

MUNDO DEPORTIVO MEDEPORT S.A



Informe de Gerencia

2015

Brenda Escalante

Marzo de 2016

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 2015. 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 el 11 de febrero de 2.014 por un período de 3 años y respalda mi función en el Ejercicio Económico 2.015.

Resumen Ejecutivo

Situación General de la Compañía

MEDEPORT S.A ha mantenido un desempeño favorable durante su gestión del año 2015. Esta eficiente gestión se debe principalmente por su favorable posición en el mercado deportivo y su adecuado manejo de las marcas adidas y Reebok, de las cuales es representante exclusivo en el país.

Marketing

Durante el año 2015, MEDEPORT S.A ha trabajado por fortalecer las marcas en el país, logrando posicionarse como 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 con la marca adidas en importantes eventos deportivos tales como la carrera Últimas Noticias 15K, y patrocinio de reconocidos futbolistas de la Selección Ecuatoriana de Fútbol durante las eliminatorias para el Mundial Rusia 2018; con Reebok cuenta con el socio estratégico CROSSFIT INC, enfocándose en actividades deportivas modernas que en el Ecuador han ido creciendo en popularidad. Los eventos mediáticos de la empresa se han enfocado en dar a conocer los atributos de las marcas y sus productos, logrando posicionarse como dos de las marcas 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.

Operaciones

MEDEPORT S.A se ha esforzado constantemente por manejar 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 2015, 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 del Río y la apertura en el mismo centro comercial de la tienda Reebok.

Como resultado de las decisiones y acciones tomadas durante 2015, 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 está 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

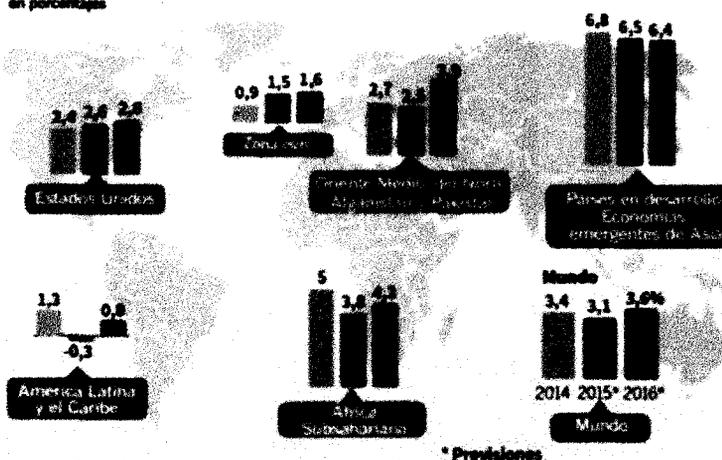
Según el análisis del Fondo Monetario Internacional, el crecimiento mundial de 2015 quedó en 3,1%; es decir, 0,3 puntos porcentuales menos que en 2014 y 0,2 puntos porcentuales por debajo de los pronósticos de la Actualización de julio de 2015 de Perspectivas de la economía mundial. Las perspectivas de los principales países y regiones siguen siendo desiguales. En comparación con el año pasado, la recuperación de las economías avanzadas repuntaría ligeramente, en tanto que la actividad en las economías de mercados emergentes y en desarrollo se desacelerará, según las proyecciones, por quinto año consecutivo, principalmente como consecuencia del deterioro de las perspectivas de algunas economías de mercados emergentes grandes y de los países exportadores de petróleo.

Arabia Saudita e Irán son países que han tenido una fuerte rivalidad a través de los años siendo los mayores productores de petróleo a nivel mundial y coyunturalmente mantienen estrategias para defender su cuota de producción en el mercado lo que evidentemente contribuye a la caída de precios de este commodity.

Las expectativas de desaceleración también golpean a la región. Según el FMI, solo América Latina y el Caribe, y la Comunidad de Estados Independientes (antes repúblicas soviéticas) tienen previsiones negativas. La primera con -0,3% (por las bajas en Brasil, Venezuela y Ecuador) y la segunda, -2,7%.

Previsiones de expansión

Por regiones (FMI)
en porcentajes



América Latina

	FMI		CEPAL	
	2014	2015	2015	2016
Brasil	-3,0	-1,0	-2,8	-1,0
Argentina	0,4	-0,7	1,6	1,6
Colombia	2,5	2,8	2,9	3,1
Venezuela	-10,0	-6,0	-6,7	-7,0
Chile	2,3	2,5	2,1	2,5
Perú	2,4	3,3	2,7	3,4
Ecuador	-0,6	0,1	0,4	0,8
Bolivia	4,1	3,5	4,4	4,4
Uruguay	2,5	2,2	2,4	2,6
Paraguay	3,0	3,8	3,3	3,6
México	2,3	2,8	2,2	2,5
América Latina y el Caribe	-0,3	0,8	-0,3	0,7

Panorama Macroeconómico Ecuador 2014-2015

Entre 2006 y 2014, el crecimiento del PIB promedió un 4,6%, debido a un fuerte impulso alimentado por los altos precios del petróleo y por importantes flujos de financiamiento externo. Este impulso involucró mayor gasto social e importantes inversiones, particularmente en los sectores de energía y transporte. Según las líneas de pobreza nacionales, la pobreza disminuyó del 37,6% al 22,5% en ese periodo.

Sin embargo, los logros de la última década están en riesgo debido a la desaceleración económica que experimenta el país como consecuencia de la reducción del precio del petróleo desde fines de 2014, el difícil acceso a nuevas fuentes de financiamiento y la apreciación del dólar.

En ausencia de una moneda local y considerando la limitación de activos líquidos para afrontar la compleja situación económica, el nuevo contexto internacional ha forzado una importante contracción de la demanda doméstica, principalmente pública. En efecto, el gobierno se ha visto en la necesidad de reducir significativamente la inversión pública y acotar el gasto corriente, a pesar de los esfuerzos para explorar opciones de financiamiento externo y del incremento de ingresos no petroleros.

Se esperaría que el déficit de la balanza comercial continué reduciéndose como resultado de la política de restricción de importaciones del Gobierno Nacional como la implementación de salvaguardias, como una forma de evitar la salida de divisas. Sin embargo, esta medida tiene vigencia a 15 meses y concluye en Junio del 2016, por tal motivo el Gobierno se ve obligado a buscar un nuevo método que las reemplace, en este caso la propuesta de lo que se llama el “timbre cambiario”, el cual es un mecanismo que permite encarecer los dólares que serán usados para la importación de bienes.

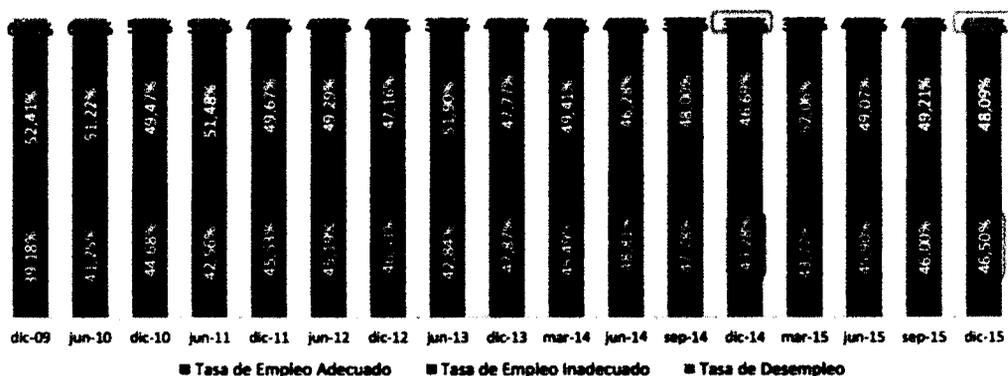
Sector Real

La economía ecuatoriana muestra un escenario de mayores dificultades para el año 2016. 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 2015, 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. Mientras que la economía creció en promedio de 4.3 por ciento en los últimos 8 años, el gasto público lo hizo a una media de 22 por ciento, una relación de uno a cinco.

Tasa de Ocupación

De acuerdo con el INEC, la tasa de desempleo urbano en Ecuador a diciembre de 2015 se ubicó en 4,77% frente al 3,80% alcanzado en el 2014. La tasa de subempleo, entre diciembre de 2014 y diciembre de 2015, aumenta en 1,14 puntos porcentuales, siendo el 12,87% en el 2014 y el 14,04% en el 2015



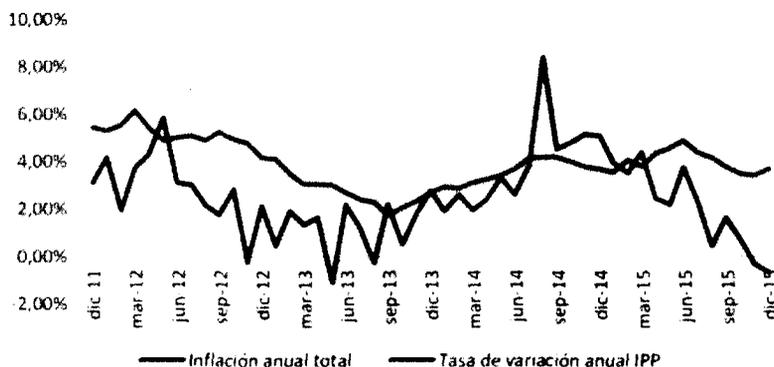
Inflación

El año 2014 se cerró con una inflación de 3.38%, lo cual representa una ligera disminución con respecto al mismo mes del año 2014 3.67%. Esto se explica mediante una reducción en cuanto a bienes transables y no transables del 0.47% y del 0.29% respectivamente.

Una inflación baja genera un escenario positivo para los consumidores, quienes podrían contar con más liquidez y por lo tanto estimular la demanda.

A su vez genera un aspecto negativo ya que puede ser señal de ciertos desequilibrios macroeconómicos por ejemplo en la recaudación de impuestos principalmente en el IVA ya que es un porcentaje en el precio de venta.

**Evolución IPC e IPP
(Tasa de Variación Anual)**

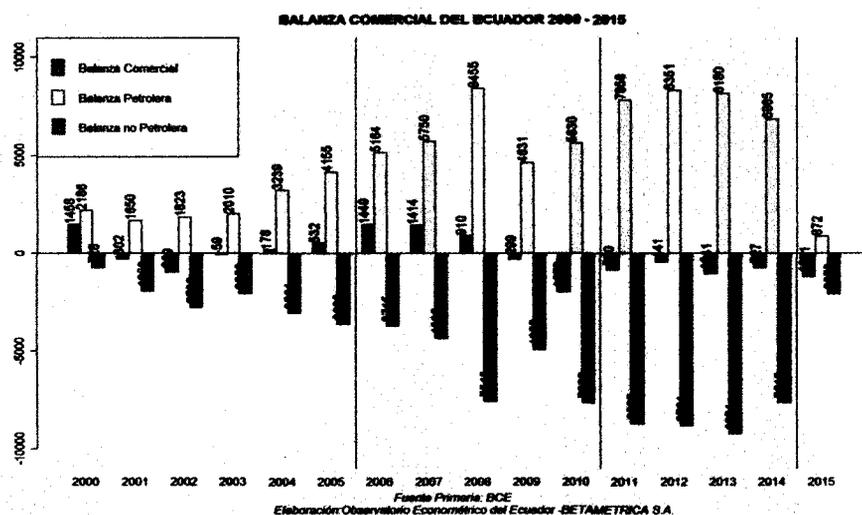


Fuente: INEC Elaboración: RCM

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 2015 cerró con un déficit de USD -3.140 millones, al anotar exportaciones por valor de 18.366 millones y un volumen de importaciones de 21.506 millones, según la Federación Ecuatoriana de Exportadores.



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.

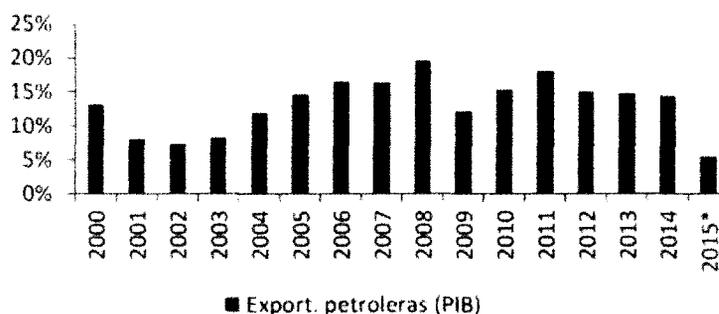
Sector Petrolero

La repercusión inmediata sobre la caída del precio del petróleo es, en más de una ocasión el recorte del Presupuesto General del estado el cual para el año 2016 se calculó con un precio de \$35 por barril del petróleo, previniendo caídas aún más fuertes del precio del commodity.

Este recorte de presupuesto trae diversas consecuencias como la contracción de la inversión pública por parte del Estado, lo cual generaría desempleo, que afecta de esta manera a otros sectores de la economía ecuatoriana.

Por otro lado, la forma en la cual se negociaron contratos con empresas petroleras privadas podría representar pérdidas para el país ya que se negociaron en un valor fijo, esto quiere decir, a pesar que el precio del barril descienda, lo cual el país asume esa pérdida.

**Exportaciones petroleras
(%PIB)**



Fuente: BCE Elaboración: RCM *anualizado octubre 2015

Sector Fiscal

Recaudación Fiscal

En el presupuesto aprobado para este año, se reducen los ingresos permanentes a un 7.6%, lo que es una disminución de \$1,852 millones en relación a lo presupuestado en el año 2015. Lo que llama la atención es la mínima reducción de ingresos tributarios o impuestos para el 2016, tomando en cuenta que representa más del 60% de los ingresos permanentes, sabiendo que la economía posiblemente decrezca más que el año pasado, por lo que depende de la eficiencia de la recaudación de impuestos del SRI.

Ingresos permanentes en el PGE 2015 y 2016

	PGE 2015 (en millones de USD)	% de los Ingresos Permanentes	PGE 2016 (en millones de USD)	% de los Ingresos Permanentes	Variación
Impuestos	15.565,70	63,8%	15.489,70	68,7%	-0,49%
Tasas y contribuciones	2.095,17	8,6%	1.780,01	7,9%	-15,04%
Venta de bienes y servicios	123,55	0,5%	81,91	0,4%	-33,70%
Renta de inversiones y multas	429,03	1,8%	344,23	1,5%	-19,77%
Transferencias y donaciones corrientes	6.151,37	25,2%	4.807,27	21,3%	-21,85%
Otros ingresos	47,44	0,2%	56,83	0,3%	19,79%
TOTAL	24.412,25	100,0%	22.559,95	100,0%	-7,59%

Fuente: Ministerio de Finanzas

Elaboración: RCM

Sector Financiero

Crédito

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera establece nuevas directrices y nuevos cambios en la segmentación de créditos, al igual que cambios importantes en variables como las tasas de interés de cada segmento y la participación de cada uno en el volumen de crédito total.

A su vez, esta reforma llegó en un momento coyuntural delicado debido a la caída de los precios del petróleo y la apreciación del dólar. La situación económica adversa del país tuvo impacto directo en la caída de los depósitos del sistema financiero ecuatoriano, lo que significó una reducción significativa del volumen de crédito.

La tasa de interés activa al 31 de Diciembre del 2015 terminó en 9.12%.

En la cartera de los últimos meses del 2015, el sector comercial fue el más grande ya que acaparó poco más del 60% de la cartera de crédito en relación al 2014 que el sector productivo fue el que más aportó 73%.

Cumplimiento de Objetivos

- a. **Mitigar los efectos de la situación macroeconómica del país para mantener el margen de operación del negocio en positivo.**

Para el periodo 2015 se presupuestó que alcanzaríamos unas ventas de US\$76, 036, 759 , sin embargo debido a la situación económica del país, Medeport no cumplió el mismo y alcanzó el 91.31% de lo proyectado. Respecto al 2014, existió un crecimiento del 21.89% en las ventas, lo que evidencia que a pesar de las imposiciones en salvaguardias y la economía del país, la gestión de ventas fue efectiva, además de la incorporación de las ventas de Reebok

Durante el 2015, el margen de utilidad neta fue de 0.93%, inferior al de 2014, que obtuvo un margen de 7.05%. El resultado del ejercicio fue de 602,535.37 USD. Las utilidades tuvieron un decremento del 83.11% respecto al 2014 debido principalmente a la afectación del margen bruto fruto del incremento de las salvaguardias, donde se priorizó generar liquidez a través de la realización del inventarios.

b. Lograr adecuados resultados financieros

Durante el 2015, se evidencia un incremento en los ingresos en 28.40%, pasando de 50, 602,526 USD a 64, 971,404 USD, el incremento de los ingresos se da principalmente por la fusión por absorción con Mundo Deportivo Emede S.A., sin embargo 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 2015, el indicador de liquidez general registró 1,16 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 en adidas y de Reebok, de acuerdo al plan de marketing.

e. Cumplir oportunamente los pagos a proveedores.

En el año 2015 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 71.51% entre 2014 y 2015, superior al registrado en el periodo 2013 a 2014 que fue de 14.43% debido a un acompañamiento a la consolidación de una estructura corporativa. Mientras que los gastos de ventas también presentaron un incremento más pronunciado de 10,19%, resultado de la ampliación y apertura de nuevas tiendas. Las variaciones porcentuales están ligados a la re asignación de gastos de personal y a la fusión por absorción entre Medeport y Emede, ligado también al incremento en ventas.

g. Optimizar los niveles de inventario.

Mundo Deportivo MEDEPORT 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, alineado al flujo de caja de la compañía 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 3.5 y 4.5. 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 optimo 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 ex 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 239 empleados distribuidos de la siguiente forma:

Trabajadores por área	
Área	Número de trabajadores
Administrativo	36
Almacenes	134
Gerencia y Presidencia	2
Operativo	37
Mercadeo	30
Total	239

Análisis Financiero

ESTADO DE RESULTADOS AÑOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

MEDEPORT	
Costo de Ventas	-49,112,548
Gastos de Administración y Ventas	-12,666,858
Depreciación y Amortización	-1,395,040
Gastos Financieros	-518,641
Otros Egresos/Ingresos	329,498
15% Participación Empleados	241,172
25% Impuesto a la Renta	764,107
Unidad por Participación	\$ 0.48

INGRESOS

Durante el 2015, los ingresos crecieron en 28.40%, pasando de US\$50.602.526USD a US\$64.971.404, 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 MEDEPORT S.A. culminó en el mes de Septiembre de 2015 el proceso de fusión por absorción con Mundo Deportivo Emede S.A., quién es el representante exclusivo de la marca Reebok para el territorio Ecuatoriano, además contó con un adecuado stock de productos, sumado al excelente posicionamiento de las marcas adidas y Reebok 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

	46%	52%	49%
	26%	25%	25%
	28%	23%	9%

Ventas por Categoría

	66%	69%	97%
	23%	21%	24%
	12%	10%	13%

Ventas por Marca.

	52,870,896	56,961,440	
	12,450,799	12,468,750	
	81%	82%	
	19%	18%	

Dentro del detalle de las ventas, se puede observar que la venta de zapatos representó en el 2015 el 69% del total, seguido de la comercialización de ropa con el 21% y accesorios con el 10%. Al realizar la comparación con el 2014 observamos que existe una variación en la composición de ventas, creciendo en 3 puntos los zapatos, debido a la mayor oferta que se realizó en este grupo, los accesorios y textiles decreciendo debido al impacto en las salvaguardas impuestas en el segundo trimestre del 2015, lo cual impactó directamente en el precio de venta, y es por ello que Medeport como estrategia modificó la composición de su compra, sin embargo la diversificación de productos es muy buena especialmente en gorras, balones y medias. Adidas tiene participación en las ventas del 82% para el 2015, y Reebok del 18%

COSTO DE VENTAS

En el ejercicio económico 2015 el costo de ventas ascendió a US\$ 49.112.548 teniendo una variación con el 2014 del 39.41%, los costos representan el 75,59% de los ingresos. Esta variación se da principalmente por el efecto de las salvaguardas impuestas a partir del segundo trimestre del 2015 y a la estrategia comercial más agresiva frente a la situación económica del país y el mercado en general.

GASTOS OPERACIONALES

Con respecto a los gastos operacionales se observa que para el cierre de 2015, éstos fueron de US 14,061,898, creciendo un 32.23% respecto al 2014, donde se registró un valor de 10, 634,817 USD. Además, los costos operacionales representaron el 21% en 2014 y el 21.6% en 2015 en lo referente a las ventas.

UTILIDADES

La utilidad bruta para el 2015 significó el 24.4% de los ingresos y presenta un crecimiento del 3.13% respecto al 2014 (30,4%).

En lo que respecta a la utilidad luego de participación trabajadores e impuestos se evidencia un decrecimiento del 83.1% en el año 2015, considerando que en este año se obtuvo 602,535 UDS de utilidad neta, con un margen de 0.93%.

Cabe indicar que el país está atravesando un momento de inestabilidad económica dada por el decrecimiento en el precio del petróleo, y debido a ello muchos sectores se han visto afectados. Medeport ha sentido este mal momento en el decrecimiento de sus ventas en todos sus canales. Otro factor que ha afectado a Medeport es la imposición de las salvaguardas, denotando estos valores en el margen esperado.

Análisis Índices Financieros

Liquidez		
Activo Corriente/Pasivo Corriente	1.02	1.16
Razón ácida	0.74	0.62
Rotación de Cuentas por Cobrar		
Días Cobro	40	35
Endeudamiento		
Deuda total sobre Activos	78%	69%
Deuda total sobre Patrimonio	3.57	2.27
Deuda total sobre Ventas	0%	0%
Rentabilidad		
ROA Tasa de retorno del activo total	17%	3%
ROE Tasa de retorno de patrimonio	79%	8%
ROS Tasa de retorno sobre ventas	7%	1%
Utilidad por Acción		
Participaciones	882,800	1,285,800
Utilidad por Participación	\$5.23	\$0.48

Análisis de Liquidez

El indicador de liquidez general se ha mantenido históricamente sobre 1 veces. Al 2015, el indicador de liquidez general registró 1,16 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 2015 este índice fue 0.62, este índice varío respecto el 2014 siendo de 0.74, debido principalmente al crecimiento en inventarios en 95% variación que se ve reflejada por otro lado en la cuenta por pagar a la marca, sin embargo hay que considerar que este valor se encuentra dentro de los plazos de crédito establecidos, 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 y a Diciembre 2015 se encontraban en circulación 1, 000,000 USD.

Días de Cobro e inventarios

Los días de cobro de las cuentas comerciales en el 2015 fueron de 40 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. Los plazos de pago con los clientes de por mayor es de 60 días y de Marathon hasta el primer semestre del 2015 fue de 30 días, sin embargo debido a la situación económica del país se extendió este plazo a 60 días. Para el año 2014 los días de cobro fueron de 35, denotando el crecimiento de 5 días debido a la extensión en el crédito a Marathon.

Análisis de Endeudamiento y Solvencia

En el índice de endeudamiento podemos ver que los activos totales de la Compañía se encuentran financiados el 69 % por fondos de terceros y el 31% por capital propio, este indicador se redujo respecto a lo que se reflejó en el 2014 siendo 78% financiamiento de terceros y 22% patrimonio, debido a la fusión entre Medeport y Emede, ya que los activos crecieron en 13.67%, evidenciado principalmente en el inventario y los pasivos únicamente en 1.06%.

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. Sin embargo para el periodo 2015 la rentabilidad sobre activos fue de 3%, dado por el decrecimiento de la utilidad Neta y el crecimiento de los activos, indicador diferente al 2014 que fue del 17%. Por su parte, la rentabilidad patrimonial descendió a 8% en 2015 y registró 79% en 2014 debido al crecimiento del patrimonio reflejado en el capital social, debido a la fusión por absorción entre Medeport y Emede.

RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Durante el 2015 el primer trimestre 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 vio afectado en el 100% de sus productos, que son importados en su totalidad, con una sobretasa arancelaria del 25%. Sin embargo para el 2016 de acuerdo al cronograma presentado por Ecuador a la Organización Mundial de Comercio con fecha 26 de octubre de 2015, en donde indica que se disminuirán en 5 puntos porcentuales el nivel de las sobretasas del 45% en enero 2016, eliminar la sobretasa del 5% en abril 2016; y continuar el desmantelamiento de la medida hasta junio del 2016.

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 2015, dotando de suficiente mercadería a los puntos de venta de Marathon y cubriendo el mercado al por mayor.
- c. Redefinir la estrategia para el canal del Por Mayor
- d. 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.
- e. Optimizar y controlar los gastos operacionales de la compañía y por su afectación del corporativo
- f. Mantener el período de recuperación de cartera para los clientes del por mayor y Superdeporte.
- 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 las marcas adidas y Reebok 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 Internacional 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 2016