

MUNDO DEPORTIVO MEDEPORT S.A



Informe de Gerencia

2016

Brenda Escalante

Abril de 2017

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 2016. 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 2.016.

Resumen Ejecutivo

Situación General de la Compañía

MEDEPORT S.A ha mantenido un desempeño favorable durante su gestión del año 2016. 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 2016, MEDEPORT S.A ha trabajado por fortalecer las marcas en el país, logrando posicionarse como las marcas más representativas en el mercado deportivo; en ese sentido de acuerdo al estudio realizado por EKOS sitúa a adidas como la PRIMERA marca deportiva y a Reebok en la TERCERA posición en el territorio ecuatoriano. Asimismo, Medeport obtuvo el reconocimiento de EKOS por situar a adidas como la SEGUNDA MARCA INTERNACIONAL con mayor recordación (Top of mind) en el Ecuador.

Por otro lado, la empresa ha logrado ejecutar a la par 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 2016, las decisiones gerenciales han sido las guías para el fortalecimiento de MEDEPORT S.A., estas incluyen acciones para mejorar y diversificar los diferentes canales de distribución y poder cumplir con las exigencias del mercado. Dentro de las acciones más relevantes está la apertura de la tienda adidas originals ubicada en mall San marino y la apertura en el centro comercial condado de la tienda Reebok, además de esto se generaron alianzas estratégicas con el Club Sport Emelec para el patrocinio del equipo.

Como resultado de las decisiones y acciones tomadas durante 2016 año de crisis en el país, MEDEPORT S.A ha logrado una posición financiera sólida, que se ve reflejada en el crecimiento tanto de ingresos como un adecuado nivel de inventario. 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 económico mundial de 2016 ha perdido fuerza y podría generar un estancamiento que podría llevar a tomar medidas económicas proteccionistas. Esto se da a raíz de la desaceleración en Estados Unidos, y la salida de Gran Bretaña de la Comunidad Económica Europea (Brexit).

En las economías de mercados emergentes y en desarrollo, el crecimiento se acelerará por primera vez en seis años, a 4,2%, lo que representa un ligero aumento con respecto al pronóstico de 4,1% de julio. Se prevé que el año próximo el crecimiento de las economías emergentes sea de 4,6%. Sin embargo, las perspectivas difieren mucho entre los países y regiones.

De acuerdo con información publicada por el Fondo Monetario Internacional en América Latina la actividad económica se desaceleró, debido a que varios países están sumidos en recesión, pero se espera que la recuperación se afiance en 2017. En Venezuela se prevé que el Producto Interno Bruto se desplome un 10% este año y que se contraiga otro 4,5% en 2017. En Brasil se observará una contracción de 3,3% este año, pero se prevé un crecimiento de 0,5% en 2017, suponiendo que se reduzca la incertidumbre en torno a la situación política y a las políticas económicas, y sigan disipándose los efectos de shocks económicos anteriores.

Las últimas proyecciones de crecimiento se pueden ver en el siguiente cuadro del FMI.

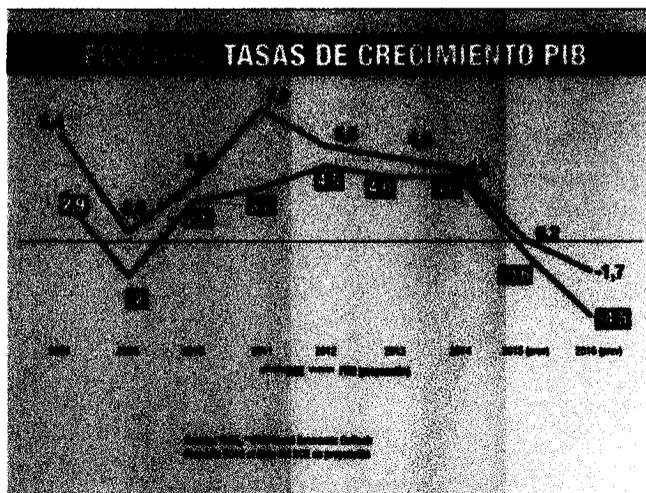
	Proyecciones			Diferencia con las proyecciones del informe WEO de abril de 2016 1/	
	2015	2016	2017	2016	2017
Últimas proyecciones de crecimiento					
Se proyecta que en 2016 el crecimiento se mantenga en un nivel moderado, con un repunte a partir de 2017, impulsado principalmente por los mercados emergentes (Variación porcentual)					
Producto mundial	3.2	3.1	3.4	-0.1	-0.1
Economías avanzadas	2.1	1.6	1.8	-0.3	-0.2
Estados Unidos	2.6	1.6	2.2	-0.8	-0.3
Zona del euro	2.0	1.7	1.5	0.2	-0.1
Alemania	1.5	1.7	1.4	0.2	-0.2
Francia	1.3	1.3	1.3	0.2	0.0
Italia	0.8	0.8	0.9	-0.2	-0.2
España	3.2	3.1	2.2	0.5	-0.1
Japón	0.5	0.5	0.6	0.0	0.7
Reino Unido	2.2	1.8	1.1	-0.1	-1.1
Canadá	1.1	1.2	1.9	-0.3	0.0
Otras economías avanzadas 2/	2.0	2.0	2.3	-0.1	-0.1
Economías de mercados emergentes y en desarrollo	4.0	4.2	4.6	0.1	0.6
Comunidad de Estados Independientes	-2.8	-0.3	1.4	0.8	0.1
Rusia	-3.7	-0.8	1.1	1.0	0.3
Excluido Rusia	-0.5	0.9	2.3	0.0	0.0
Economías emergentes y en desarrollo de Asia	6.6	6.5	6.3	0.1	0.0
China	6.9	6.6	6.2	0.1	0.0
India 3/	7.6	7.6	7.6	0.1	0.1
ASEAN-5 4/	4.8	4.8	5.1	0.0	0.0
Economías emergentes y en desarrollo de					
Europa	3.6	3.3	3.1	-0.2	-0.2
América Latina y el Caribe	0.0	-0.6	1.6	-0.1	0.1
Brasil	-3.8	-3.3	0.5	0.5	0.5
México	2.5	2.1	2.3	-0.3	-0.3
Oriente Medio, Norte de África, Argelia y					
Palestina	2.3	3.4	3.4	0.3	-0.1
Arabia Saudita	3.5	1.2	2.0	0.0	0.1
África subsahariana	3.4	1.4	2.9	-1.6	-1.1
Nigeria	2.7	-1.7	0.6	-4.0	-2.9
Sudáfrica	1.3	0.1	0.8	-0.5	-0.4
Países en desarrollo de bajo ingreso	4.6	3.7	4.9	-1.0	-0.6

Fuente: FMI, Perspectivas de la economía mundial (Informe WEO), octubre de 2016.
 Nota: Se parte del supuesto de que los tipos de cambio efectivos reales se mantienen constantes a los niveles vigentes entre el 22 de julio y el 19 de agosto de 2016.
 1/ Las economías en desarrollo se basan en tamaño.

Panorama Macroeconómico Ecuador 2015-2016

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.

El Banco Central del Ecuador considera que para el año 2017 existirá un crecimiento en el PIB de 1.42%, a pesar de sufrir una caída del 1.6% en el tercer trimestre del 2016.

Sector Real

Los inconvenientes para cubrir el financiamiento público, la falta de inversión privada, el fortalecimiento del dólar con respecto a otras monedas, la falta de competitividad de las empresas locales 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. Según publicaciones del Banco Mundial la economía en creció en promedio de 4.3 por ciento entre

2006 y 2014, siendo este impulsado por los altos precios del petróleo y por importantes flujos de financiamiento externo.

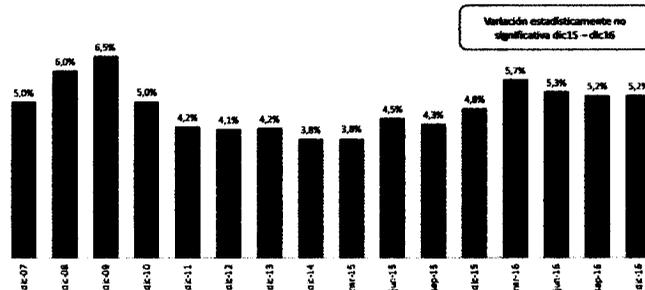
Según datos nacionales publicados por el Banco Mundial, la pobreza disminuyó del 37,6% al 22,5% en ese periodo. El coeficiente de desigualdad de Gini se redujo de 0.54 a 0.47, puesto que el crecimiento benefició en mayor medida a los más pobres.

Tasa de Ocupación

De acuerdo con el INEC, la tasa de desempleo a nivel nacional a diciembre de 2016 se ubicó en 5,20% frente al 4,80% alcanzado en el 2015. La tasa de subempleo, entre diciembre de 2015 y diciembre de 2016, aumenta en 5,9 puntos porcentuales, siendo el 14.0% en el 2015 y el 19.9% en el 2016.

Evolución del Desempleo: Total nacional

En diciembre 2016, la tasa de desempleo alcanzó el 5,2% a nivel nacional.

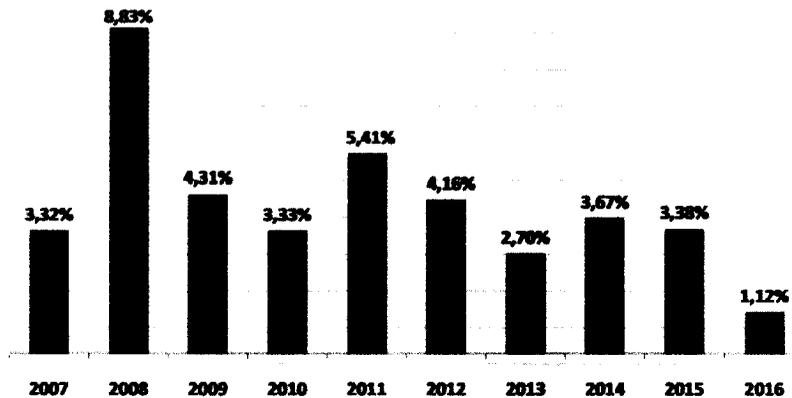


Inflación

El año 2016 se cerró con una inflación de 1.12%, lo cual representa una disminución con respecto al mismo mes del año 2015 que fue de 3.38%. Esto se explica mediante una contracción de la economía nacional y la reducción en el consumo, esto se ha buscado compensar la pérdida de dinamismo en las ventas con promociones, descuentos y rebajas significativas.

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

Inflación Anual en los Meses de Diciembre



Inflación anual promedio en Diciembre de los últimos diez años (2007 - 2016): 4,02%

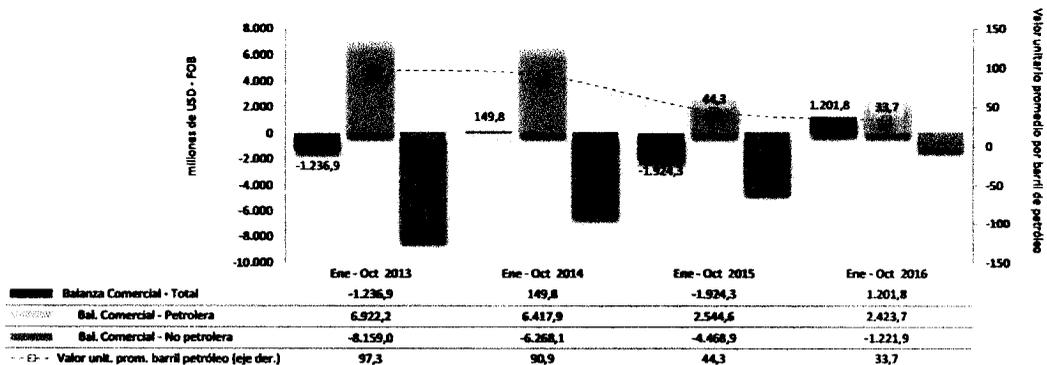
Sector Externo

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 2016, la Balanza Comercial no Petrolera, disminuyó su déficit (72.7 %) frente al resultado contabilizado en el mismo período de 2015, al pasar de USD - 4,468.9 millones a USD -1,221.9 millones.

La Balanza Comercial en el período enero – octubre de 2016, registró un superávit de USD 1,201.8 millones, comportamiento que responde principalmente a la disminución de las importaciones.

BALANZA COMERCIAL (*)



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 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.

La Balanza Comercial Petrolera, entre enero y octubre de 2016 mostró un saldo favorable de USD 2,423.7 millones; superávit menor al obtenido en el mismo período de 2015 (USD 2,544.6 millones), como consecuencia de la caída en el valor unitario promedio del barril exportado de crudo.

Sector Petrolero

La repercusión que ha existido sobre la caída del precio del petróleo en más de una ocasión ha generado el recorte del Presupuesto General del estado. para el año 2017 el precio del barril de petróleo se calculó con un precio promedio de \$48 dólares, lo cual deja al barril de crudo ecuatoriano cerca de los \$ 37 dólares, debido a la penalización de calidad, dando un panorama más alentador gracias a la subida commodity frente al mismo periodo en el año 2015.

Un recorte de presupuesto trae diversas consecuencias como la contracción de la inversión pública por parte del Estado, lo cual generaría desempleo, que de esta manera afecta 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.

Sector Fiscal

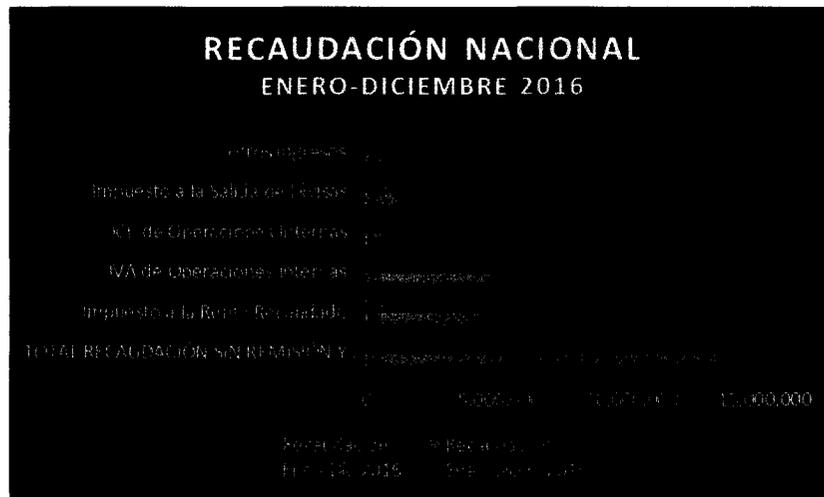
Recaudación Fiscal

El total de recaudación sin remisión y sin contribuciones solidarias para el año 2016 tuvo una contracción en -8.56% frente al año 2015, siendo de \$ 12.226 mdd para el año 2016 y \$ 13.371 mdd para el año 2015.

La meta de recaudación para este año fue de \$ 14.086mdd lo que es una disminución de \$1.860 millones en relación a lo recaudado a diciembre 2016.

El rubro más importante en la recaudación para el periodo enero-diciembre 2016 fue el IVA de operaciones internas que aportó a la recaudación total con 4.374 millones de dólares, seguido por el impuesto a la renta y el impuesto a la salida de divisas con 3.946 mdd y 963 mdd respectivamente.

Si contamos la contribución solidaria que se dio gracias a los desastres naturales que sufrió Ecuador durante el año 2016, la recaudación aumentó en cerca de 1.160 mdd, llevando a un total de recaudación para el año 2016 de 13.387 mdd



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.

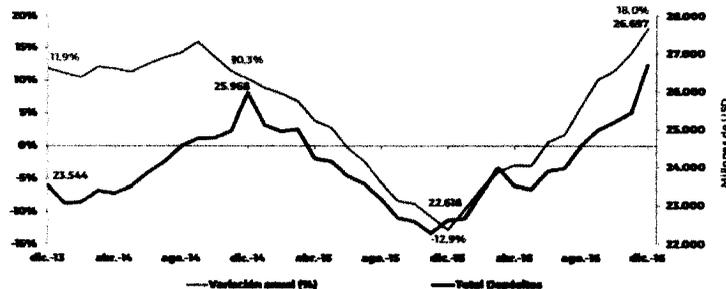
A su vez, esta reforma llegó en un momento coyuntural delicado debido a la caída de los precios del petróleo y la apreciación del dólar. La situación económica adversa del país tuvo impacto directo en la caída de los depósitos del sistema financiero ecuatoriano, lo que significó una reducción significativa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

La tasa de interés activa referencial al 31 de diciembre del 2016 terminó en 8.10%. Esta tasa disminuyó con respecto al año 2015 donde cerró en 9.12%.

Según Asobanca tras un crecimiento anual de 18%, el 2016 cierra con un saldo de depósitos por USD 26.697 millones, lo que implica un incremento anual de USD 4.079 millones. Este crecimiento se debe principalmente a la variación en el saldo de los depósitos monetarios por 28,4%, incrementando su saldo en USD 2.276 millones durante el año.

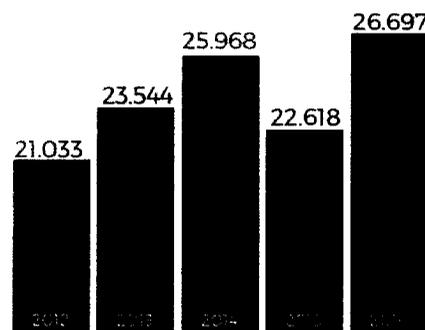
Depósitos

El saldo de las captaciones bancarias cerró el 2016 en USD 26.697 millones, lo que significó un crecimiento mensual de 4.9% y anual de 18%. Los porcentajes presentados significaron un aumento de USD 1.258 millones mensualmente y USD 4.079 millones anualmente.



La evolución de depósitos en el año 2016 superó al año anterior en cerca de 4000 millones de dólares, recuperándose de una caída de 3000 millones en el año 2015.

Evolución de los Depósitos, en millones de USD



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 2016 se presupuestó que alcanzaríamos unas ventas de US\$63.5 millones, esta meta fue cumplida a cabalidad aún con la crítica situación económica del país Medeport alcanzó ingresos netos por \$64 millones, este cumplimiento representa el 100.79% con respecto a lo proyectado.

Durante el 2016, Medeport generó una utilidad antes de impuestos y participaciones de \$471 mil, que representa el 0.74% de los ingresos. Las utilidades tuvieron un decremento con respecto al año anterior debido principalmente a la afectación del margen bruto fruto del incremento de las salvaguardias, acciones de realización de inventarios por descuentos en los diferentes canales de distribución; donde como estrategia se priorizó generar liquidez.

b. Lograr adecuados resultados financieros

Durante el 2016, se evidencia un decremento en los ingresos en 1.35%, pasando de US\$64.026.955 a US\$64.971.404, cuya disminución se da principalmente por una afectación del impacto económico en el canal Mayorista.

c. Mantener indicadores de liquidez adecuados

El indicador de liquidez general se ha mantenido históricamente sobre 1 veces. Al 2016, el indicador de liquidez general registró 1,25 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 2016 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 considerable, superior al registrado en el periodo 2015 a 2014. Este crecimiento en gastos es debido a un acompañamiento a la consolidación de una estructura corporativa.

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	65
Almacenes	150
Gerencia y Presidencia	2
Operativo	37
Total	254

Análisis Financiero

ESTADO DE RESULTADOS
AÑOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015

 MUNDO DEPORTIVO MEDEPORT S.A. Estado de Resultados Integral Del 01 de enero al 31 de diciembre del 2016*	
VENTAS	64,026,954.62
COSTO DE VENTAS	48,242,692.25
MARGEN BRUTO	15,784,262.37
Gastos administrativos	(5,338,566.24)
Gastos de venta	(8,865,307.17)
Otros ingresos, neto	185,858.93
(Gastos) ingresos financieros, netos	(1,294,703.49)
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	471,544.40
Menos gasto por impuesto a la renta corriente	471,287.82
Menos gasto por impuesto a la renta diferido	21,400.76
UTILIDAD (PERDIDA) NETA DEL AÑO	(21,144.18)
Otros resultados integrales	
Utilidad (Pérdida) actuarial acumulada no reconocida	113,600.39
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO Y UTILIDAD INTEGRAL NETA DEL AÑO	92,456.21

INGRESOS

A continuación se detallan las ventas por canal de distribución:

	Ingresos por Canal de Distribución		
	2016	2015	Variación
Clientes de Retail	33,068,267	30,893,850	7.04%
Clientes al por Mayor	11,403,233	17,299,560	-34.08%
Tiendas Propias	17,845,226	16,203,363	10.13%
Dotación Club Sport Emelec	475,154	-	
Otros	1,235,074	574,632	114.93%
Subtotal	64,026,955	64,971,404	

	2016		2015	
Accesorios	5,896,938	9%	6,510,304	10%
Ropa	17,923,540	28%	13,999,927	22%
Zapatos	40,205,845	63%	44,461,173	68%
Servicios	632	0%	-	0%
	64,026,955		64,971,404	

Dentro del detalle de las ventas, se puede observar que la venta de zapatos representó en el 2016 el 63% del total, seguido de la comercialización de ropa con el 28% y accesorios con el 9%. Al realizar la comparación con el 2015 observamos que existe una variación en la composición de ventas, disminuyendo en 5 puntos los zapatos, los textiles creciendo 6% 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.

COSTO DE VENTAS

En el ejercicio económico 2016 el costo de ventas ascendió a US\$ 48.42 millones teniendo una variación con el 2015 del -1.77%; estos costos representan el 75,35% 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 2016, éstos fueron de US\$15.312.718 frente a los US\$14.061.898 generando un crecimiento un 8.89% respecto al 2015. Además, los gastos operacionales representaron el 23.92% en 2016 y el 21.6% en 2015 en lo referente a las ventas.

UTILIDADES

La utilidad bruta para el 2016 representó el 24.65% similar al ejercicio 2015 que significó el 24.4% de los ingresos y presenta un crecimiento mínimo de 0.25%.

En lo que respecta a la utilidad luego de participación trabajadores e impuestos se evidencia un decrecimiento sustancial donde la compañía refleja una pérdida de \$21.144 frente al año 2015 donde se obtuvo US\$602.535 UDS de utilidad neta.

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 sus canales. Otro factor que ha afectado a Medeport es la imposición de las salvaguardas, denotando estos valores en el margen esperado.

RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

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, 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
 - 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. Automatización de los procesos en general, especialmente del manejo de Información- EOT.

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

Abril 2017