

INFORME DE ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA DECORACIONES JAVU S.A. POR EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2006

Entorno del País.-

El ambiente de desgobierno tan criticado del Dr. Alfredo Palacio continuó durante todo el 2006, año en el que se vieron varios cambios en su gabinete, sin ningún giro importante para el país. La indiferencia de los empresarios e industriales a los sucesos políticos del país ha sido cada vez más notoria. Un hecho negativo e importante que se dio en el año terminado, fue la cancelación del contrato con la petrolera OXY, la cual provocó la interrupción definitiva de las negociaciones del TLC, lo que perjudica el futuro económico del país en el ámbito comercial internacional.

Fue un año electoral en que se evidenció la desconfianza del pueblo en los partidos tradicionales. El ganador de las elecciones fue el Econ. Rafael Correa con una clara orientación de izquierda, y agresivos planteamientos sobre la política internacional, lo cual repercutió de manera inmediata en un incremento importante en la calificación de riesgo país.

A pesar de la crisis política, la dolarización nos ha permitido contar con un ambiente económico estable, esto, sumado al alto precio del petróleo ha permitió al sector público cubrir sus obligaciones, pero es evidente que en caso de darse una baja en el precio del crudo, el gobierno tendrá una grave crisis de presupuesto. Por las razones expuestas, el PIB creció en 4,3% . La inflación se ubicó en el 2,87%, lo que denota un alza versus 2,30% en el 2005 .

El principal problema del nuevo gobernante va a ser el enfrentar sus ofrecimientos de campaña, ante un pueblo riguroso, que espera se cumplan sus promesas. 2007 es un año incierto, con una crisis grave de institucionalidad y



severos enfrentamientos políticos. El presidente ha demostrado una actitud de confrontación con quien no piense como él, por lo que ya se ha ganado la enemistad de importantes sectores del país. Nos enfrentamos a una nueva etapa de crisis política, perjudicial para la inversión que el país necesita. Sin embargo confiamos que la indiferencia evidente que los ecuatorianos hemos desarrollado ante las crisis políticas en los últimos años, permitan que no se alteren los hábitos de consumo de los ecuatorianos, lo cual será posible mientras el gobierno no intervenga en el libre desempeño de la empresa privada.

La Empresa en el 2006.-

En el año 2006 nos concentramos principalmente en la planificación y ejecución de una nueva tienda en Quito, la misma que inició su operación en el mes de Noviembre.

Para la apertura de esta nueva tienda, fue necesario una importante inversión en Mejoras del Local por un total de US\$ 73.003, para lo que la empresa aportó con US\$ 26.786 . El saldo fue cubierto por los socios Ma. Luisa Barahona y Mauricio Ordoñez quienes por este concepto aportaron como préstamo a la empresa US\$ 24.285 y US\$ 21.931 respectivamente.

Por otro parte y con el propósito de abastecer a la empresa de un inventario sólido para enfrentar la apertura del nuevo local en Quito con la cantidad de muebles y accesorios necesaria, la empresa adquirió un préstamo temporal de US\$ 46.661 de María Luisa Barahona, el mismo que deberá ser cancelado en el transcurso del año 2007.

Con estas transacciones se hizo posible la apertura del 2do local de la empresa, ubicado en la Av. Coruña 1609 y Manuel Iturrey (Esq.) con 3 plantas de exhibición y venta de muebles y accesorios. Para la operación de dicho local contratamos a 2 vendedoras, y evaluaremos con el tiempo, si es necesario una tercera persona.



Fue en general un año inestable, con altos y bajos en el consumo.

Ventas.-

Las Ventas Netas del local Cumbayá en el 2006 fueron de US\$ 263.338 versus US\$ 269.951 en el 2005. Esto implica un incumplimiento en el crecimiento presupuestado, que para esa tienda fue del 15% anual. En realidad tuvimos un decrecimiento en ventas del 2 %, que sumado al índice de inflación del 2,87% equivale a una perdida real de 4,87 puntos. Consideramos que nuestra apreciación sobre el mercado de Cumbayá fue sobre-estimado cuando establecimos tal crecimiento, y sentimos que a futuro no tenemos una proyección de crecimiento importante porque hemos podido establecer que hemos perdido un significativo grupo de clientes que residen en la ciudad de Quito y que ahora acudirán al local ubicado en la Av. Coruña. El mes de Diciembre, fue especialmente malo para este local con ventas de US\$10.470 en el 2006 versus US\$ 32.219 en el 2005. Parte de esta baja en ventas se debe precisamente a la apertura del local Coruña que capto ventas de viejos clientes nuestros que antes acudían a Cumbayá. Diciembre del 2006 ha tenido el peor desempeño de este mes, desde la apertura de la tienda en el año 2003.

Referencia Anexo # 1

En lo que se refiere a las ventas netas totales, incluyendo las ventas de Noviembre y Diciembre del local Coruña, el total es de US\$ 327.253, es decir las ventas del local Coruña en el 2006 fueron de US\$ 63.914

Referencia PyG . Nota 11

El mes de Diciembre no cumplió las expectativas que teníamos en ninguno de los dos locales, y confiamos en que esto se dio debido al nerviosismo generado en nuestro segmento consumidor por los resultados políticos y las primeras declaraciones del para entonces presidente electo.



Con el crecimiento de la línea Zientte y la introducción de los nuevos productos importados, el balance del las ventas de productos nacionales versus los productos importados se ha mantenido con la misma tendencia presentada en el año 2005, con un peso ahora de 9% en los productos nacionales y 91% en los productos importados.

Costo de Ventas.-

En el año 2006 el costo de ventas fue del 50,69% versus el 48,54% del año 2005. Lo que quiere decir que perdimos 2,15 puntos en este rubro, lo que se podría explicar por un diferente mix de ventas o la otorgación de mayores descuentos.

Referencia Anexo # 2.

Gastos del local.-

En cuanto al total de gastos del local Cumbayá frente a sus ventas, este fue del 39,21%, cercano al resultado del año 2005 que fue del 38,80% .

Referencia Anexo # 3

Por su parte, el local Coruña presenta un total de gastos del local del local frente a sus ventas del 29,44%. El resultado general de los 2 locales es de 37,30%.

El rubro más fuerte dentro de los gastos lo constituyen el rubro Bono Meta en ventas de 4,67% y el rubro conformado por todos los pagos de nómina que suma 16,06% que juntos bordean el 20,73%. Si bien los sueldos son relativamente fijos al menos en la parte administrativa y los podremos de alguna manera contrarrestar con el incremento en ventas totales con la apertura del nuevo local; el bono por cumplimiento de ventas es variable, y seguirá teniendo un peso importante, ya que nos es difícil conseguir personal de las características del que tenemos por menores ingresos. Referencia Anexo # 4



El gasto publicitario del año 2006 fue del 5,37%. Mantuvimos nuestras publicaciones en las revistas Cosas, Caras y eventualmente en Tules y Novias. Imprimimos 40.000 insertos en Colombia, de la colección de muebles Zientte 2006, los mismos que fueron distribuidos por diversas vías. La marca ha venido creciendo de manera significativa, y ya hemos tenido contacto con varios medios de prensa escrita y televisión que nos han pedido material a nivel de reportajes para publicar en sus medios, a cambio de darnos el crédito respectivo.

Gastos Financieros.-

En lo que se refiere a los gastos financieros, las comisiones a tarjetas de crédito representan el 3,28%, que comparado en años pasados ha venido subiendo consistentemente:

2005 : 3,06%

2004 : 2,67%

El mes de diciembre del 2006, fue especialmente notorio en cuanto a la utilización de tarjetas de crédito, ya que pagamos por comisiones un valor equivalente al 5,69% de las ventas totales, lo que nos hace pensar que la mayoría de las transacciones de este mes fueron realizadas por tarjeta de crédito debido al alto nivel de endeudamiento de nuestros clientes en este mes.

Otro gasto importante es el generado por los intereses a los accionistas sobre el monto que estos prestaran a la empresa para su operación.

El total del Gasto financiero sobre ventas para el año 2006 fue del 7,66% versus 7,85% en el 2005.

Referencia Anexo # 4

MB.

Otros gastos.-

Aquí ubicamos las regalías que pagamos a la empresa COLDISEÑO por uso de marca Zientte, y que equivale al 2% de las ventas de los productos de esta marca. En este año se pagó un valor de US\$ 3.949, versus el 2005 con un valor de US\$ 3.550 por este concepto. La diferencia básicamente está en el incremento de las ventas de esta línea.

Adicionalmente, dentro de este grupo de gastos, tenemos diferencias en inventario. Dimos de baja este año 2 juegos de sala a un costo de US\$ 2.314, las mismas que fueron robadas en un envío a la ciudad de Cuenca y no tuvimos ninguna respuesta de la compañía de transporte.

El total de Otros gastos equivale al 1,77% de las ventas.

Referencia Anexo # 4

Resultados.-

Al cierre de año, el Activo Corriente de la empresa fue de US\$ 209.338 dólares de los cuales tenemos en inventario US\$ 128.992 dólares. De este valor de inventario, US\$ 5.183 dólares es mercadería a consignación. Otro rubro importante en el Activo Corriente es la cuenta Caja – Bancos, con un valor de US\$ 44.172 dólares.

En lo que se refiere al Pasivo Corriente, en la cuenta Proveedores tenemos US\$ 32.268 dólares, y el monto refleja cuentas que debemos pagar todas a corto plazo.

El principal rubro en el Pasivo, es la cuenta Préstamo Accionistas con US\$ 249.347 dólares, donde se incluye el préstamo realizado este año por los socios María Luisa Barahona y Mauricio Ordoñez, con el fin de proporcionarle la liquidez que la empresa necesitaba para iniciar la operación de su segundo local.



La operación del negocio dio como resultado una utilidad en el ejercicio de US\$ 8.661,06 dólares antes de impuestos (2,65% sobre ventas netas), y una utilidad neta de US\$ 5.841,72 dólares (1,79% sobre ventas netas).

El año 2007.-

Confiando en que el caótico panorama político no intervenga de manera importante en el mercado consumidor, hemos previsto un crecimiento en ventas del 5 % para el local de Cumbayá. Para esto vamos a evaluar el personal que está atendiendo en esta tienda, y buscar una reubicación, o una nueva contratación de una vendedora que nos permita rescatar el potencial de ventas que estimamos tiene este local. Este año, es clave para definir la permanencia de este local, que deberá recuperar, mantener y superar los niveles de ventas logrados en el año 2005 y 2006.

Este año la asistencia administrativa va a salir del local de Cumbayá y se reubicará esta oficina en la oficina pequeña ubicada en el tercer piso del local de la Coruña, con lo que buscamos mayor eficiencia en su trabajo, y una mejor relación con nuestros proveedores.

Con respecto al local Coruña, hemos establecido una meta de ventas de US\$ 35.000 dólares mensuales.

Para lograr estos objetivos trabajaremos con 2 vendedoras en el local de Cumbayá y 2 vendedores en el local de Quito, más una vendedora tiempo parcial que colabore los días sábados.

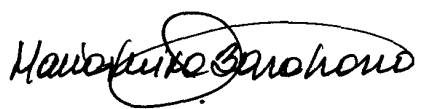
Hemos comprado un sistema de computación para manejar inventarios y ventas, en el que estamos trabajando y esperamos culminar su implementación para mediados de Marzo.

Tenemos previsto un alza en los costos de los muebles de COLDISEÑO – Colombia, la misma que deberemos enfrentar a su vez con un alza en los precios de venta al público en nuestros locales. Sin embargo el tema debe ser manejado con el debido cuidado, ya que nos encontramos ubicados en el segmento más alto de precios de mercado.



Continuaremos con los planes de mercadeo que hemos venido ejecutando y tenemos 16 publicaciones en revistas que llegan a nuestro grupo objetivo, en el transcurso del año. Vamos a seguir trabajando en el fortalecimiento de nuestra marca y sus valores de calidad y servicio inigualables, ya que vemos que cada día son más el número de mueblerías que copian los modelos de Zientte y pretenden presentar al mercado nuestros muebles a menores precios.

Nuestra propuesta en cuanto a las utilidades acumulados de los años pasados es la total capitalización de las mismas, que suman US\$ 12.071,05 dólares con el fin de fortalecer el capital social de la empresa, el mismo que debemos incrementarlo a US\$ 60.000 con un aporte de los socios por la diferencia, ya que a pesar del buen desempeño de la empresa, la situación de patrimonio ha venido siendo un impedimento para la solicitud de crédito o de cualquier transacción financiera importante, lo que hasta la fecha nos ha obligado a los socios a respaldar a la empresa en transacciones que deberían ser cubiertas por una entidad bancaria.


GERENTE GENERAL.