

JOYERIA GUILLERMO VAZQUEZ S.A.

INFORME DE GERENCIA Y PRESIDENCIA

Por el ejercicio terminado al 31 de Diciembre del 2013

INFORME ANUAL DE GESTIÓN
JOYERÍA GUILLERMO VÁZQUEZ S.A.

EJERCICIO ECONÓMICO 2013

En cumplimiento a los Estatutos de la Empresa y de conformidad con las disposiciones legales vigentes, el Directorio y la Gerencia General de Joyería Guillermo Vázquez S.A. ponen en consideración de la Junta General de Accionistas, el informe anual de resultados obtenidos en el ejercicio correspondiente al año 2013.

1. Entorno Macroeconómico

La mayor parte de analistas consideran que a bien para el 2013 **estaba presupuestado un crecimiento del PIB sobre el 4,5%, en realidad esto terminó en el 3,5%, 0,6% menos que el del año anterior que fue del 4,1%**

La inflación, al igual que el IPC tuvieron un crecimiento anual **del 2,7%** este último índice tuvo una **disminución importante con respecto al del año pasado que fue del 5,11%**. El consumo de hogares **creció un 4%, un valor similar al del año anterior.**

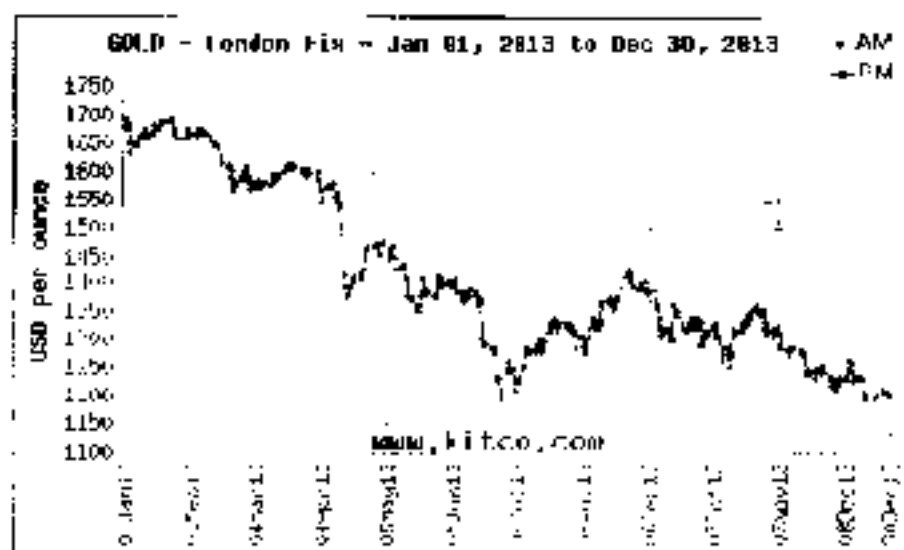
El precio del barril de petróleo WTI que para el 2012 fue de USD 94.12 subió a USD 98.02, este es el **aumento principal de la economía ecuatoriana.**

Las exportaciones totales del Ecuador en el 2013 fueron de USD 25 mil millones, algo más del 50% de las mismas corresponden a petróleo y combustibles, las importaciones fueron de USD 26,3 mil millones por lo que se dio un **déficit comercial de USD 1,3 mil millones.** Esta situación ha obligado para que el Gobierno plante **esquemas de restricción de importaciones.**

En el ámbito laboral, la tasa de **desempleo urbano** en diciembre del 2013 se ubicó en el **4,9%, similar a la del 2012.** El salario básico mensual se incrementó de USD 292 a USD 318.

2. Análisis de variables que afectan al negocio

2.1 Precio del Oro

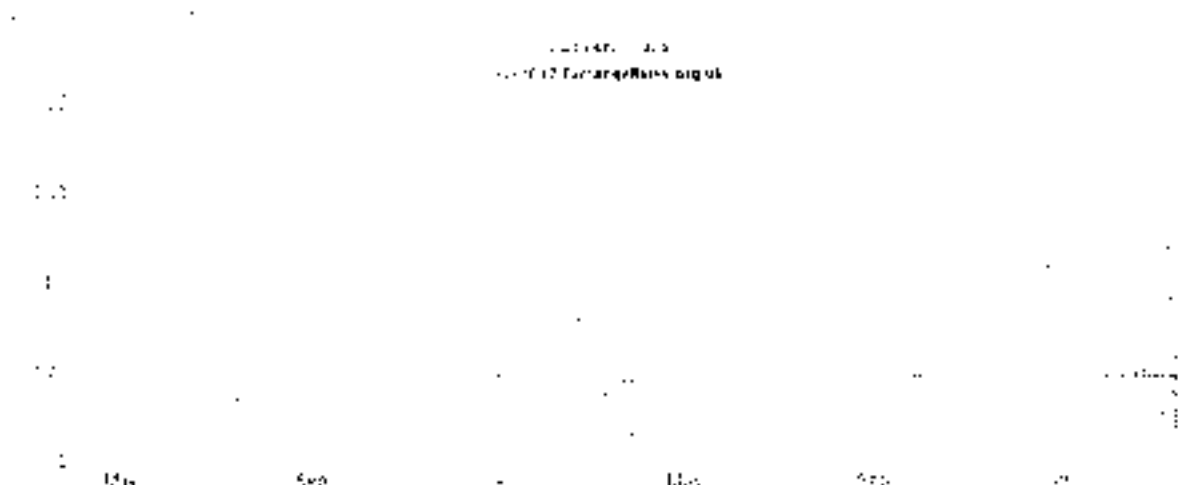


Fuente: kitco.com

En enero del 2013 el precio de onza Troy fue de USD 1694, a Diciembre cerró en USD 1204, uno de los precios más bajos del año, el precio promedio del 2013 fue de USD 1.357. El costo de la empresa para las joyas realizadas con este material fue superior por lo que el margen de las mismas se incrementó sin embargo, la diferencia en precios con la competencia relevante es alta.

2.2 Evolución del Tipo de Cambio frente al Franco Suizo

El 1ro de enero del 2013 el tipo de cambio Franco (CHF) frente al Dólar (USD) fue de 1.09 y a diciembre 31 de ese año terminó en 1.12, se observa con lo tanto una apreciación de la moneda Suiza Vs. El Dólar Norteamericano, lo implica que el precio de nuestras importaciones se incrementó.



Fuente: ExchangeRates.org.uk

2.3 Contratos con Proveedores

Todos los contratos de distribución de marcas se entienden renovados para el año 2013, pues no recibimos notificaciones en sentido contrario hasta el mes de diciembre.

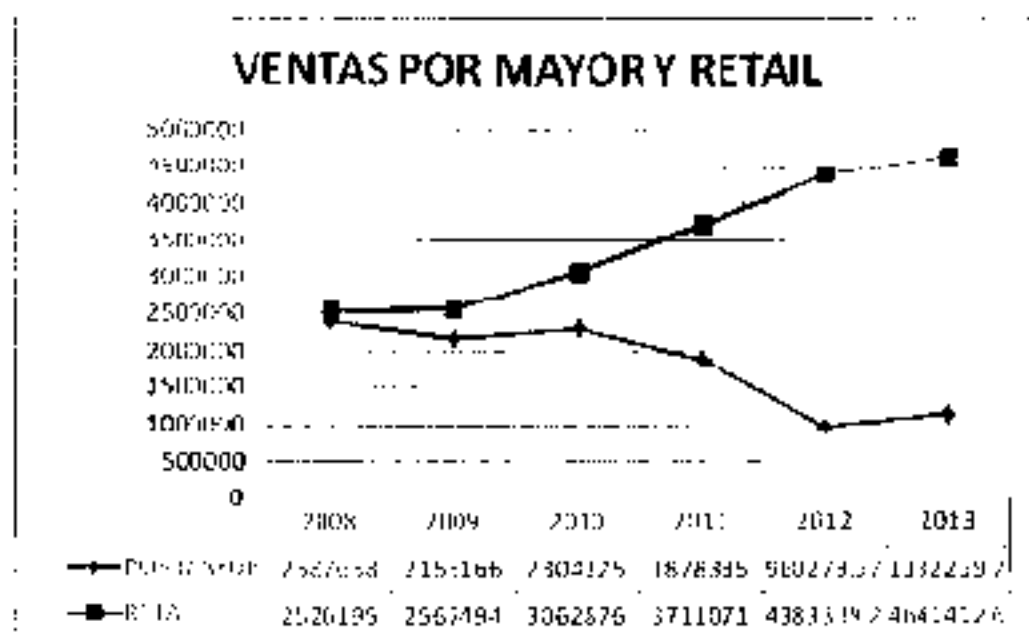
3. Análisis Estado de Pérdidas y Ganancias

3.1 Ingresos

Para el año 2013 el total de ingresos de la empresa fue de USD 5'773.612 que frente a los USD 5'343.612 del 2012 significa un incremento de USD 430.020, un 8.05%.

3.2 Ventas Mayoristas vs Ventas Minoristas

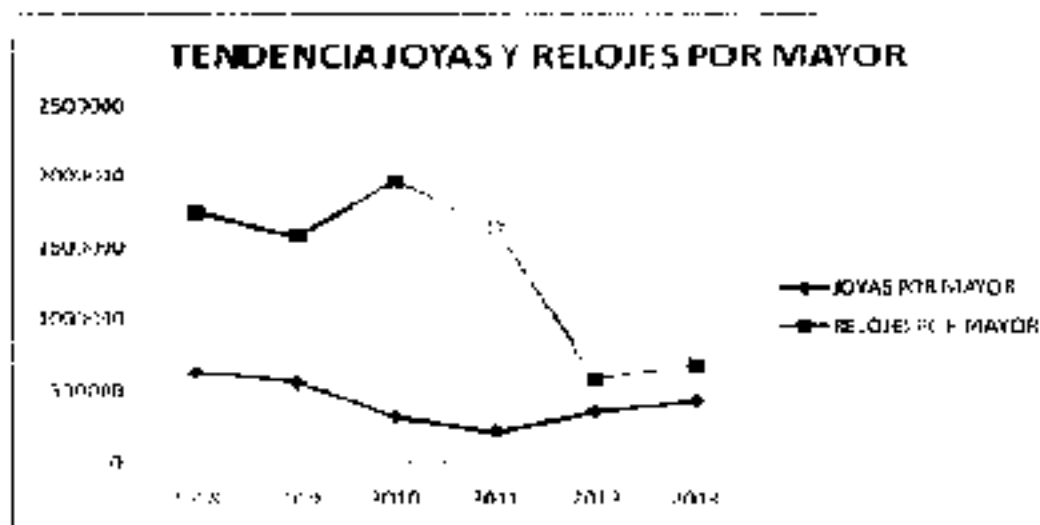
Las ventas a mayoristas en el 2013 fueron de USD 1.132M, en comparación a USD 960M del año pasado, un incremento del 18%. Las ventas al retail fueron de USD 4'641K, versus USD 4'383 de 2012, lo que significa un incremento del 6%.



El aporte del canal minorista (poca es propia) a la ventas representa un 80%

3.3 Ventas Por Mayor Relojes y Por Mayor Joyas

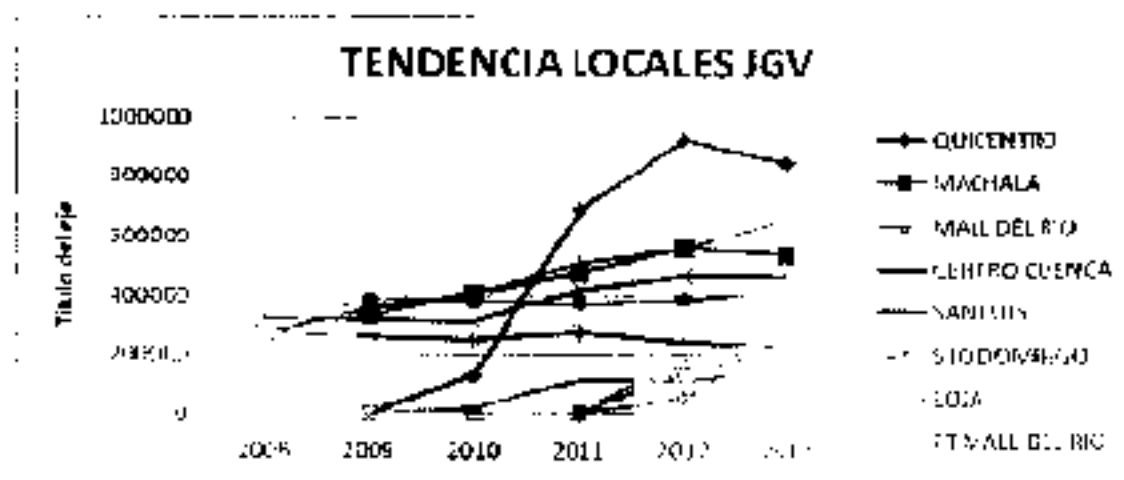
Para el 2013 las ventas de joyas al por mayor fueron de USD 439.357, las de relojes al por mayor USD 692.863 lo que significa un crecimiento del 18% con respecto al año anterior.



El declinamiento de ventas de relojes corresponde mayoritariamente a Tissot que es la marca mejor posicionada de nuestro portafolio y respecto a joyas, las que son elaboradas en la Joyería que tienen también un excelente posicionamiento de marca.

3.4 Ventas Minoristas

El canal minorista ha crecido debido a la gestión y afianzamiento de los locales existentes algunos han completado ya su curva de experiencia y otros están en proceso. Es importante recordar que existen tres tipos de locales: Los de marca Guillermo Vazquez Joyería, el local Fun Time y el local Swisstime. En los primeros se venden joyas de 15K, bisutería CR, Relojes de marcas con las que tenemos relación directa desde origen, o a través de distribuidores regionales, también se ofrecen accesorios. Fun Time fue creado para atender a un segmento de mercado más juvenil, que busca relojes y bisutería de precio medio y medio alto y Swisstime se creó como alternativa para el mercado objetivo de ejecutivos jóvenes, preponderantemente hombres, que buscan un reloj de precio medio-alto y alto. A continuación se hace un análisis de los mismos.



Se puede apreciar que los locales con mayores ventas anuales durante el 2013 fueron: Quicentro, con 852K, Machala, con USD 535K, Mall del Río, con USD 656M, y Centro-Cuenca, con 487M. Los locales que se abrieron durante el 2012, que son C.C. Paseo Shopping, en Portoviejo, con USD 223M de ventas, C.C. Scala, en Cumbayá, con ventas de USD 227M, han tenido un crecimiento importante. Los locales de Loja y San Luis no crecieron en ventas; sin embargo, están cerca del punto de equilibrio y con un pequeño crecimiento podrán cubrir sus costos.

Los locales de Fin Line del C.C. Mall del Río y Swissbme también han tenido un crecimiento importante, sus ventas fueron de USD 257M y USD 228M, respectivamente.

Margen Bruto

El margen bruto total de la Joyería se ha mantenido con respecto al del año anterior. La reducción de margen bruto de Joyería Por Mayor se explica por el sobre cumplimiento del área de producción del año 2012 por USD 76M mientras que en el año 2013 este disminuyó a USD 5. Este rubro estuvo afectado por el valor pagado por indemnizaciones de taller por un total de USD 26M.

	2012	2013
MARGEN BRUTO TOTAL	48%	48%
JOYERIA POR MAYOR	58%	44%
RELOJERIA POR MAYOR	35%	38%
LOCALES	50%	51%

4. Gastos Operacionales

Los gastos operacionales fueron de USD 3'025M, un 2% superiores a los del año precedente. respecto a las ventas, el incremento con relación al año pasado fue del 1%. El crecimiento del gasto se explica por mayores gastos de ventas y gastos financieros.

	2012	2013	VARIACION	YL SOBRE VENTAS	
VENTAS TOTALES	5,443,612	5,773,632	8.0%	2012	2013
GASTOS TOTALES	2,747,939	3,025,741	10%	51.4%	52.4%
GASTOS DE VENTAS	1,946,243	2,166,551	11%	36.4%	37.6%
GASTOS DE ADMINISTRACION	556,097	517,870	-7%	10.4%	9.0%
GASTOS FINANCIEROS Y OTROS	245,598	339,320	38%	4.6%	5.9%

5. Otros Ingresos

	2012	2013	VARIACION
OTROS INGRESOS	165,717	173,552	5%
(+) INTERESES EN VENTAS	741	2,904	292%
(+) INGRESOS POR GARANTIAS	6,567	0	-100%
(+) CONTRIBUCION PUBLICITARIA	37,559	57,149	39%
(+) OTROS INGRESOS	120,849	118,499	-2%

La contribucion publicitaria corresponde a las notas de crédito entregadas por las diferentes marcas de relojes como devolución por gastos realizados en publicidad de las mismas.

6. Resultados

El resultado antes de impuestos corresponde a una pérdida de USD -31.967, despues del pago de Anticipo de Impuesto a la Renta esta se eleva a USD -107.731, a esto debemos añadir el valor por indemnizaciones y otros realizados en el 2013 por un valor de USD -130.927 con lo que el resultado global de la empresa es de USD -238.658

7. Análisis Balance General

7.1 Activos

La cuenta más importante de Activos, monederos que ha tenido un crecimiento de USD 368.356, un 6%, los rubros en los que se crece de manera importante son relojes que pasan de USD 1.864M en el 2012 a USD 2.344 M, un incremento del 26% y bisutería que tiene un crecimiento USD 22M y que representa un 75%.

CATEGORIAS	INVENT. 31/12/2012	INVENT. 31/12/2013	VAR
BIJUTERIA	29.057	59.540	60%
RELOJES	1.860.112	2.343.755	25%
JOYERIA	2.804.215	2.803.856	-1%
MATERIA PRIMA	803.877	754.626	-10%
REPUESTOS	170.769	201.660	18%
PUBLICIDAD	30.364	45.369	50%
TOTAL GENERAL	5.897.914	6.205.826	6%

Respecto a Cartera, la empresa tiene un total de USD 1.623M de los cuales están vencidos USD 621M lo que significa un 38%. La principal cuenta vencida corresponde a Letras de Cambio correspondientes a una deuda de la Sra. Nancy Palacios por USD 435M que está en proceso legal y esperamos que el año 2014 se haga efectivo el remate de la garantía entregada con lo que se espera recuperar la mayor parte de este valor. De igual manera con el rubro cheques protestados, son cuentas que están siguiendo el proceso legal y esperamos que el 2014 se solucionen.

DOCUMENTO	TOTAL	VENCIDO	Vencido sobre % del total
CHEQUES CREDITO	450,881	4,497	1%
LETRAS DE CAMBIO	574,692	464,426	81%
CHEQUES PROTESTADOS	113,450	111,275	98%
DESPACHOS	348,735	37,414	11%
PLAZO SIN DOCUMENTO	40,809	3,615	9%
SALDOS A FAVOR	(30,409)		
TOTAL CLIENTES	1,438,158	621,229	43%
EMPLEADOS	8,540	82	1%
TARJETAS DE CREDITO	116,650	-	0%
CARTERA TOTAL	1,623,429	621,311	38%

7.2 Pasivos

El total del pasivo es USD 5'093M, de este valor USD 4,024M están a corto plazo y USD 1.069M a largo plazo. En el primer rubro las obligaciones más representativas son una con la URS por USD 1.750M, una con el Banco Pichincha por USD 942M y Obligaciones con Terceros por USD 844M. En el largo consta la Obligación con el Banco Santander, por USD 650M y con Banco Pichincha por USD 151M. En total este rubro se ha incrementado en USD 71M con respecto al año anterior.

7.3 Patrimonio

La cuenta de **Patrimonio** a fines del 2013 asciende a USD 4.839M, en comparación con USD 5 021M del año precedente.

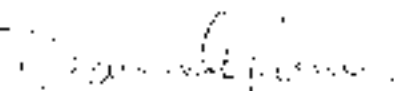
8. Análisis de Resultados

Antes de considerar el pago de impuesto a la renta anticipado, que se lo debe hacer a pesar de tener resultados negativos, y de los gastos no operativos que se los realizan por una sola vez, la empresa está muy cerca del punto de equilibrio. El enfoque de la Administración seguirá con un impulso a las ventas en los locales propios existentes principalmente y también en el canal mayorista, por otra parte se pretende racionalizar los inventarios para por este medio reducir el nivel de endeudamiento y los costos financieros, asimismo, continuar con el programa de control estricto de costos y gastos con el fin de mejorar los márgenes. El excelente posicionamiento que tiene la empresa y el decidido apoyo de los accionistas es un factor fundamental para lograr estos resultados.

9. Propiedad Intelectual

De acuerdo con la ley debemos informar que durante el año 2013 la compañía ha dado cumplimiento a todas las normas de propiedad intelectual vigentes.

Finalmente, señores accionistas, es nuestro deber expresarles nuestra gratitud por el apoyo permanente que hemos recibido de su parte y agradecerles muy especialmente por acompañarnos en esta Junta General.


DANIELA RAMOS VAZQUEZ
PRESIDENTE


FABIAN VEGA GONZALES
GERENTE GENERAL

Cuenca, 24 de marzo de 2014