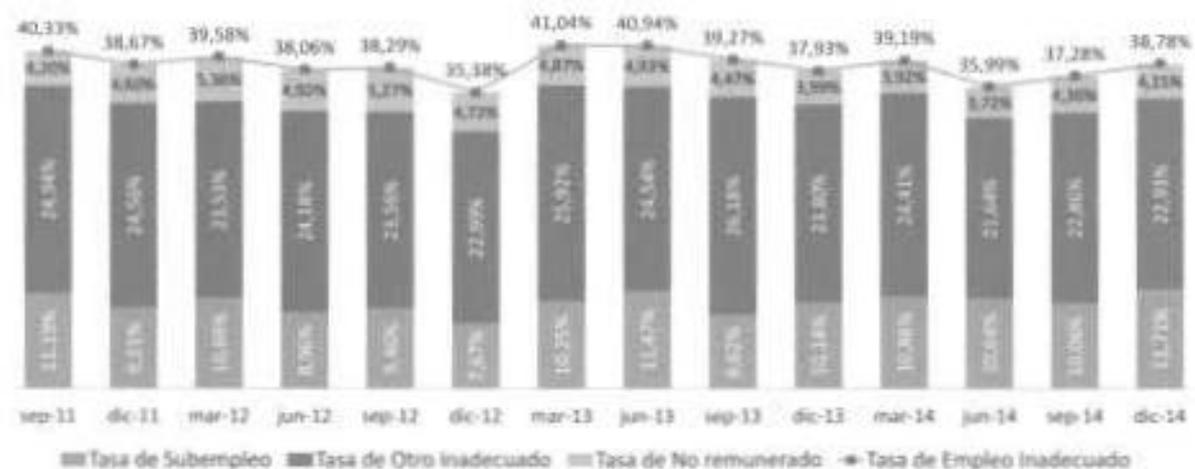
La economía ecuatoriana muestra un escenario de mayores dificultades para el año 2015. Los inconvenientes para cubrir el financiamiento público, la falta de inversión privada y la caída del precio del petróleo que se dio en el segundo semestre de 2014, han propiciado una situación en la que es difícil mantener los niveles de crecimiento de años anteriores. Esta situación ha llevado a que se dé un incremento del endeudamiento público, si bien éste sigue siendo sostenible comparado con otros países de la región.

En base a la dinámica económica actual, que depende principalmente de la inversión pública,

es fundamental acceder a fuentes de financiamiento que permitan cubrir las necesidades fiscales y el déficit proyectado entre 8.000 y 9.000 millones de dólares. De manera general, las proyecciones para el PIB ecuatoriano en el año 2015 se ubican en valores cercanos al 4%, tanto por parte de las cifras oficiales en el país, como de organismos multilaterales. Dentro de las entidades internacionales, la CEPAL maneja la proyección más baja con 3,8%. En el caso de la Unidad de Investigación Económica y de Mercado (UIEM) de Ekos, se proyecta una tasa de crecimiento de 3,7% en el año 2015, tomando en cuenta la desaceleración de la actividad económica y los menores precios del petróleo.

## Tasa de Ocupación

De acuerdo con el INEC, la tasa de desempleo urbano en Ecuador a diciembre de 2014 se ubicó en 4,54% frente al 4,86% alcanzado en el 2013. La tasa de subempleo, entre diciembre de 2013 y diciembre de 2014, aumenta en 1,57 puntos porcentuales. El incremento es estadísticamente significativo, al 95% de confianza.



## Inflación

El año 2014 se cerró con una inflación de 3,67%, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC) a comparación del año 2013 que cerró con una inflación del 2,70% ubicándolo como la tasa más baja en los últimos 8 años.

En comparación con la inflación de los países de América Latina y el Caribe, Ecuador se ubica como la cuarta economía con menor tasa de inflación, detrás de Colombia y EEUU1.

Considerando la inflación por industria, en la división de productos se tiene que, alimentos y bebidas no alcohólicas registró la mayor alza con 0,1019%, seguido de restaurantes y hoteles 0,0895%; transporte 0,0755% y bienes y servicios diversos con 0,0414%, por su parte los productos que registraron retroceso fueron prendas de vestir y calzados 0,0001% y comunicaciones con 0,0006%.

Mientras tanto el salario básico unificado mantuvo en 340 dólares durante el 2014, un incremento de 22 USD con respecto al 2013, que fue de 318 USD2. Para el 2015 el salario básico unificado se estableció en 354 USD. La imposición de un salario mínimo superior a la tasa de inflación tiene como efecto un mayor bienestar, fomento de consumo y también un incremento en costos para las entidades, tanto públicas como privadas.

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=5094>

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/salario-basico-usd-340-2014-cubre-totalidad-canasta-basica-ecuador.html>

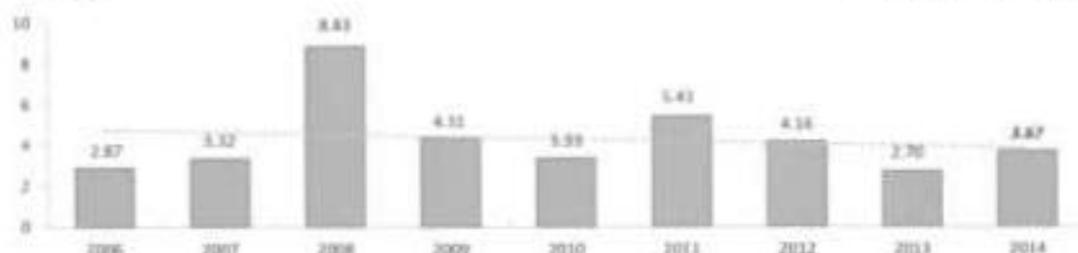
<http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/30/nota/4388021/salario-basico-unificado-2015-sera-354-alza-14>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-cierra-el-2014-con-una-inflacion-de-3-67/>

<http://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview>

Banco Central  
del Ecuador

INFLACIÓN ANUAL A DICIEMBRE DE CADA AÑO  
(Porcentajes, 2006-2014)



## Sector Externo

### Balanza Comercial

Históricamente la balanza comercial ecuatoriana ha tenido un saldo negativo. Las exportaciones no petroleras no logran una suficiencia para poder abastecer la diferencia entre las exportaciones petroleras y las importaciones totales, durante el año 2014 cerró con un déficit de USD -727.0 millones, este resultado muestra que el comercio internacional ecuatoriano tuvo una recuperación de 30.2%, si se compara con el saldo comercial del año, que fue de USD -1,041 millones.



Cabe recalcar que ciertos productos han tenido inconvenientes para ingresar al país, ya sea porque no cumplen las normas establecidas por el INEN en lo referente a estándares, o por la nueva la aplicación de una salvaguardia aduanera a un tercio de las importaciones, para aplacar el grave efecto en su balanza de pagos de la caída del precio del petróleo y la apreciación del dólar.

## Remesas

Durante el tercer trimestre de 2014 el flujo de remesas que ingresó al país ascendió a USD 623.8 millones, monto inferior en 1.5% (USD 633.5 millones) al registrado en el segundo trimestre de 2014 y menor en 2.0% (USD 638.8 millones) al observado en el tercer trimestre de 2013. Los giros enviados en este trimestre sumaron 1.933.125, cifra inferior en 9.5% (2.136.182) a la registrada en el segundo trimestre de 2014 y mayor en 1.4% (1.907.026) a los emitidos en el tercer trimestre de 2013. La caída de los ingresos por remesas ha sido influenciada principalmente por los estragos económicos que pasaron las principales economías tales como la eurozona y EEUU; quienes a su vez son los países que más aportan con remesas por la cantidad de migración que han recibido del Ecuador.



## Sector Petrolero

Las estimaciones de los volúmenes de producción fiscalizada de crudo para el periodo 2012-2015 presentan un incremento en el año 2013 del 8,57%, respecto al año 2012, mientras que la producción se contrae en los años 2014 y 2015 en 1,55% y 4,90% respectivamente. Dentro del periodo analizado, el volumen promedio de producción fiscalizada anual asciende a 196,05 millones de barriles de petróleo. Las exportaciones de crudo en este periodo en el escenario pasivo se incrementan en el año 2013 en 17,48%, mientras que en los años 2014 y 2015, este tipo de exportaciones se sitúan en 9,26% y 7,32% respectivamente.

Las exportaciones de derivados presentan una tendencia diferente, debido a que en el año 2013 se registra una disminución en la exportación de derivados del 59,51% respecto a las estimadas para el año 2012, sin embargo esta trayectoria se revierte en los años 2014 y 2015, donde se observan crecimientos porcentuales interanuales del 142,1 millones de barriles y 137,1 millones de barriles respectivamente, esta tendencia se origina por el paro de la refinería en los años 2012 y 2013.

Gráfico No. 4



Fuente: Ministerio Coordinador de la Política Económica.

## Sector Fiscal

### Sector Público No Financiero

Al comparar las finanzas del Sector Público No Financiero (SPNF) en el periodo enero-agosto 2014 con similar periodo de 2013, se observa una mayor recaudación de los ingresos y un crecimiento en los gastos del SPNF; generando un resultado global deficitario y el resultado primario superavitario en el año 2014.



Por otro lado la deuda externa del Ecuador mantiene la regla macro fiscal relativa al límite de endeudamiento público hasta el 40% del PIB. En agosto 2014, la deuda pública alcanzó el 26% del PIB (USD 26.563 millones). El saldo de la deuda pública externa fue de USD 15.387 millones y el de la deuda pública interna fue USD 11.177 millones (15% del PIB y 11% del PIB, en el mismo orden).

### EVOLUCIÓN DEL ENDEUDAMIENTO DEL GOBIERNO CENTRAL

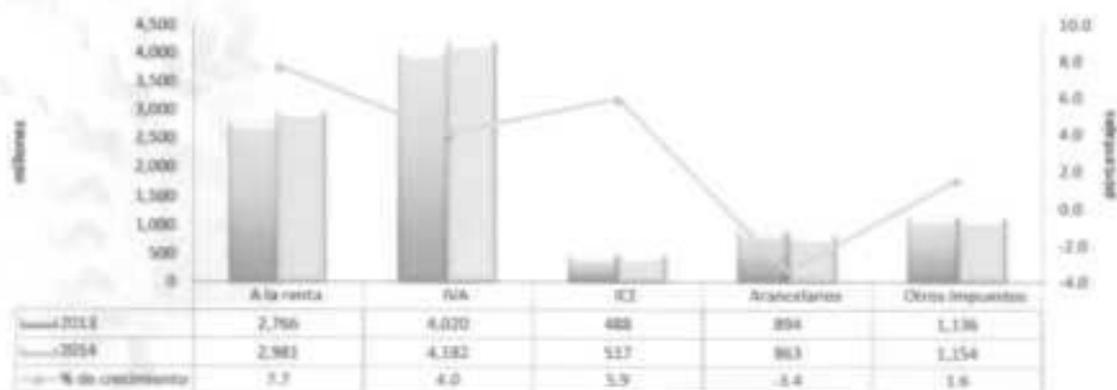


### Recaudación Fiscal

Tanto el precio alto del petróleo como una recaudación tributaria eficiente, han sido factores positivos que han incidido en un incremento de la recaudación fiscal. Durante los meses enero-agosto de 2014 se registraron incrementos importantes en la recaudación de los impuestos más relevantes como: el Impuesto a la Renta, IVA, ICE y los otros impuestos (en el que consta el impuesto a la salida de divisas –ISD-), a excepción de los Arancelarios.

### RECAUDACIÓN DE PRINCIPALES IMPUESTOS INTERNOS

Enero-Agosto: 2013-2014



De acuerdo con el Servicio de Rentas Internas, la recaudación fiscal Durante el periodo transcurrido de enero a diciembre 2014, la recaudación efectiva alcanzó US\$. 13.616,8 millones, con un crecimiento nominal del 7,0 % frente al mismo periodo del año anterior; El impuesto cobrado que más resaltó fue el IVA Impuesto al Valor Agregado de Operaciones Internas, con US\$. 4.512,6 millones y con un crecimiento del 10% frente al mismo periodo del año anterior; en lo referente a

los impuestos Directos el que más destacó fue el Impuesto a la Renta Recaudado, con US\$. 4.273,9 millones, reflejando un crecimiento nominal del 9%.



## Sector Financiero

### Crédito

Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), el volumen de crédito ha crecido, para el 2014 se situó en USD 24,506 millones, USD 1,733 millones más que el 2013 y USD 4,078 millones más que el 2012. De igual manera el número de operaciones se han incrementado en los últimos años, en el 2014 se registraron 6,70 millones de operaciones y para el primer trimestre de 2015, se ubicó en USD 6,130.4 millones, con un número de operaciones para este trimestre de 1.60 millones.



Fuente: BCE.

El volumen de crédito otorgado por el sistema financiero privado para el mes de enero 2014 se situó en USD 1,774.3 millones, registrando 533,761 operaciones, y el volumen de crédito total otorgado por el sistema financiero público para el mes de enero 2014 se situó en USD 55.5 millones, registrando 10,817 operaciones.

## Tasas de Interés

Durante los últimos tres años, las tasas tanto pasivas como activas se han mantenido estables. La tasa pasiva se ha mantenido en un 4.53%, mientras que la tasa activa en 8.17%. Estas tasas no han fluctuado, pero son relativamente bajas en comparación con otras economías, dado que el Ecuador no las emplea con el fin de alterar el valor de la moneda.

Las tasas pasivas bajas se las relaciona a un fomento de inversión doméstica, incentivos de consumo y una expansión del crédito del sector financiero. Las tasas activa, tienen como finalidad atraer moneda extranjera y fomentar el ahorro (política monetaria).

## Cumplimiento de Objetivos

- a. **Mejorar el margen de operación del negocio optimizando la utilidad.**  
Durante el 2014, el margen de utilidad neta fue de 7.04%, inferior al de 2013, que obtuvo un margen de 9.42%. El resultado del ejercicio fue de 3, 560,786 USD. Las utilidades tuvieron un decremento del 19.61% respecto al 2013.
- b. **Lograr adecuados resultados financieros**  
Durante el 2014, se notó una mejora de los ingresos en 10.70%, pasando de 45, 188,282 USD a 50, 602,526 USD, el incremento de los ingresos ha contribuido a tener una situación financiera saludable que se reflejan en los principales estados e índices financieros.
- c. **Mantener indicadores de liquidez adecuados**  
El indicador de liquidez general se ha mantenido históricamente sobre 1 veces. Al 2014, el indicador de liquidez general registró 1,02 veces, lo cual demuestra que la empresa mantiene una buena capacidad de cancelar sus obligaciones en el corto plazo con recursos provenientes de su giro de negocio.
- d. **Ejecutar simultáneamente las campañas a nivel mundial**  
Se logró ejecutar las campañas de publicidad a la par con adidas Internacional tanto de performance, como de originals de acuerdo al plan de marketing.
- e. **Cumplir oportunamente los pagos a proveedores.**  
En el año 2014 se cumplió a cabalidad el plan de pagos con adidas, además de los proveedores locales, con los que se tienen acuerdos de pago de 60 y 30 días respectivamente.
- f. **Controlar los gastos**  
Los gastos administrativos presentaron un incremento promedio anual de 14.43% entre 2013 y 2014, inferior al registrado en el periodo 2012 a 2013 que fue de 16.08%. Mientras que los gastos de ventas también presentaron un incremento más pronunciado de 20,56%. Las variaciones porcentuales están ligados al incremento en ventas.
- g. **Optimizar los niveles de inventario.**  
Mundo Deportivo MEDESPORT S.A realiza sus compras basándose en un eficiente sistema de inventarios, el cual consiste en prever las ventas futuras para así estimar sus compras de mercadería. Este sistema toma en consideración un forecast mensual de ventas, para poder determinar el nivel de inventario óptimo, el cual no sature a los diversos canales de distribución. Adicionalmente este sistema también se enfoca en el tiempo de rotación del inventario para así

minimizar costos. Dentro de este sistema se utiliza el cargue, el cual es un indicador de rotación de inventario basado en las ventas pronosticadas. MEDEPORT S.A maneja un cargue entre 2.8 y 3.5. Este número representa que por cada mes de venta, existe inventario o mercadería para sostener los tres meses próximos.

Este sistema permite mantener las operaciones de manera eficiente, reduciendo costos y asegurando la venta futura, dando a la empresa un flujo de caja óptimo en lo que se refiere a inventarios.

## **Análisis de Gestión**

### **Instalaciones**

Considerando las necesidades de operación de MEDEPORT S.A. cuenta con sus oficinas administrativas en la ciudad de Quito, en la Av. De los Shyris E3-98 y Bélgica, Edificio Shyris Century oficina 11 A. Estas instalaciones pertenecen a la empresa INVESTA, y la Compañía cancela mensualmente el canon de arrendamiento por concepto de la utilización.

### **Junta General**

Las disposiciones de la Junta General de Accionistas se han cumplido a cabalidad y sus atribuciones se han llevado a cabo conforme las normas legales y estatutarias.

### **Organismos de Control**

Mundo Deportivo MEDEPORT S.A. se encuentra regulado por ciertas entidades como la Superintendencia de Compañías, la Intendencia de Mercado de Valores y el Servicio de Rentas Internas, con las cuales mantiene al día todas sus obligaciones. Además, la empresa ha cumplido sus obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y la Corporación Aduanera Ecuatoriana mediante la declaración y el pago oportuno de aranceles. Es importante además mencionar que la empresa cumple con los requisitos de importación en cuanto al cumplimiento de los lineamientos de calidad, las regulaciones que se han venido dando en las importaciones pueden convertirse en un factor adverso para la continuidad del negocio.

### **Laboral y Legal**

En materia laboral, la Compañía ha dado fiel cumplimiento a lo establecido en el Código de Trabajo. Adicionalmente, mantiene en su nómina de trabajadores a siete personas con discapacidad, uniéndose a la iniciativa del Señor Vicepresidente de la República del Ecuador, Lcdo. Lenin Moreno G., con la finalidad de promover la aplicación de la Ley reformativa al Código del Trabajo, publicada en el R.O. 198 del 30 de Enero del 2.006.

La nómina de MEDEPORT S.A consta de 218 empleados distribuidos de la siguiente forma:

| Trabajadores por área  |                        |
|------------------------|------------------------|
| Área                   | Número de trabajadores |
| Administrativo         | 34                     |
| Almacenes              | 130                    |
| Gerencia y Presidencia | 2                      |
| Operativo              | 35                     |
| Mercadeo               | 17                     |
| <b>Total</b>           | <b>218</b>             |

## Análisis Financiero

MUNDO DEPORTIVO MEDESPORT S.A.

### ESTADO DE RESULTADOS AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE

(Expresado en dólares estadounidenses)

| MEDESPORT                           |                   |
|-------------------------------------|-------------------|
|                                     | 2.014             |
| <b>Ventas</b>                       | <b>50,602,526</b> |
| Costo de Ventas                     | -35,227,914       |
| <b>Margen Bruto</b>                 | <b>15,374,613</b> |
| Gastos de Administración y Ventas   | -9,703,626        |
| Depreciación y Amortización         | -928,428          |
| <b>Beneficio operativo (EBIT)</b>   | <b>4,742,559</b>  |
| Gastos Financieros                  | -163,361          |
| Otros Egresos/Ingresos              | 947,151           |
| <b>Beneficio antes de impuestos</b> | <b>5,526,349</b>  |
| 15% Participación Empleados         | 828,952           |
| 25% Impuesto a la Renta             | 1,136,610         |
| <b>Beneficio neto</b>               | <b>3,560,786</b>  |
| Utilidad por Participación          | \$ 5.21           |

### INGRESOS

Durante el 2014, los ingresos crecieron en 10.70%, pasando de 45,188,282 USD a 50,602,526 USD, este crecimiento es producto de las estrategias de la compañía como abastecimiento adecuado en sus 3 canales de distribución, otro de los factores que influyó en el crecimiento de los resultados fue que MEDESPORT S.A. contó con un adecuado stock de productos, además del excelente posicionamiento de la marca adidas en el mercado, ejecución de campañas publicitarias y una selección óptima de sus productos.

A continuación se detallan las ventas por canal de distribución:

### Ventas por Canal de Distribución

Ventas Reales  
Total USD Dólares

|          | 2013 | 2014 | variación |
|----------|------|------|-----------|
| Marathon | 45%  | 46%  | 16%       |
| Mayor    | 25%  | 26%  | 21%       |
| Tiendas  | 30%  | 28%  | 10%       |
| Total    | 100% | 100% | 15%       |

### Ventas por Categoría

Ventas Reales  
Total USD Dólares

|            | 2013 | 2014 | variación |
|------------|------|------|-----------|
| Zapatos    | 64%  | 66%  | 18%       |
| Textiles   | 24%  | 23%  | 7%        |
| Accesorios | 11%  | 12%  | 17%       |
| Total      | 100% | 100% | 15%       |

Dentro del detalle de las ventas, se puede observar que la venta de zapatos representó en el 2014 el 66% del total, seguido de la comercialización de ropa con el 23% y accesorios con el 12%. Al realizar la comparación con el 2013 observamos que existe una variación en la composición de ventas, creciendo en 2 puntos los zapatos, debido a la mayor oferta que se realizó en este grupo, además que los accesorios siguen creciendo por la diversificación de productos, especialmente en gorras, balones y medias.

### COSTO DE VENTAS

En el ejercicio económico 2013 el costo de ventas ascendió a 35, 227,914 USD teniendo una variación con el 2014 del 14.29%, los costos representan el 69,6% de los ingresos.

### GASTOS OPERACIONALES

Con respecto a los gastos operacionales se observa que para el cierre de 2014, éstos fueron de US 10,632,054, creciendo un 17.67% respecto al 2013, donde se registró un valor de 9, 035,156 USD. Además, los costos operacionales representaron el 20% en 2013 y el 21% en 2014 en lo referente a las ventas.

### UTILIDADES

La utilidad bruta para el 2014 significó el 30.4% de los ingresos y presenta un crecimiento del 2.44% respecto al 2013 (33,2%).

En lo que respecta a la utilidad luego de participación trabajadores e impuestos se evidencia un decrecimiento del 19.61% en el año 2014, considerando que en este año se obtuvo 3, 560,786 UDS de utilidad neta, con un margen de 7.04%.

### Análisis Índices Financieros

|                                       | 2013    | 2014    |
|---------------------------------------|---------|---------|
| <b>Liquidez</b>                       |         |         |
| Activo Corriente/Pasivo Corriente     | 2.04    | 1.02    |
| Razon ácida                           | 1.56    | 0.74    |
| <b>Rotación de Cuentas por Cobrar</b> |         |         |
| Días Cobro                            | 40      | 35      |
| <b>Endeudamiento</b>                  |         |         |
| Deuda total sobre Activos             | 33%     | 76%     |
| Deuda total sobre Patrimonio          | 0.50    | 3.58    |
| Deuda total sobre Ventas              | 0%      | 0%      |
| <b>Rentabilidad</b>                   |         |         |
| RDA Tasa de retorno del activo total  | 22%     | 17%     |
| ROE Tasa de retorno de patrimonio     | 33%     | 72%     |
| RDS Tasa de retorno sobre ventas      | 9%      | 7%      |
| <b>Utilidad por Acción</b>            |         |         |
| Participaciones                       | 682,800 | 682,800 |
| Utilidad por Participación            | \$6.24  | \$6.21  |

### Análisis de Liquidez

El indicador de liquidez general se ha mantenido históricamente sobre 1 veces. Al 2014, el indicador de liquidez general registró 1,02 veces, lo cual demuestra que la empresa mantiene una buena capacidad de cancelar sus obligaciones en el corto plazo con recursos provenientes de su giro de negocio.

La prueba ácida mide la capacidad inmediata que tienen los activos más líquidos para cubrir las obligaciones a corto plazo y en el caso de Medeport para el año 2014 este índice es 0.74, este índice varió respecto al 2013 siendo de 1.56, debido principalmente a que se decidió repartir las utilidades retenidas para el 2015, otro punto importante fue que Mundo Deportivo en Agosto de 2014 emitió un Papel Comercial a través de la Bolsa de Valores, por un valor de 1, 500,000 USD.

### Días de Cobro e Inventarios

Los días de cobro de las cuentas comerciales en el 2014 fueron de 35 días, esto es debido al promedio que se alcanza entre las cuentas por cobrar a Marathon, clientes mayoristas, pero principalmente al peso de ventas en tiendas que permite que su recuperación sea más rápido. La recuperación de cartera con los clientes de por mayor es de 60 días y de Marathon es de 30 días. Para el año 2013 los días de cobro fueron de 46, denotando así que la gestión realizada en el 2014 fue la apropiada para que se reduzca en 11 días este indicador.

### **Análisis de Endeudamiento y Solvencia**

En el índice de endeudamiento podemos ver que los activos totales de la Compañía se encuentran financiados el 76 % por fondos de terceros y el 24% por capital propio, este indicador de invirtió respecto a lo que se reflejó en el 2013 siendo 33% financiamiento de terceros y 67% patrimonio, debido a la decisión de repartir las utilidades retenidas y a la obligación que se adquirió con la emisión de Papel Comercial en Agosto 2.014.

### **Análisis de Rentabilidad**

Mundo Deportivo MEDEPORT S.A. ha mantenido altos niveles de rentabilidad como resultado de la tendencia creciente de la demanda y de los precios de sus productos. La rentabilidad sobre activos en el 2014 fue de 17%. Por su parte, la rentabilidad patrimonial ascendió a 72% en 2014 y registró 33% en 2013 debido al decrecimiento del patrimonio por el reparto de utilidades acumuladas.

### **RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS**

Durante el 2014 la Compañía operó sin medidas de restricción impuestas por el gobierno; ni salvaguardas; sin embargo es importante destacar que el 11 de marzo de 2015 el Comité de Comercio Exterior (COMEX), mediante Resolución N° 011-2015, resolvió establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatorio, con el propósito de regular el nivel general de importaciones y, de esta manera, salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos. Ante esta resolución Mundo Deportivo Medeport se ve afectado en el 100% de sus productos, que son importados en su totalidad, con una sobretasa arancelaria del 25%.

Por lo expuesto anteriormente recomiendo a la Junta General adoptar las siguientes políticas y estrategias eficientes para lograr el cumplimiento de los objetivos en el siguiente ejercicio económico.

- a. La estrategia que la empresa debe contemplar para mitigar el impacto la sobretasa arancelaria traspasar este incremento en el costo, al precio de venta final.
- b. Orientar las actividades de la Compañía a fin de mantener los niveles de ventas en unidades obtenidos en el año 2014, dotando de suficiente mercadería a los puntos de venta de Marathon y cubriendo el mercado al por mayor.
- c. Explotar la imagen de la marca para cumplir con los niveles de ventas esperados y la creciente demanda de productos deportivos en un mercado orientado hacia el deporte como salud.
- d. Optimizar y controlar los gastos operacionales
- e. Mantener el periodo de recuperación de cartera para los clientes del por mayor y estar en la capacidad de aumentar los días de cobro para Superdeporte.
- f. Coordinar el forecasting entre los departamentos financiero, planificación y de producto para regular el ingreso de la mercadería considerando a las ventas y flujo de caja.
- g. Mantener los pagos a adidas puntuales, es decir en un lapso de 60 días desde la fecha de la factura.
- h. Trabajar para lograr disminuir los tiempos de inventario en tránsito y trámites internos como el INEN y Aduanas conforme a la disponibilidad de los fondos.
- i. Automatización de los procesos en general, especialmente del manejo de Información- Order Book.

### **Propiedad Intelectual**

El avance tecnológico del siglo XXI, conlleva un avance sustancial científico e investigativo en diferentes áreas del saber. Esto influye en la brecha del conocimiento y de la investigación científica entre el primer mundo y el tercer mundo, pero obliga a una búsqueda de mecanismos para permanecer en un mercado altamente competitivo, utilizando mecanismos como barreras de entrada, como por ejemplo la protección de la propiedad sobre la investigación, sobre el desarrollo de nuevos productos, como el uso de una marca, etc.

En tal virtud, al ser MEDEPORT S.A., el único distribuidor autorizado de la marca adidas en el Ecuador ha procurado informar inmediatamente a adidas Latin American, de cualquier uso no autorizado de la marca que haya llegado a su conocimiento.

De igual manera, MEDEPORT S.A., proporcionará cualquier información solicitada por adidas o sus abogados para su defensa frente a oposiciones de otras marcas acerca de propiedad intelectual. Los gastos o costos legales y otros originados en estos procesos serán reconocidos por adidas Latin American.

Es todo cuanto puedo informar en atención a mis atribuciones y obligaciones como Gerente General de esta compañía.



Brenda Escalante

**Gerente General**

Marzo 2015