

Página 1 de 3  
**INFORME GERENCIA AÑO 2009**

Quito, 24 de Marzo del 2.010

Señores  
ACCIONISTAS CÍRCULO DE LECTORES S.A.

Ciudad

**De mis consideraciones:**

En mi condición de Gerente General de Círculo de Lectores S.A. y dando cumplimiento al Art. 305 de la ley de Compañías procedo a presentar el Informe de Actividades de la Compañía correspondientes al periodo Enero /2009 a Diciembre /2009.

**ASPECTO OPERACIONAL**

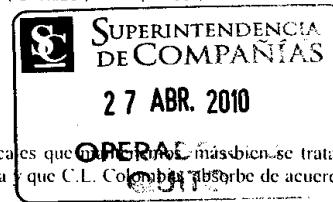
Respecto, a las ventas efectuadas por la Compañía podemos observar el siguiente cuadro de la evolución que se tuvo para este periodo.

	Ene/Dic. /08	Ene /Dic. /09	Diferencia	%
<b>EXPORTACIONES</b>	55.816	72.307	16.491	29,55
<b>DISTRIBUIDORES</b>	3'989.011	3'185.077	( 803.934 )	( 20,15 )
<b>LIBRERIAS</b>	31.065	31.852	787	2,53
<b>ESPECIALES</b>	25.286	10.114	( 15.172 )	( 60,00 )
	4'101.178	3'299.350	( 801.828 )	( 19,55 )

**1. VENTAS:**

**1.1 EXPORTACIONES:**

Se efectuaron a Colombia. No son frecuentes por el sistema de ventas locales que ~~OPERAIC~~ más bien se trata de reexportaciones de libros de lenta rotación o compra excedida que nos sobra que C.L. Colombia absorbe de acuerdo a sus necesidades.



**1.2 DISTRIBUIDORES:**

La ventas de este canal fueron menores al año anterior; debido a una contracción económica de nuestros socios a nivel nacional, para mantener las ventas se mantuvieron incentivos de campañas, premios y descuentos especiales. La venta en este año fue un 20,15 % menor al año anterior.

**1.3 LIBRERIAS CIRCULO:**

Aumentó el 2,53 % debido a mayor atención, variación en la presentación del local a los socios para las compras que realizan.

**1.4 VENTAS ESPECIALES:**

Se trata de ventas internas que realiza la Compañía con un tratamiento especial de descuento a empleados. En todo caso no son cifras significativas en el compuesto total de la venta.

**2. ESTRATEGIAS COMERCIALES:**

Con los cambios que se realizan continuamente para estar a la par de las variaciones que se van dando en el sector de nuestros socios, se realizaron una serie de campañas comerciales internas, el poder adquisitivo en nuestro país sigue bajo y definitivamente comprar un libro en el Ecuador es una inversión para la clase media y media baja que es nuestro

Página 2 de 3  
**INFORME GERENCIA AÑO 2009**

segmento de clientes. No subimos significativamente los precios para no quedar fuera del mercado, pues los salarios no se aumentaron mayormente y la gente prefería gastar en cuestiones básicas y no en libros, lo que ahora se considera un artículo suntuario.

**2.1 POLÍTICAS DE PRECIOS:**

Se incrementaron los precios de los libros que lo permitían bimestralmente para no superar la inflación. Seguimos en este año con nuestros precios por debajo de la competencia y la calidad y presentación de nuestras obras fue superior a la de ellos, con gastos en regalos para promocionar nuestras ventas.

**3.GASTOS:**

	ENERO/DIC. /08	ENERO/DIC. /09	DIFERENCIA	%
COSTOS VENTAS	1'677.724	1'305.503	( 372.221 )	( 22,19 )
GASTOS VENTAS	1'692.483	1'562.704	( 129.779 )	( 7,67 )
GASTOS ADMINIST.	672.686	681.952	9.266	1,38
	4'042.893	3'550.159	( 492.734 )	( 12,19 )

**3.1 COSTOS DE VENTAS:**

El costo fue menor en 22,19% con relación al año anterior, por menor venta. El motivo fue que los ingresos reales de nuestros socios permitió cubrir en primer término las necesidades básicas, dejando un pequeño margen para compras.

**3.2 GASTOS DE VENTA:**

Los gastos de venta se disminuyeron en un 7,67 %. en parte por menor venta y oportuno control de gastos; reducción en gastos básicos, cierre de oficinas para fusionar con otras. También cambios en la estructura comercial influyeron en la disminución.

**3.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS:**

Los gastos de administración se aumentaron en un 1,38 %, debido a los ajustes necesarios que se debieron implementar a nivel de departamentos de la Oficina Central para mantener un equilibrio con los servicios que se deben proporcionar a las oficinas a nivel nacional.

**3.4 ESTRUCTURA DE PERSONAL:**

Se mantuvo una nómina bastante estable y esto se debe fundamentalmente a seguir con la figura del Representante Cultural quienes no mantienen una relación de dependencia sino un contrato comercial que nos permite costos variables, de todas formas tuvimos una rotación grande de personal en el área de ventas.

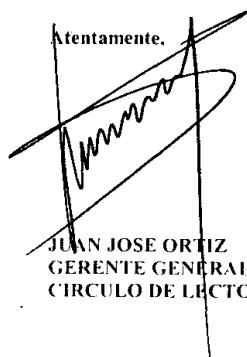
**4. RESULTADOS:**

4.1 La Pérdida del ejercicio fue de US \$ 265.893,68 , resultado de un menor ingreso que los costos y gatos.

4.2 La crisis bancaria mundial si nos afectó directamente en una menor venta, debido a que un segmento de nuestros socios recibió menor valor por envíos de un familiar que se encuentra trabajando fuera del país disminuyendo su poder adquisitivo.

4.3 Como podemos apreciar los costos y gastos se disminuyeron en 12,19% con relación al año 2008, en tanto que las ventas disminuyeron en 19,55% con relación al año 2008.

Página 3 de 3  
INFORME GERENCIA AÑO 2009

Atentamente,  
  
JUAN JOSE ORTIZ  
GERENTE GENERAL  
CIRCULO DE LECTORES S.A.