

Memorando-Casa Brasil DF-dc-0081-2014

Quito D. M., 30 de marzo de 2014

INFORME DEL EJERCICIO ECONÓMICO 2013 DE LA GERENCIA, A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS Y SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Señoras/Señores Socios:

La Gerencia General de CASA BRASIL SABRASIL CIA. LTDA. a cargo del Dr. Hugo Germánico Molina Alulema, por medio del presente, emite su siguiente informe de gestión del ejercicio económico 2013; a los propietarios de las acciones de la Compañía, este documento incluye análisis retrospectivo y de la realidad que a la fecha de cierre de los Estados Financieros ha tenido la Organización con corte al 31 de diciembre del año anterior, más propuesta de acciones a tomar en el ejercicio económico 2014.

1. ENTORNO ECONÓMICO.

El crecimiento económico ecuatoriano en el 2013 estuvo en el orden del 4% siendo el crecimiento por inversión o gasto corriente por parte del Estado Ecuatoriano. Al ser poco o nula la inversión del sector privado local o internacional el crecimiento económico planteado por el Régimen que gobierna hasta el año 2013, no cubrió las expectativas establecidas.

Los procesos de cambio y desarrollo tecnológico han determinado que las expectativas formuladas en el presupuesto anual, el mismo que determina parámetros de crecimiento de ingreso, gasto e inversión den mayor opciones de análisis para la toma de decisiones, lo que ha determinado desarrollar una memoria de crecimiento histórico que con el pasar del tiempo se convertirá en una base sustentable para la toma de decisiones.

El sueldo básico unificado creció en un 10.96%, la inflación se ubico en el 2.7% y el crecimiento de la economía fue del 4%, con una contracción de la economía, falta de liquidez, un mercado altamente competitivo, una satisfacción de necesidades, la Gerencia General adecuó las políticas gerenciales para competir en el mercado de Instrumentos Musicales.

Año	SBU-USD	Variación SBU	Inflación	Crecimiento
2007	170	6.25%	3.32%	2.00%
2008	200	17.65%	8.83%	6.00%
2009	218	9.00%	4.31%	-1.00%
2010	240	10.09%	3.33%	4.00%
2011	264	10.00%	5.41%	8.00%
2012	292	10.61%	5.29%	5.00%
2013	324	10.96%	2.70%	4.00%
2014	340	4.94%	3.00%	5.10%

(*)
Proyectado

2. EVALUACIÓN DE LOS OBJETIVOS PREVISTOS PARA EL AÑO 2013.

La política de austeridad, así como la implementación de mecanismos publicitarios, promocionales, marketing y de contratación pública en CASA BRASIL SABRASIL CIA. LTDA., misma que desde su inicio trata de maximizar la diferencia entre los ingresos y gasto, en un análisis realizado por el año 2013 comparándolo con el año 2012, ha determinado los siguientes índices de variaciones.

Las ventas netas de los ítems comercializados por la compañía en el año 2013 fueron de USD\$ 2'810.436,48 los mismos que comparado con el año 2012 tuvieron una baja del 3.79%

El costo de ventas en el año 2013 represento el 60,92% en relación a las ventas netas, la misma que comparado con el año 2012 fue reducido en un 2%, la misma tuvo como objetivo hacer más competitivo el precio, maximizando la cantidad de unidades vendidas, provocando como efecto mayor rotación del inventario.

En comparación con los ingresos totales el costo de ventas representa el 56.87%, el gasto esta en el orden del 43.13%.

3. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES LEGALES

El marco jurídico que norma las actividades empresariales de CASA BRASIL SABRASIL CIA. LTDA. Igual que desde el inicio de actividades ha cumplido todas y cada una de las disposiciones emitidas sea por decretos, leyes, reglamentos, ordenanza, resoluciones, regulaciones y demás marco legal aplicable a la actividad económica de la empresa.

A ello se suma que se ha realizado un seguimiento tanto a las necesidades de información y control interno planteado por el departamento contable, como a las observaciones realizadas por MGI Auditores externos al examen de los Estados Financieros de CASA BRASIL por el periodo fiscal 2012.

A la presente fecha la compañía no tiene juicios legales, consecuentemente las contingencias legales son inexistentes, lo que da sustento a la gestión de la Gerencia de la Empresa.

4. ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN

Las diversas estrategias de la competencia determino tomar medidas agresivas para mantener competitivo los precios de los productos que comercializa la empresa, el crecimiento proyectado del negocio ha determinado que tanto para la cadena de comercialización como de abastecimiento, a mas de buscar un posicionamiento en el mercado local invirtió USD\$ 26.973,52 en publicidad y marketing, para mantenerse en el mercado tanto nacional como provincial.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA.

El comportamiento de los indicadores financieros al 31 de Diciembre de 2013, es como sigue:

INDICE DE LIQUIDEZ	AC/PC	<u>1,496,124.00</u> 1,076,728.00	1.39
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	TP/TA	<u>1,611,150.90</u> 2,238,443.00	0.72
APALANCAMIENTO TOTAL	PT/PAT	<u>1,611,150.90</u> 627,292.07	2.57
ROTACION INVENTARIO DE MERCADERIAS(vec)	CV MerVenPer/InvProMerc,	<u>1,598,419.00</u> 1,237,913.00	1.29
ROTACION DE INVERSION	VENTAS/TA	<u>2,635,005.87</u> 2,238,443.00	1.18
MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD	UTIL OP/VTA.NETA	<u>1,036,586.87</u> 2,635,005.87	39.34%
RENTABILIDAD PATRIMONIAL	UTIL NET/PAT	<u>141,028.00</u> 627,292.07	22.48%
RENTABILIDAD DE LA INVERSION	UTIL NET/ActTot	<u>141,028.00</u> 2,238,443.00	6.30%

Analizados los indicadores financieros en su conjunto corresponde tomar medidas agresivas respecto del mercado, capaces de competir, en precio, nicho de mercado, cantidad, calidad.

6. PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE RESULTADOS.

Analizado el entorno de mercado y la circunstancias económico – financiera, la gerencia en vista de los programas propuestos requerirá de un mayor flujo de recursos, los mismos que serán destinados a actividades de inversión como: culminar la construcción de la bodega general, equipos tecnológicos para mejorar la productividad de la empresa; y, financiamiento para compra de inventario, sugiere no distribuir las utilidades del año 2013.

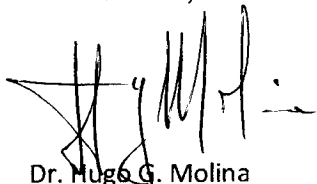
7. RECOMENDACIONES PARA EL EJERCICIO 2014 Y ASPECTOS LEGALES.

Analizadas las proyecciones macroeconómicas 2014, así como las situaciones actuales de mercado, la capacidad de compra y la satisfacción de las necesidades del consumidor, se propone repuntar el nivel de crecimiento de ventas, apalancado en precios competitivos (bajos), facturación de más ítems, ítems importados de marcas reconocidas y acorde a los avances tecnológicos.

Para el 2014, se plantea:

- a) Terminar en este año construcción de la bodega central.
- b) Fortalecer el desarrollo del Talento Humano de tal manera que las ideas y lineamientos establecidos por la empresa sean fácilmente implementados y den a CASA BRASIL una imagen corporativa a nivel nacional.
- c) Participar y explotar el mercado mayorista, implementando un segmento especializado para ventas a Clientes mayoristas y ventas al Estado Ecuatoriano en sus procesos de contratación pública.
- d) Realizar importaciones en mayor cantidad de los productos con marcas propias de la empresa con variedad en modelos y precios para cubrir con las necesidades y requerimientos de los clientes.

Atentamente,



Dr. Hugo G. Molina
Gerente General
CASA BRASIL SABRASIL CIA. LTDA.
ERC/erct.