



superdeporte s.a.



CONCESIONARIOS DE marathon

Quito, 31 de Marzo del 2012

Señores
ACCIONISTAS DE SUPERDEPORTE S.A.
Ciudad



En mi calidad de Gerente General de la compañía SUPERDEPORTE S.A. Concesionaria de la Marca MARATHON se presenta el presente informe; el mismo que corresponde al ejercicio fiscal del año 2011; 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:

El año 2011 fue positivo con un crecimiento en ventas del 20.61% respecto al 2010. Este crecimiento fue superior al PIB comercial de 6,6% (BCE).

Una de las estrategias para mejorar el abastecimiento de producto fue el cambio a la administración por categorías, para su implementación se incorporó personal especializado en cada deporte. Lo que permitirá diversificar nuestro segmento de clientes y fortalecer la imagen deportiva.

La revista Ekos nos designó en primer lugar en Tiendas de Ropa gracias a los resultados del año 2010, y como una de las empresas más destacadas por su excelencia y visión empresarial en el 2011.

RESULTADOS DE OPERACIÓN 2011

SUPERDEPORTE S.A. desarrolló sus actividades en el año 2011, cumpliendo los objetivos previstos, sus obligaciones y acatando las disposiciones de la Junta General de Accionistas, del Directorio, las Normas Legales de Propiedad Intelectual, Derechos de Autor y Estatutarias.

De acuerdo al plan de trabajo planteado, se obtuvieron los siguientes resultados:

PRODUCTO - CATEGORIAS:

- Fútbol es la categoría con mayor participación en ventas del grupo con un 28%, esto refleja el comportamiento del mercado ecuatoriano, en donde el fútbol juega un papel importante en el que hacer diario. Durante este año se realizó el lanzamiento de la nueva camiseta



superdeporte s.a.



CONCESIONARIOS DE marathon

PRODUCTO - CATEGORIAS:

- Fútbol es la categoría con mayor participación en ventas del grupo con un 28%, esto refleja el comportamiento del mercado ecuatoriano, en donde el fútbol juega un papel importante en el que hacer diario. Durante este año se realizó el lanzamiento de la nueva camiseta oficial de la Selección Ecuatoriana de Fútbol; la misma que se está comercializado en nuestros puntos de venta.
- Con la categoría entrenar se esta trabajando para fomentar el uso de prendas técnicas en el entrenamiento, poniendo especial énfasis en el segmento de mujer y en el desarrollo de marcas propias como Astro y Otium que crecieron el 19% en dólares en comparación al 2010. En el año 2011 esta categoría tuvo una contribución del 22% al total de las ventas.
- Dado el gran incremento de carreras atléticas, en este deporte la empresa ha visto la necesidad de brindar un asesoramiento técnico especializado a los deportistas de esta categoría con el fin de prevenir lesiones. Por tal motivo se modificó el visual merchandising que permite identificar el tipo de zapato por la pisada del usuario, con el fin de ofertar productos en un rango de precios mucho más asequibles y de mayor tecnología a los corredores se ha impulsado la venta de la marca propia Astro y marcas internacionales como New Balance y Asics. Correr ya participa con el 18% de las ventas.
- Tenis tiene una participación del 7% en las ventas, fue la categoría de mayor crecimiento del 2011 con un aumento del 68% en unidades. La marca más representativa fue Babolat. En esta categoría se tuvo que cambiar el enfoque comercial de la venta de accesorios, debido a la alta competencia de raquetas vía on line.
- A pesar que Basket representa hoy el 2% de las ventas, es una categoría a la que se ha dado un gran impulso comercial, lo que ha generado un incremento en ventas del 40% en unidades. Con el fin de apoyar el desarrollo de este deporte a nivel nacional, se ha establecido auspicios a la Federación Ecuatoriana de Basquetbol. Se ha incorporado la marca And 1 para diversificar la oferta de productos en esta categoría.
- Natación participa con un 2% en las ventas, la oferta de producto en esta categoría se ha incrementado gracias al desarrollo de la marca propia Aquatik, lo que nos ha permitido desarrollar productos que no ofertaban marcas internacionales, esto permitió el crecimiento de 35% en dólares en este deporte y al mismo tiempo pudimos ofrecer una mayor variedad para satisfacer a nuestros clientes.

Superdeporte en su afán de brindar un mejor servicio a los clientes, disponiendo de locales en lugares que antes no eran accesibles, vio la necesidad de incorporar tiendas en Riobamba, Quevedo igualmente en City Mall en Guayaquil, También se estableció una alianza estratégica con las Fuerzas Armadas y se abrieron dos tiendas en los comisariatos al Norte y Sur de Quito para ofrecer este beneficio a sus miembros.





superdeporte s.a.



CONCESIONARIOS DE marathon

RESULTADOS FINANCIEROS:

Principales variaciones del Estado de Situación Financiera:

- Superdeporte muestra, al 31 de diciembre del 2011, una estructura financiera sólida con un pasivo que representa el 42% de los activos totales y el patrimonio con el 58%.
- Se realizó la cancelación de las obligaciones emitidas por un total de (US\$2.5 millones).
- El efectivo generado por el negocio durante el 2011 fue suficiente para solventar las actividades operativas, de inversión y de financiamiento.

Principales variaciones del Estado de Resultados Integral:

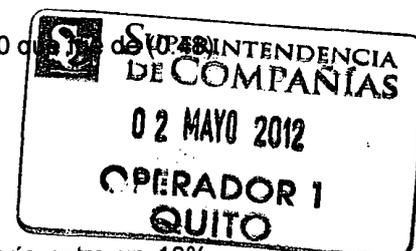
- Las ventas alcanzaron un crecimiento del 20,61%; con (US\$103 millones) superando al 2010 en (US\$17 millones) las tiendas que se abrieron durante el año 2011 contribuyeron con el 3,91%.
- El margen bruto fue de 46,63% mejorando en 0,84 puntos porcentuales.
- Los gastos operativos representaron el 34,5% de las ventas es decir 0,6 puntos porcentuales más que el 2010. Las causas del crecimiento del gasto fueron el incremento salarial decretado por el gobierno y los proyectos internos que permiten proyectar a la empresa en el largo plazo.
- La rentabilidad neta creció en 26,73% dando un total de (US\$10 millones) que representa el 9,82% sobre las ventas.
- La utilidad básica por acción fue (0,61) siendo superior en 27% al 2010.

PROPUESTA 2012:

Para la gestión del año 2012 se considera un crecimiento en ventas que varía entre un 18% y 21%; este crecimiento se sustentará en la apertura, ampliación y remodelación de tiendas y la consolidación del manejo por categorías. Además se optimizará el uso de recursos de la empresa; procurando no afectar a los resultados por acción presentados en el año 2011.

El plan de acción para este año contiene las siguientes iniciativas:

- Implementación del nuevo software del Punto de Venta
- Implementación del nuevo software de CRM.
- Redefinición del manejo de la Tarjeta Marathon Card.
- Adopción del Programa Internacional Friedman en técnicas de venta.
- Compra de los conceptos TAF y Xploit.
- Cierre de almacenes con menor aporte a la rentabilidad de la compañía.





superdeporte S.A.



CONCESIONARIOS DE marathon

Como Gerente General de Superdeporte S.A., acepto las recomendaciones planteadas por el Directorio sobre el destino de las utilidades del 2011.

Como vemos estimados accionistas, se nos presenta un futuro pleno de desafíos, en el que todos los que formamos parte de esta compañía, estamos llamados a desempeñar un papel fundamental, para que Superdeporte siga siendo un ejemplo de gestión empresarial y un aporte significativo de valores para la sociedad.


Fernando Corral Jiménez
Gerente General

