



Cía. Ltda.

INFORME DEL GERENTE GENERAL

Quito, 23 de abril de 2010

Señores
Socios de Teleshop Cía. Ltda.
Ciudad.-

En mi calidad de Gerente General de la compañía TELESHOP Cía., Ltda. expongo el presente informe, mismo que se refiere al ejercicio fiscal del año 2009; y, en cumplimiento con la Resolución 921430013 de la Superintendencia de Compañías (Registro Oficial No. 44 de 13 de octubre de 1992), que establece los requisitos mínimos que deben contener los informes anuales que presentan los administradores a las Juntas Generales, pongo en su conocimiento los siguientes puntos:

1 ENTORNO ECONOMICO

1.1 Factores Económicos

Considerando que la empresa tiene su base de operaciones en Ecuador, es necesario tener una visión del contexto económico del país para determinar cómo éste puede afectar, positiva o negativamente, tanto a las operaciones de la empresa como a la potencial demanda y crecimiento de la misma.

En este sentido, se puede observar que el PIB de Ecuador en términos nominales se incrementó. Sin embargo, en términos de variación se observa un decrecimiento del PIB en el periodo 2006-2007 motivado por algunos factores, entre los más importantes tenemos la incertidumbre electoral generada en el 2006, la menor producción petrolera del 2007 (incertidumbre social que generó que los empresarios petroleros privados no realicen inversiones en el sector).

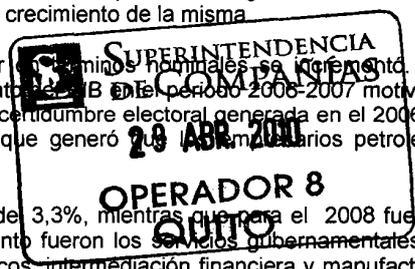
En los últimos 14 años el crecimiento promedio del PIB fue de 3,3%, mientras que para el 2008 fue del 6,52%, los principales sectores que dinamizaron dicho aumento fueron los servicios gubernamentales, la construcción de la obra pública, ampliación de servicios públicos, intermediación financiera y manufactura. Sin embargo, los efectos de la crisis Financiera internacional en el 2009, la menor producción petrolera, la caída de los ingresos por remesas del exterior, han provocado una desaceleración considerable de la tasa de crecimiento del PIB a un crecimiento de apenas el 0,98% a diciembre de 2009 de acuerdo a la previsión del BCE.

Por otro lado, las tasas de interés han tenido una tendencia a la baja desde el año 2007, así por ejemplo, la tasa de interés activa referencial productiva corporativa que a diciembre de 2007 cerró en 10,72%, para diciembre de 2009 se ubicó en 9,19%. La tasa pasiva referencial se ubicó a diciembre de 2009 en 5,24% (5,64% diciembre 2007), y la tasa máxima convencional pasó de 12,28% a 9,33% en el mismo periodo mencionado. Este descenso en las tasas de interés también se debe a una política de gobierno que mediante decreto organizó el manejo de dichas tasas.

La canasta básica familiar a diciembre de 2009 se ubicó en US\$ 528,90, mientras que el Gobierno ecuatoriano fijó un salario mínimo unificado de US\$ 240 para el año 2010, valor que indica un incremento de US\$ 22 respecto al que estaba vigente hasta diciembre de 2009.

1.2 Inflación

Al cierre del año 2009 Ecuador cerró con una inflación anual de 4,31%, de acuerdo a la previsión del BCE, nivel inferior en 4,52 puntos porcentuales en relación con lo registrado al mismo periodo del año 2008 (8,83%). Este resultado evidenció la desaceleración en el crecimiento de los precios en el año 2009, como resultado de una menor demanda de productos, una menor capacidad adquisitiva y principalmente disminución de los precios de productos a nivel mundial, como reflejo de la crisis financiera.



1.3 Comercio

Para el 2009 la previsión del BCE del PIB en el sector comercial fue del 1,4% obteniendo un nivel inferior en 5,1 puntos porcentuales en relación con lo registrado al mismo período del año 2008 (6,5%), el panorama del 2010 se muestra mejor que el del 2009 debido a los signos de recuperación de la producción mundial, recuperación del precio del petróleo y a la revaluación del dólar. En el 2010 los riesgos de desdolarización son mínimos, exceptuando una caída de los precios del petróleo.

Para el año 2009, Teleshop consideró un escenario conservador debido a la crisis económica mundial, las políticas económicas tomadas por el Gobierno ecuatoriano, y las medidas implementadas por el régimen a principios de año, con el objeto de disminuir el déficit de la balanza comercial del país, medidas que afectaron directamente a la actividad de importación de los proveedores de Teleshop. Es importante señalar que a causa de los cupos de importación que se impuso a cierta mercadería (zapatos, ropa y accesorios) el nivel de ventas por unidades de la empresa descendió ligeramente. Es así que una de las medidas que más afectó al sector comercial fue el incremento de los aranceles a varios productos importados, obligando a Teleshop a ejecutar una estrategia de incremento de precios a ciertos productos, para evitar un impacto en sus ingresos, los valores definidos en el cambio arancelario para los productos que comercializa la empresa fueron:

1. Zapatos US\$ 10.00 por cada par.
2. Ropa US\$ 12.00/Kg.
3. Accesorios: 30% balones y 12% maletas

Teleshop se vio en la necesidad de aplicar diversas estrategias, como el aumento progresivo o discreto de sus precios analizando varios aspectos como la disponibilidad del producto con y sin salvaguarda, la demanda del mercado, existencia de la capacidad de los productos para absorber los incrementos arancelarios y tomar en cuenta los tiempos requeridos para los procesos de cambio de precios a nivel nacional.

Al 31 de diciembre del 2009 Teleshop tuvo un panorama positivo AL CRECER 6,42% respecto al año 2008. Este crecimiento es superior al mercado en 5,02 puntos porcentuales comprado con el PIB comercial (1,4% previsión BCE 2009).

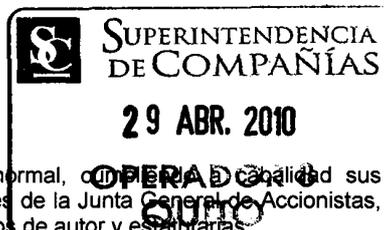
2 RESULTADOS TEleshop 2009

2.1 Información sobre estrategia y Operaciones

Teleshop desarrolló sus actividades en el año 2009 en forma normal, ~~OPERADORA~~ cumpliendo sus obligaciones que se han llevado a cabo conforme a las disposiciones de la Junta General de Accionistas, Junta de Directorio, normas legales, de propiedad intelectual, derechos de autor y estatutarias.

Con el fin de disminuir el impacto de los aranceles en el año 2009 la empresa trabajó en el marco de una flexibilidad administrativa y demostrar con resultados financieros la eficiencia de la gestión tanto comercial como administrativa, los principales hechos que marcaron el desempeño de la empresa en el año 2009 fueron:

- Se realizaron incrementos progresivos de precios en función de: la disponibilidad de producto con y sin salvaguarda, demanda del mercado, capacidad de los productos para absorber los incrementos arancelarios y tiempos requeridos para el proceso de cambio de precios a nivel nacional.
- Se definió bajar el % de descuento de la tarjeta Marathon card de 10% que se manejaba en todos los productos a:
 - 5% de descuento del PVP en zapatos.
 - 6% de descuento del PVP en ropa.
 - 7% de descuento del PVP en accesorios.
- No se marginó sobre el arancel, para no afectar tanto al precio de venta al cliente final.
- El margen bruto perdido por los aranceles se equilibró por un plan de reducción de gastos, para tratar de mantener la rentabilidad neta del 2008.
- De acuerdo a la ley se incrementaron los salarios el mismo que tuvo un impacto desfavorable en los resultados de los puntos de venta debido al incremento en costos de operación.



Por otro lado han existido sucesos que han permitido a la empresa mejorar sus resultados como los siguientes:

- La ejecución de campañas y promociones ha tenido un enfoque a producto seleccionado y a nichos de baja rotación, esta organización ha permitido que la empresa disminuya el porcentaje de descuentos promedio a pesar de los incrementos de precios de los proveedores.
- Se realizaron cambios en áreas de exhibición para mejorar la imagen comercial de nuestras tiendas en puntos estratégicos como Teleshop Quicentro en Quito.
- Se incremento la nueva técnica de sublimación en camisetas.
- Se introdujo una nueva línea de zapatos en dos marcas: Fisher Price y Lego.
- Se desarrolló colecciones infantiles de licencias como: Hannah Montana y Transformer.

3 ANALISIS DE RESULTADOS FINANCIEROS 2009

3.1 ESTADO DE RESULTADOS

3.1.1 Ingresos

TELESHOP en el cierre del año 2009 terminó con ventas de (US\$ 5.33 millones) incrementaron en 6,42% con respecto al año 2008 que fue de (US\$ 5.01 millones).

3.1.2 Costo De Ventas Y Margen Bruto

Al 31 de diciembre de 2009, los costos de ventas mostraron un decremento de apenas el 0,07%, representado por un monto de (US\$ 2.85 millones) en referencia a su similar periodo al cierre de diciembre 2008 (de US\$ 2.85 millones). Mientras que la utilidad bruta de la empresa tuvo un incremento del 15% (US\$ 2.48 millones) frente al observado al cierre de 2008 (US\$ 2.16 millones), esto se explica básicamente porque Teleshop incrementó los precios en alguno de sus productos pero su venta por unidades disminuyeron.

Adicional a lo mencionado es importante indicar que los costos de venta representaron el (53.42%) sobre los ingresos totales, porcentaje menor según el registrado en diciembre de 2008 (56.89%).

3.1.3 Gastos De Venta Y Administrativos

Al 31 de diciembre de 2009, los gastos operativos registraron un incremento de 7,40%, expresado por una cifra de (US\$ 1.90 millones), en relación al año 2008 (US\$ 1.84 millones). Este aumento se debió a su inversión en sus recursos para poder generar mejores resultados para la empresa, esto dio como resultado, que para el cierre de 2009, Teleshop presente una importante utilidad operativa de (US\$ 593 mil) cifra superior en 80.5% frente al cierre de 2008 que fue de (US\$ 323 mil).

3.1.4 Otros Gastos (Ingresos)

Para el 31 de diciembre de 2009, la cuenta Otros Gastos (ingresos) presentó un incremento de 12,07% por la cantidad de (US\$ 130 mil) comparado con su similar periodo de 2008 que fue de (US\$ 116 mil).

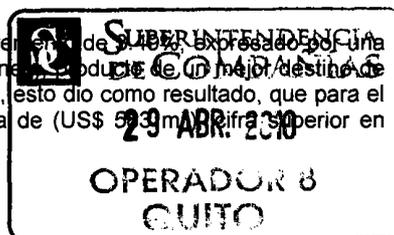
3.1.5 Rentabilidad Neta

Para el 31 de diciembre de 2009, la rentabilidad neta creció en 110,85% con (US\$ 272 mil), en referencia a diciembre 2008 que fue de (US\$ 129 mil), cifra importante a pesar de las medidas tomadas por el Gobierno ecuatoriano.

3.2 ANALISIS BALANCE GENERAL

3.2.1 Activos

Al 31 de diciembre de 2009, la empresa registró un total de activos por (US\$ 2.78 millones), cifra mayor en 21,87% respecto a diciembre del año 2008 (US\$ 2.28 millones); debido principalmente al incremento de activos corrientes en 45,11% con un valor de (US\$ 1.98 millones) comparado con su similar 2008 (US\$ 1.36 millones), su principal incremento corresponde a: Caja Bancos, Cuentas por Cobrar Relacionadas e Inventarios. Mientras que activos propiedad y equipos tuvo un decremento en 11,31% con un valor de (US\$



690 mil) comparado con su similar 2008 (US\$ 778 mil). La cuenta otros activos decreció en 20,29% con un valor de (US\$ 110 mil) mientras que el 2008 fue de (US\$ 138 mil).

3.2.2 Pasivos Y Patrimonio

El pasivo financia el 42,31% de los activos totales, con un valor de (US\$ 1.17 millones), cifra menor en 104% al 2008 que fue de (US\$ 574 mil), su principal variación en el 2009 fue por incremento de deuda a empresas relacionadas y dividendos por pagar; mientras que el patrimonio representa el 57,7% sobre el total de activos por un valor de (US\$ 1.60 millones), cifra menor en 5,99% al 2008 que fue de (US\$ 1.70 millones).

4 PROPUESTAS 2010

Para el 2010 Teleshop ha considerado un escenario de crecimiento en ventas del 12%, pero con una disminución en el margen bruto, dado el fuerte incremento en los costos de adquisición de la mercadería, a pesar del plan de contingencias la Gerencia de la Compañía, que tiene como fin garantizar el flujo operacional de la compañía, así como una utilidad acorde con el momento del país.

Adicionalmente es importante resaltar que Teleshop se encuentra analizando la afectación sobre el cambio del Consejo Nacional de Comercio exterior e Inversiones (COMEXI), que mediante Resolución 550 publicado el 23 de febrero del 2010, dispone reducir el arancel vigente para calzado del 30% al 10% y la salvaguardia de USD 9,00 a USD 6,00 por par. La aplicación de este nuevo arancel mixto rige a partir del 01 de junio del 2010, si bien la Resolución no indica la forma de aplicación es importante considerar que será para el producto embarcado a partir del 01 de junio del 2010.

Este nuevo arancel MIXTO tiene el carácter de indefinido, porque no excede el techo que controla la OMC.

Así también el Comexi dispuso a la CAE, la implementación de un sistema de precios indicativos para evitar la subvaloración, por tal motivo Teleshop se encuentra analizando el impacto y las estrategias que va a considerar para que esta reducción pueda ser recibida por el consumidor final.

Teleshop tiene algunas estratégicas, siendo su plan de trabajo el siguiente:

- Apertura de tiendas nuevas en sectores estratégicos del país.
- Ampliar y Remodelar Tiendas Actuales.
- Reestructurar la participación de las marcas en base a las de mayor aporte y rotación.
- Incorporar, Fortalecer e impulsar ventas de producto bajo licencia
- Cerrar almacenes con menor aporte a la rentabilidad de la compañía cuya rotación de inventarios tenga el menor rendimiento.
- Disminuir gastos improductivos en la operación.
- Cambio estratégico de precios de acuerdo a las nuevas disposiciones de la ley.

4.1 Recomendación sobre las Utilidades

El 2009 ha permitido obtener resultados financieros extraordinarios, por lo cual se recomienda a la Junta General de Accionistas que estos resultados no sean repartidos totalmente como dividendos con el fin de garantizar una fuente de financiamiento para el capital de trabajo y crecimiento de la compañía requeridos para la operación del negocio.

Para el año 2010 se han definido políticas y estrategias tendientes a mitigar posibles efectos en ventas, siempre amparados por la premisa de ofrecer el mejor producto con el mejor servicio.

El más sincero agradecimiento para nuestros clientes, proveedores, colaboradores y accionistas que con su confianza y apoyo nos permiten crecer y contribuir con el desarrollo del país y nuestras familias.

Es todo cuanto puedo informar en atención a mis atribuciones y obligaciones como Gerente General de esta compañía.

Atentamente,

Fernando Corral Jiménez.
Gerente General

