

INFORME DEL GERENTE GENERAL

EJERCICIO ECONOMICO 2003

Guayaquil, 31 de marzo de 2004

SEÑORES ACCIONISTAS de
Guimsa – Organización Empresarial Guim S.A.:

En cumplimiento de las obligaciones legales y estatutarias vigentes, pongo a consideración de ustedes los Estados Financieros de la empresa: Balance General con sus respectivos anexos, Estado de Pérdidas & Ganancias, Estado de Evolución del Patrimonio y Flujo de Efectivo y éste informe sobre el desempeño de la compañía durante el ejercicio económico del año 2003.

Antecedentes

El incremento de las tarifas de los servicios públicos: luz, agua, teléfono, transporte, así como la política gubernamental de reajustar el salario básico por sector económico, y la decisión legislativa de modificar el monto de la décima cuarta remuneración sin tomar en consideración el proceso de unificación salarial, han encareciendo los costos fijos y por lo tanto nuestro presupuesto operativo se ha visto afectado, porque a diferencia los bienes de consumo alimenticios o considerados como básicos, los suvatuarios no pueden incrementarse en la misma proporción porque se establecen de acuerdo a la competencia de mercado.

A pesar de que el inflacionario, principal indicador económico, cerro en el año 2003 en 6,01% (un digito) de acuerdo al Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) reflejándose un decrecimiento del 3,35%, en relación con el 9,36% del año 2002 y el 22,40% del año 2001.

En estos momentos en que la competencia directa y especializada en la líneas de manualidades, plásticos, desechables y telefonía móvil, no solo de grupos empresariales con capital de inversión y expansión sino de importadores locales que están incursionando en la venta directa al publico de artículos de bazar y regalos (porque les genera liquidez inmediata y sus precios de venta al consumidor final los realizan con ventaja competitiva), han afectado nuestras ventas y nos están restando competitividad, porque los precios responden a la competencia, por eso se considero necesaria la incorporación de un profesional que nos ayude en el área de mercadeo.

Contenido

Área Financiera

Los resultados obtenidos al cierre del ejercicio económico, desafortunadamente no reflejan nuestras perspectivas esperadas de crecimiento, pues las proyecciones de ventas no se cumplieron, debido al periodo de transición por el que atravesó nuestro departamento de comercialización, si a esto le sumamos que a pesar de nuestros esfuerzos por bajar los costos fijos operacionales y administrativos estos se mantuvieron, la situación financiera de la compañía al cierre del ejercicio 2003 no es positiva, sin embargo existe un incremento en la utilidad no operacional, básicamente por el ajuste realizado en el pasivo al registrarse la re-estructuración de la deuda que manteníamos con el Filanbanco y haberse ajustado la provisión en exceso intereses bancarios.

Matiz (Headquarters)
Ave.10 de Agosto 215 y Pichincha
Casilla Postal (P. O. Box) 09-01-1008
Telf. (593-4) 232 0333 – Fax (593-4) 232 5838
E-mail: mguim@guimsa.com
Guayaquil - Ecuador



30 JUN 2004

Handwritten signature or mark.

Área de Comercialización y Ventas:

Durante este periodo contable, la Gerencia trabajo conjuntamente tanto con el área comercialización como de ventas (administradores de los locales) en el presupuestos compras y metas de ventas, pero la salida de nuestra gerente de compras retraso la búsqueda y selección de proveedores locales y del exterior que nos permitan contar con mercadería diferenciada con el fin de ofrecer a nuestros clientes artículos novedosos, ya que si realizamos un análisis a la composición de ventas por líneas podemos observar que los productos tradicionales que generan el margen que nos permite cubrir los costos y gastos operativos, administrativos y financieros esta perdiendo peligrosamente terreno frente a productos nuevos o cíclicos de baja rentabilidad como lo reflejan los índices financieros, y la competencia nos obliga a ajustar nuestros precios.

Creo necesario enfatizar que los volúmenes de ventas obtenidos en los años anteriores se lograron sin el empuje agresivo de promociones, descuentos (temporada escolar y navideña) y la comercialización de álbumes, por lo que la planificación de las estrategias de mercadeo para el año 2004 estarán enfocadas a lograr un crecimiento sostenido en las ventas buscando mantener nuestro margen sin afectar los precios de los productos que comercializamos.

Se mejoraron los controles operativos con el fin minimizar las perdidas de inventario modificando los programas que registran el movimiento del inventario y transferencias entre bodegas, se optimizo el recurso humano y se procuro no incrementar los consumos de los servicios públicos así como renovar y renegociar los alquileres de los locales en condiciones favorables para la empresa.

Se efectuaron inversiones en activos fijos: equipos de computación (actualización de software y hardware), mejoramiento y adecuación de las instalaciones de los puntos de venta y muebles de oficina necesarios para el desarrollo de las actividades tanto comerciales como administrativas.

El detalle del resultado económico del año 2003 está reflejado en el Balance General, Estado de Pérdidas & Ganancias, respectivamente, adjuntos a este informe como sustento de mi gestión durante este periodo.

Área Administrativa

En el área administrativa la empresa no tuvo problemas laborales significativos, continuo con el proceso de entrenamiento y capacitación del personal a fin de que tengan pleno conocimiento de las políticas y procedimientos de la compañía tendientes a minimizar la excesiva rotación, se dio cumplimiento con lo dispuesto por el Ministerio de Trabajo ajustándose las remuneraciones de acuerdo a las tablas sectoriales vigentes para el comercio al por mayor y menor, adicionalmente en ciertos cargos administrativos se ajustaron los ingresos en función de la responsabilidad del cargo y procediéndose al pago de los beneficios legales en las fechas previstas por ley.

Uno de las principales tareas del área de recursos humanos fue la de seleccionar y contratar a la nueva Gerente de Compras así como a la Directora de Marketing, ya que GUIMSA esta empeñada en darle fuerza a su nombre comercial y para esto se requiere contar con personal idóneo en ambas áreas.

Matriz (Headquarters)
Ave.10 de Agosto 215 y Pichincha
Casilla Postal (P. O. Box) 09-01-1008
Telf. (593-4) 232 0333 – Fax (593-4) 232 5838
E-mail: mguim@guimsa.com
Guayaquil - Ecuador



Disposiciones legales

Se ha dado cumplimiento a las disposiciones emitidas por la Junta General de Accionistas, se cancelaron todos los impuestos fiscales y municipales que regulan nuestra actividad comercial tanto en Guayaquil, Zamborondón, Salinas, Libertad y Quito, y se ha cumplido con la entrega de la información mensual requerida por el Servicio de Rentas Internas, al ser la empresa Contribuyente Especial.

Conclusiones y recomendaciones a la Junta General

En relación con la utilidad del presente ejercicio propongo que, salvo mejor criterio de los señores accionistas: a) se proceda con la repartición del 15% de participación a los trabajadores sobre la utilidad de conformidad con lo dispuesto por ley, b) se proceda al pago del impuesto a la renta causado, c) se proceda con la provisión de la reserva legal, d) se realice la provisión de la reserva facultativa, e) se proceda a la capitalización de las utilidades por parte de los accionistas.

La aprobación de las siguientes estrategias: a) contar con un estudio de imagen, posicionamiento, evaluación de los puntos de ventas y productos, b) continuar trabajando con un presupuesto operativo anual, sujeto a una revisión trimestral por parte de los accionistas, c) realizar proyecciones de ventas, compras basados en el análisis de la competencia directa, productos ofertados, estrategias de comercialización, promoción, publicidad por lo que se recomienda contratar una persona especializada en el área de Mercadeo para que desempeñe el cargo de Directora de Marketing, d) en el área administrativa seguir con el proceso de capacitación y reestructuración de personal con el fin de incorporar a la empresa colaboradores que nos permitan cumplir con el objetivo de proveer a nuestros clientes productos de calidad, con un excelente servicio al cliente, así mismo que estén en la capacidad de aplicar las políticas y procedimientos operativos de la empresa, e) continuar aplicando la política de "eficiencia" dirigida a incrementar líneas de productos, consolidar la venta de los actuales ítems para así mejorar la solvencia financiera, administrativa y técnica, f) optimizar los gastos e inversiones en activos fijos, sobre todo en el área de sistemas.

Considero que para el año 2004, de darse un entorno económico favorable y el país continua con el proceso de re-activación económica, podría GUIMSA consolidar su posición financiera y administrativa.

Atentamente



Ing. Com. W. Maurice Guim Bastidas
Gerente General

vjv

Con copia: Archivo

Matriz (Headquarters):
Ave.10 de Agosto 215 y Pichincha
Casilla Postal (P. O. Box) 09-01-1008
Telf. (593-4) 232 0333 – Fax (593-4) 232 5838
E-mail: mguim@guimsa.com
Guayaquil - Ecuador



30 JUN. 2004