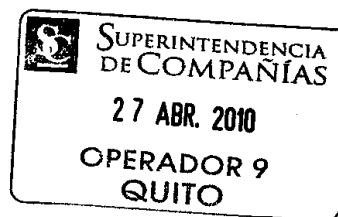


Quito, 23 de Abril 2010



Informe de Gerencia

2009: Inicio de Operaciones

Visionkyoto Cia Ltda fue constituida en Junio de 2009.

Desde su inicio de operaciones la empresa se enfocó en su proyecto principal que es Amigui; una marca de tiendas dedicada a la compra y venta al detal de ropa, zapatos y accesorios pre-estrenados y reciclados.

El primer local Amigui se abrió a fines de agosto del 2009 en la Av. 10 de Agosto N24-160 y Av. Colón

Visionkyoto Cia Ltda generó trabajo inmediatamente al contratar 2 colaboradoras que mantiene hasta el día de hoy.

La inversión principal que realizó la empresa durante la fase de apertura del local fue la compra de un sistema de computación y el hardware respectivo diseñado para la operación de un almacén de ropa a la empresa Carrera & Estrada. El sistema incluye la facilidad para la creación de productos (con código de barra), la facturación, el manejo de inventarios, entre otros.

Durante los primeros meses de operación del 2009 Visionkyoto probó el modelo de negocio que los socios habían planificado alcanzando a tener ventas mensuales promedio de 4000 USD con un costo de venta entre el 20 y 30%.

En un comienzo, el abastecimiento de la ropa pre-estrenada dependió de los amigos y conocidos de los socios a quienes se les compró la mercadería al peso. La alta rotación en el primer local obligó a la empresa a iniciar un proceso de profesionalización del área de compras para lo que realizó una lista de precios por prenda y por estado que resultó mejor para los proveedores. Esto ha sido positivo porque cada uno de ellos ha recomendado a nuevos proveedores la empresa.

Las ventas de Amigui en los primeros meses del 2009 estuvieron marcadas por la novedad de la apertura del local en la zona. Solo a partir de noviembre del 2009 se determinaron los factores que influyen en la demanda en el local y se tomaron medidas para controlarlos.

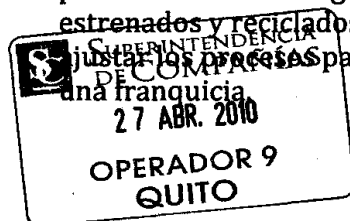
- Debido a que algunos de nuestros clientes buscan mercadería nueva para hacer regalos de última hora se destinó una zona en el local para exhibir este tipo de mercadería. Por la naturaleza del negocio esto no puede llegar a representar más del 10% del stock de la tienda.
- Debido a que en un inicio habían variaciones de precios muy importantes entre prendas del mismo tipo, se unificaron los precios para guiar a los clientes dentro de la tienda.
- Debido a que muchas de las prendas dentro del local llegan a desgastarse en la exhibición o tienen fallas, se creó una zona especial para comercializarlas a un precio bajo para que no impacte negativamente en la imagen del local (0.99 USD).
- Durante el 2009 se invirtió en publicidad al realizar hojas volantes que se repartieron en la zona de influencia del local. Esta actividad no tuvo mayor impacto en las ventas por lo que la empresa ha decidido suspender este tipo de iniciativas y enfocarse en el proceso de compra, en mantener precios justos y una variedad constante tratando siempre de ofrecer lo mejor a sus clientes.

2010: Nuevos Retos

Para el 2010 se prevee llegar a tener ventas mensuales de 6000 USD en el local principal.

En el 2010 se abrirá un segundo local en la ciudad de Quito para seguir consolidando la red del negocio. Para este fin se tiene planificado solicitar un crédito a una institución pública o privada.

Visionkyoto seguirá trabajando e invirtiendo en los meses que vienen para constituir a Amigui en la primera marca de tiendas de bienes pre-estrenados y reciclados en el país y en el trayecto se enfocará en justar los procesos para poder convertir la marca de la empresa en una franquicia.



Gabriel Uds. Cordero