

JOYERIA GUILLERMO VAZQUEZ S. A.

INFORME DEL GERENTE GENERAL

EJERCICIO ECONOMICO 2015

INFORME ANUAL DE GESTIÓN

JOYERIA GUILLERMO VAZQUEZ S.A.

EJERCICIO ECONOMICO 2015

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 2015.

1. Entorno Macroeconómico¹

El desplome del precio del petróleo, la apreciación del Dólar, el excesivo gasto público y la inexistencia de ahorros para épocas de crisis por parte del estado han sido los determinantes para que el PIB y por ende la demanda y el consumo en el país, especialmente en el segundo semestre del 2015, tengan una caída muy importante. El crecimiento del PIB en el 2014 fue de alrededor del 4%, para el 2015 todavía no se tienen los datos oficiales pero la proyección del gobierno es del 0.5 %; sin embargo, según varios analistas este índice estará alrededor del 0.1%. Si se considera la inflación que este año fue del 3.4%, podemos ver que la economía no pudo compensar el crecimiento en los precios.

Las exportaciones totales cayeron un 29%, este valor está compuesto por la disminución del 50% de las exportaciones petroleras y 6% de las no petroleras. Respecto a las importaciones, estas se redujeron un 23% a consecuencia de las medidas para limitar las compras en el exterior como las salvaguardas y las restricciones no arancelarias y también por la disminución del precio del petróleo, este valor no fue suficiente para contrarrestar la caída en exportaciones, por lo que el déficit de la balanza comercial fue USD 2.1MMM, tres veces mayor al del 2014.

¹ Datos macroeconómicos tomados del informe de CORDES

Este déficit junto con el alto nivel del gasto público tuvo una implicación directa en la reducción de la masa monetaria y por ende de los depósitos de la banca, en la demanda y el consumo a nivel de los entes económicos que se ha visto reducido en un 3.5%.

En el ámbito laboral, la tasa de empleo adecuado a diciembre del 2015 se ubicó en el 46.5%, casi tres puntos por debajo a la del año anterior. El salario básico mensual se incrementó de USD 340 a USD 356. En este año se eliminó el contrato fijo a un año, se hizo extensivo el desahucio para todas las personas que dejen de la empresa, inclusive a las que presenten su renuncia voluntaria, se puso límite al reparto de utilidades de las compañías, entre otras determinaciones, todo esto significó una disminución de la flexibilidad laboral que es necesaria especialmente en países que tienen al Dólar Norteamericano como divisa.

2. Análisis de precios que afectan al negocio

2.1 Precio del Oro

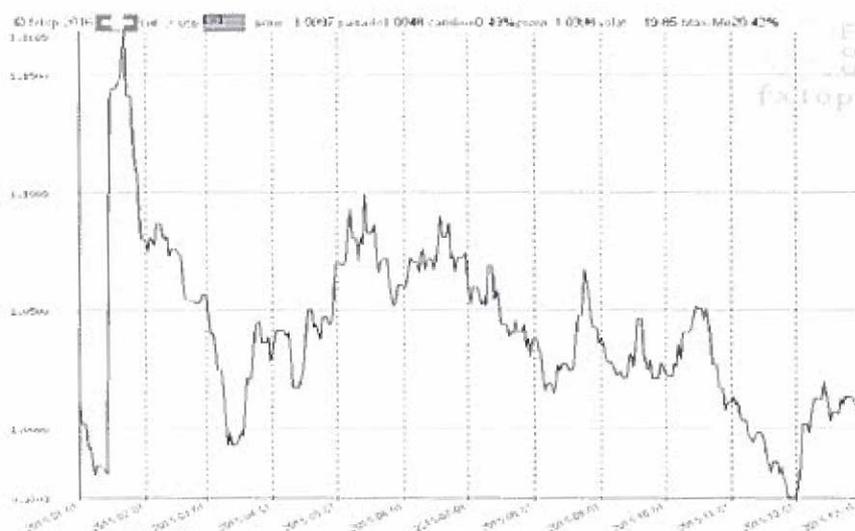


Fuente: Kitco.com

En Enero del 2015 el precio de onza troy fue de USD 1.168, a Diciembre cerró en USD 1.060. Durante el año tuvo un promedio de USD 1.100, como se puede ver en el gráfico,

su comportamiento fue poco estable y con tendencia hacia la baja. El costo de la empresa para las joyas realizadas con este material fue superior al promedio.

2.2 Evolución del Tipo de Cambio frente al Franco Suizo



Fuente: <http://es.exchangerates.org.uk/>

El 1ro de enero del 2015 el tipo de cambio fue de 1.006 CHF por USD, prácticamente a la par, es decir alrededor de un 10% menos de la media del 2014. El 15 de enero tuvo una apreciación muy repentina e importante, subió a 1.17 CHF por USD pero el Banco Central Suizo actuó para que en alrededor de 3 meses se vuelva a la situación de inicios de año. Desde esa fecha se volvió a incrementar hasta julio, pero desde ese mes ha tenido una caída permanente hasta que a diciembre 31 del 2015 este se ubicó en 1.003, es decir igual que lo que empezó el año.

2.3 Contratos con Proveedores

Con las marcas de relojes Tissot, Longines, Rado, Calvin Klein, y Ulysse Nardin, de las cuales somos distribuidores, estamos trabajando normalmente; sin embargo, las medidas de salvaguardas impuestas por el Gobierno han puesto una traba muy importante para las nuevas compras. A diciembre del 2015, el total de impuestos para importar relojes fue el 80% (Ad-valorem, ISD y Salvaguardas) Hemos hablado con los representantes de dichas

marcas para que entiendan la situación y acepten por un período la reducción de nuestros pedidos.

3. Análisis Estado de Pérdidas y Ganancias

3.1 Ingresos

La estrategia planteada a inicios del 2015 que consistía reducir los eventos de descuentos ("sales") para privilegiar el margen, lo que implicaba un menor volumen de ventas, se cumplió de manera adecuada durante los seis primeros meses; sin embargo, la caída en la demanda que se empezó a sentir en el segundo semestre 2015 influyó en una reducción de las ventas mayor a lo que estaba presupuestado. El total de ingresos operativos fue de USD 4'479.274 que frente a los USD 5'977.909 del 2014 significaron una disminución del 25.1%. Los ingresos netos fueron de USD 4'550.832, un 26.1% menos que el año anterior.

3.2 Ventas Mayoristas vs Ventas Minoristas

Las ventas a mayoristas en el 2015 fueron de USD 575M, que comparado con USD 765M del 2014, implicaron una reducción del 25%. Del total de ventas, el 13% corresponde a este canal y el 87% a los locales (retail), porcentaje que se mantuvo con respecto al año anterior

3.3 Ventas Por Mayor Relojes y Por Mayor Joyas

Para el 2015 las ventas de joyas al por mayor fue de USD 260M y las de relojes al por mayor USD 315M. La principal marca que se vende en este canal corresponde a Tissot

3.4 Ventas Minoristas

En el canal minorista se dió una reducción del 24.03%, a continuación se hace un análisis de los locales:

Los almacenes con mayores ventas anuales durante el 2015 fueron: Machala, Quicentro, Mall del Río y Santo Domingo. Asesor 101, Swiss Time, Portoviejo y Centro Cuenca son

los locales que menor desempeño tuvieron durante el año considerando que han decrecido en un valor mayor al promedio. Machala y Scala fueron los almacenes de mejor desempeño desde el punto de vista de las ventas ya que decrecieron en menor proporción que la media con respecto al año anterior. El local en el Centro Comercial San Marino de Guayaquil que se abrió en diciembre del 2014 aún está en proceso de maduración y las ventas todavía no alcanzan el volumen esperado.

	2015	2014	DECREC
VENTAS NETAS MACHALA	720,911	732,161	-2%
VENTAS QUICENTRO SHOPPING	605,885	859,978	-30%
VENTAS MALL DEL RIO	529,236	695,363	-24%
VENTAS SANTO DOMINGO PASEO SH	313,997	387,789	-19%
VENTAS CENTRO CUENCA	276,154	444,143	-38%
VENTAS SCALA SHOPPING	266,632	293,065	-9%
VENTAS SWISS TIME	214,832	402,273	-47%
VENTAS PORTOVIEJO	192,664	335,920	-43%
VENTAS SAN MARINO	190,083	28,412	569%
VENTAS FTC - MALL DEL RIO	151,971	185,972	-18%
VENTAS LOJA	71,889	82,770	-13%
VENTAS ASESOR 101	18,657	63,241	-70%
TOTAL	3,571,650	4,701,240	-24%

El valor total de ventas es considerando Miscelaneos y San Luis que se cerró a inicios del año 2015

3.5 Margen Bruto

A pesar de que en el segundo semestre se tuvo que cambiar de estrategia respecto al margen a través de descuentos para alcanzar mejores niveles de ventas, se obtuvo un resultado del 52.22%, 2% más que el del año anterior.

3.6. Gastos Operacionales

Si bien en volumen los gastos operacionales se redujo en USD 351M, estos mayoritariamente son fijos por lo que respecto a las menores ventas estos significaron un incremento del 8%, obteniéndose una utilidad operacional de USD 18M.

3.7 Gastos no operacionales

Los gastos no operacionales fueron de USD 292M, de estos USD 261M fueron gastos financieros que se incrementaron en USD 10M con respecto al 2014.

3.8 Resultados

El margen operativo no fue suficiente para cubrir los gastos no operacionales por lo que el resultado neto es una pérdida de USD 274M antes de contabilizar el impuesto a la renta anticipado.

4. Análisis Balance General

4.1 Activos

La cuenta más importante del Activo es inventarios que tuvo una disminución de USD 435M con respecto al año anterior, esta reducción se dio principalmente en el rubro de relojes y materia prima.

Respecto a Cartera, la empresa terminó al 31 de Diciembre del 2015 con un total de USD 1.272M, que significó USD 369M menos que el año anterior. Esto se debe fundamentalmente a que se aceptó en dación en pago el bien de la Sra. Nancy Palacios, que este momento consta como un activo de la empresa que se lo debe vender. Del total de este rubro USD 1.006M corresponde a cartera vencida la misma que está formada por: USD 345M de Fun Time, USD 123M de cartera incobrable a y USD 537M de cartera vencida comercial (especialmente de clientes mayoristas) en el que el 85% es de menos de 90 días.

4.2 Pasivos

El total de los pasivos es USD 4.878M, de este valor USD 4.424M está a largo plazo y USD 454M a corto plazo. En el primer rubro las obligaciones más representativas son con UBS y con el Banco Santander por USD 4.141M. La deuda bancaria disminuyó en USD 250m con respecto al 2014.

4.3 Patrimonio

La cuenta de Patrimonio al 31 de diciembre del 2015 registra un valor de USD 4.485M, USD355M menos que el año anterior a consecuencia del resultado negativo.

5. Análisis de los Resultados

La caída de la demanda y la pérdida de confianza que han afectado al entorno productivo y comercial, especialmente a los sectores que comercializan bienes suntuarios, tuvieron un efecto directo en los resultados de la empresa en el 2015. Ante estas nuevas circunstancias, se están desarrollando varias estrategias para que la compañía sea más liviana y para disminuir gastos fijos tanto operativos como financieros. Por otra parte, se está impulsando el área comercial para aprovechar de mejor manera el canal de distribución existente, con esto se espera mejorar los resultados de manera importante

6. Propiedad Intelectual

De acuerdo con la ley debemos informar que durante el año 2015 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 lo que constituye un aporte fundamental para la empresa.

DANIELA RAMOS VAZQUEZ
PRESIDENTE

FABIAN VEGA GONZALEZ
GERENTE GENERAL

Cuenca, 22 de marzo de 2016