

INFORME DE GERENCIA

FIESMALL CIA. LTDA.

EJERCICIO 2010

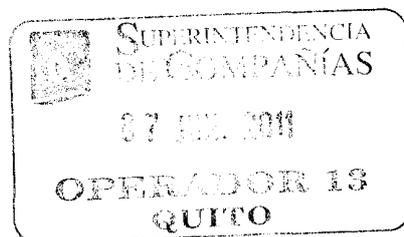
Señores accionistas, la gerencia presenta para su conocimiento y consideración el presente informe de la gestión del ejercicio correspondiente entre el 1ro. de enero y el 31 de diciembre del 2010, siendo los puntos principales a tomar en cuenta lo siguiente:

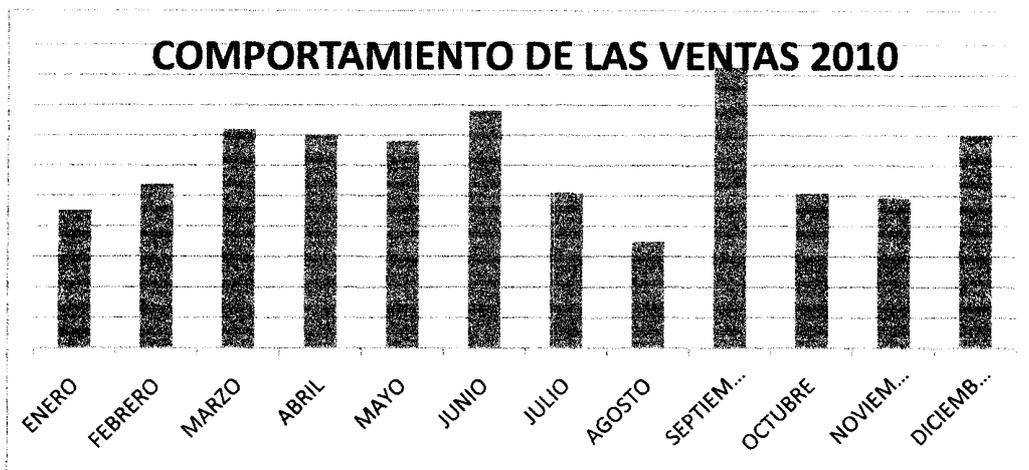
- **ANTECEDENTES:** Fiesmall Cia. Ltda. Se ha dedicado a la comercialización de productos y servicios enfocados al desarrollo de eventos sociales, a nivel familiar en un mayor porcentaje y corporativo en uno menor. La principal característica del negocio es la venta integral de los servicios, es decir que en Fiesmall se pueda encontrar todos los productos y servicios que el cliente necesita para celebrar su evento, sin tener que buscar en otro lugar, brindando una asesoría personalizada para cumplir con este objetivo.
- **PRODUCTOS Y SERVICIOS:** La variedad de productos se enfoca a cubrir con las diferentes celebraciones tanto para adulto como para niños en los diferentes personajes y categorías, es muy importante contar con una gran variedad para que los clientes puedan escoger los personajes y que estos cuenten con todas las categorías y así no busquen en otro lugar, para esto nos hemos contactado con los proveedores directos y representantes de las diferentes marcas de los diferentes productos para fiestas, y para las fiestas de adultos vendemos todo lo referente a la Hora Loca que se usa en eventos corporativos. Las categorías de las fiestas tanto de niños como adultos son; vasos, platos, invitaciones, servilletas, manteles, cajas de sorpresas, fundas de regalo, piñatas, juguetes, peluches, globos, ítems de decoración, disfraces, recuerdos, velas, dulces, y en hora loca existen antifaces, pitos, boas, collares, gafas, etc.

Los servicios que ofrecemos son complementarios y dan un valor agregado a Fiesmall, estos son propios y subcontratados, nuestros servicios propios se relacionan con las decoraciones en globos y elaboración de centros de mesa, sorpresas y piñatas personalizadas. Los servicios subcontratados son las animaciones, inflables, pastelería, bocaditos y comparsas de hora loca.

- **VENTAS 2010:** El total de las ventas fue de USD 368.000, es decir un promedio de USD 30,000 al mes. De estos dos grandes rubros corresponden al 66% para la venta de producto y el 34% para los servicios, la comercialización de estos rubros se los realiza por paquetes, y su contratación debe ser cancelada al momento de realizar la contratación es decir al contado, únicamente en el caso de empresas existe flexibilidad para dar crédito. Estas ventas en comparación con los resultados del ejercicio anterior representan un crecimiento del 43%, lo que indica un rápido posicionamiento que Fiesmall tuvo en su primer año completo de operaciones, y esto se debe a la calidad y personalización de su servicio al cliente.

Al tratarse de un negocio en el que influyen significativamente las temporadas y sus celebraciones, a continuación, presento un cuadro de la tendencia en cuanto a ventas durante el año:





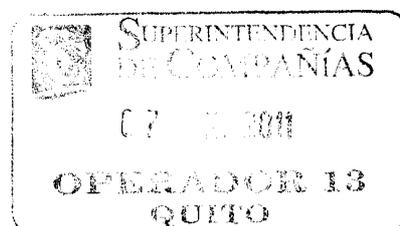
Tal como podemos observar en el cuadro, tenemos que el mes de enero por ser inicio de año y agosto por temporada de vacaciones escolares con los más bajos, febrero y septiembre empiezan a subir (en septiembre hubo un caso especial de una venta grande corporativa) estabilizándose en marzo, abril, mayo, octubre y noviembre, y aunque no hay fechas especiales en estos meses las ventas se mantienen debido a que escuelas y colegios están a mitad de año y la celebración de los cumpleaños se dan todos los fines de semana. Los meses más altos fueron junio y diciembre, el primero porque es el mes del niño y todos los centros educativos festejan a sus alumnos ya sea a nivel de institución como a nivel de comités de padres de familia, adicionalmente a esto los padres de niños que cumplen años durante las vacaciones tratan de festejarlos antes de que culmine el año lectivo. Y por supuesto diciembre es un mes alto debido a las celebraciones de Navidad y Año nuevo de colegios y empresas.

En el calendario de celebraciones tenemos las siguientes y mas importantes, en las cuales se debe dar más énfasis en las estrategias promocionales:

MES	CELEBRACION
Febrero	San Valentín
Abril	Día del Maestro
Mayo	Día de la Madre
Junio	Día del Niño / graduaciones
Octubre	Halloween
Diciembre	Navidad y Año Nuevo

En los meses como enero, marzo y especialmente julio y agosto en los que no hay una celebración específica en el calendario se debe dar énfasis a la comercialización de Hora Loca para matrimonios y eventos empresariales.

- COSTO DE VENTAS:** El porcentaje promedio en el costo de ventas de productos, es de aproximadamente el 48% , existen productos que tienen un mayor costo de ventas para estar a la par con la competencia y otros en los cuales el margen se incrementa ya

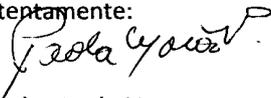


que son productos en los cuales los clientes no se guían para la elaboración de sus presupuestos de fiestas. Hay que tomar en cuenta que para la elaboración de los presupuestos los productos base para las fiestas infantiles son las invitaciones, platos, vasos y piñatas, mientras para los productos de adultos los productos base son los antifaces, collares, lanza confeti, es decir los productos que nunca faltan en este tipo de celebraciones.

- **GASTOS:** En cuanto a los gastos, Fiesmall en el que mas ha incurrido es en el gasto correspondiente a arriendo, siendo este de \$6.000 mensuales, representando el 41% del total de los gastos generales y el 20% del total de los ingresos.
- **CONCLUSIONES:** La principal conclusión que resalta en el presente análisis es que Fiesmall tuvo un excelente y rápido posicionamiento en el 2010 gracias a su ventaja competitiva, que es la esencia del giro del negocio, ATENCION PERSONALIZADA Y EFECTIVIDAD EN LOS SERVICIOS INTEGRALES QUE PRESTAMOS, su ubicación, en uno de los sectores más comerciales de Quito, también es un factor importante que ayudó a la pronta difusión de nuestra marca en el mercado, y así como el local en si y su ubicación es un aspecto comercial importante, viene el otro lado de la moneda y es el alto costo del arriendo del mismo. Y aunque las ventas fueron importantes, no fueron suficientes para llegar al punto de equilibrio que se necesitaba para generar utilidad.

Finalmente concluyo manifestando que el negocio de las fiestas en la ciudad de Quito y sus alrededores, está aún por explotar y las tendencias del consumidor, empresas y familias, indican el incremento de la necesidad de realizar eventos cada vez más originales y con más componentes tanto en productos como en servicios, siendo este un negocio atractivo y rentable.

Atentamente:


Paola Morán Vasquez
GERENTE GENERAL
FIESMALL CIA. LTDA.

