

Memorando-Casa Brasil DF-dc-0115-2015

Quito D. M., 31 de marzo de 2015

INFORME DEL EJERCICIO ECONÓMICO 2014 DE LA GERENCIA, A LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS Y SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Señoras/Señores Socios:

CASA BRASIL SABRASIL CIA. LTDA. Administrada por el suscrito Dr. Hugo Germánico Molina Alulema, emite su siguiente informe de gestión del ejercicio económico 2014; a los propietarios de las acciones de la Compañía, se realiza un análisis retrospectivo y de la realidad que a la fecha de cierre de los Estados Financieros ha tenido la Empresa con corte al 31 de diciembre del año anterior, y una propuesta de acciones planificadas a tomar en el ejercicio económico 2015.

1. ENTORNO MACROECONÓMICO.

El crecimiento económico ecuatoriano en el 2014 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 2014, 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 6.91% (de USD 318 a USD 340), la inflación se ubico en el 4.10% 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%
2014	324	10.96%	4.10%	4.00%
2015	340	4.94%	4.00%	3.80%

(*)
Proyectado

2. EVALUACIÓN DE LOS OBJETIVOS PREVISTOS PARA EL AÑO 2014.

La política de austeridad, así como la implementación de mecanismos publicitarios, promocionales, marketing y de control de gasto 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 2014 comparándolo con el año 2013, ha determinado los siguientes índices de variaciones.

Las ventas netas de los ítems comercializados por la compañía en el año 2014 fueron de USD\$ 2'643.282 los mismos que comparado con el año 2013 (2'810.436,48) tuvieron una baja del 5.94%

El costo de ventas en el año 2014 represento el 55.58 % en relación a las ventas netas, la misma que comparado con el año 2013 (60,92%) vario en un 5.34%, la misma tuvo como objetivo hacer más competitivo el precio, maximizando la cantidad de unidades vendidas, provocando como efecto mayor rotación del inventario.

3. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES LEGALES

El marco jurídico que norma las actividades empresariales de CASA BRASIL SABRASILA 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 abastecimiento como de comercialización, se organice y se planifique las compras y se busque un posicionamiento mayor en el mercado local al invertir en publicidad y marketing.

ANÁLISIS DE RESULTADOS Y SITUACIÓN FINANCIERA.

El comportamiento de los indicadores financieros al 31 de Diciembre de 2014, es como sigue:

INDICE DE LIQUIDEZ	AC/PC	<u>1'272.492.51</u>	1.24
		1'019.472.62	

NIVEL ENDEUDAMIENTO	DE TP/TA	$\frac{1'293.636.73}{1'985.427.00}$	0.65
APALANCAMIENTO TOTAL	PT/PAT	$\frac{1'293.636.73}{691.790.27}$	1.86
ROTACION INVERSION	DE VENTAS/TA	$\frac{2'478.784.30}{1'985.427.00}$	1.24
MARGEN OPERACIONAL UTILIDAD	DE UTIL OP/UTA.NETA	$\frac{1'174.269.55}{2'478.784.30}$	47.37%
RENTABILIDAD PATRIMONIAL	UTIL NET/PAT	$\frac{109.309.30}{627,292.07}$	17.42%
RENTABILIDAD DE LA INVERSION	UTIL NET/ActTot	$\frac{109.309.30}{1'985.427.00}$	5.50%

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

5. 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 el posicionamiento de la empresa; y, financiamiento para compra de inventario, se sugiere capitalizar el valor neto de la Utilidad 2014 o cuando menos acumularlo.

6. RECOMENDACIONES PARA EL EJERCICIO 2014 Y ASPECTOS LEGALES.

Analizadas las proyecciones macroeconómicas 2015, así como las situaciones actuales de mercado, la capacidad de compra y la satisfacción de necesidades, sobre la base de los datos a continuación detallados:

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 2015, se plantea:

- a) Terminar en este año la 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.

Atentamente,



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