

## INFORME DE GERENTE DE CENTROS COMERCIALES DEL ECUADOR C.A., A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS, POR EL EJERCICIO ECONÓMICO AÑO 2018

### ENTORNO ECONÓMICO:

En el 2018 el crecimiento de la economía del Ecuador se desaceleró, del 1.3 % en el primer trimestre, llegando al **1% para el año completo**, frente a un 2.4% del 2017. Esta desaceleración del crecimiento económico está determinada en gran parte, por el efecto de la consolidación fiscal presente en este año, que se tradujo en la disminución del gasto público en capital, para lograr una reducción del 2.3% del gasto total del sector público no financiero. Esta desaceleración también se debió a la contracción moderada de la producción petrolera en -3.1%, dentro de un contexto internacional adverso, con mayor volatilidad financiera, aumentos de tasa por parte de la Reserva Federal de los Estados Unidos y un aumento del riesgo país a partir de marzo del 2018.

El endeudamiento externo por parte del Estado mostró un incremento moderado en el 2018, que para este año se situó en el 44.8% del PIB, según datos del Banco Central.

La inflación de precios al consumidor tuvo un punto de inflexión en agosto del 2018 de modo que se revirtió la tendencia decreciente que venía dándose. Como resultado, el Índice de Precios al Consumidor registró en septiembre una variación anual del 0.23%, con lo que concluyó una deflación de 11 meses, según datos del INEC (boletín técnico IPC No. 01-2019-IPC))

El salario básico unificado aumentó un 2.3% en términos reales con respecto al 2017, incremento por encima de la inflación - 0.09%, que provocó que éste suba en términos reales para los trabajadores que contaban con un empleo adecuado; pero, incrementa el número de personas que, al perder su empleo, deben ir a la informalidad. A diciembre del 2018 el empleo adecuado se contrajo y representó el 40.65 % de la PEA, mientras que en el 2014 era de 49.3% y el empleo inadecuado creció al 55.7% de la PEA en el 2018, mientras en el 2014 se situaba en el 53.1%. Esto se debió a que la economía todavía atravesaba un proceso de corrección, luego de haberse agotado los recursos de política monetaria y fiscal expansiva del gobierno anterior, según datos del INEC, en el Análisis Semanal del 30.01.2019. La tasa de desempleo se ubicó en el 3.7%, con mayor impacto a nivel urbano.

El gasto de consumo final del Gobierno registró un incremento interanual del 3.9% en el 2018, determinado por un crecimiento del gasto tanto en sueldos como en compra de servicios y bienes; mientras que el gasto del consumo final de los hogares fue de 3.3%, en razón del aumento del número de operaciones destinadas al crédito de consumo ordinario y por un dinamismo de las remesas familiares, que se dio en especial en el segundo semestre, provenientes de EEUU, España e Italia; lo que determinó, un mayor consumo de productos locales e importados y un crecimiento de 3.3% de la actividad económica del comercio al por mayor y menor, con una contribución de 0.34% a la variación interanual del PIB.

El Gobierno plantea en su **Plan de Prosperidad para el 2019** que la austeridad y priorización de los gastos será su estrategia para el ajuste macroeconómico, para la reducción del peso que representa el endeudamiento para la economía y para el equilibrio del sector externo, a través de

un acuerdo con el FMI, que contemplará cuatro acciones: **equilibrio de la masa salarial, optimización cuidadosa y gradual de los subsidios a los combustibles, priorización de los gastos de capital, bienes y servicios y una reforma fiscal.**

Adicionalmente el FMI recomienda una menor rigidez en las normas de trabajo, lo que permitirá una mejor productividad y facilitará la reducción del mercado informal.

Según el informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) presentado en diciembre del 2018, la economía del Ecuador crecerá en **0.9% para el 2019**, teniendo el peor desempeño en la zona, después de Venezuela y Argentina que descenderán en -10% y - 1.8 % respectivamente. Afirma también en el referido documento la CEPAL que el 2019 se vislumbra como un período en el que las incertidumbres económicas mundiales serán mayores y provenientes de diferentes frentes, **por lo que proyecta que la región crecerá sólo el 1.7% para el 2019.**

#### **CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS:**

A pesar de un escenario caracterizado por desequilibrios e incertidumbres económicas y políticas **CENTROS COMERCIALES DEL ECUADOR C.A** en el 2018 continuó su estrategia de inversión en el Centro Comercial, convencido de que es la única forma de seguir siendo un referente dentro del mercado, lo que conllevó una mejora continua en diferentes aspectos.

#### **ACTIVIDADES DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL**

La estrategia comercial estuvo enfocada a la reestructura de la oferta comercial, que incluyó la ampliación de actividades existentes, reubicación de algunas de éstas y el ingreso de nuevas marcas, acordes a los requerimientos actuales del mercado y a la satisfacción de necesidades de nuestros clientes, en áreas de entretenimientos, comida y servicios; lo que determinó en el 2018 un incremento del **24%** en los ingresos, con respeto al 2017.

El 20 de enero del 2018 se abrió el nuevo Patio de Comidas, con una afectación muy positiva en el tráfico de nuestros clientes, debido a las diversas alternativas de kioscos y restaurantes como Crepes & Waffles y Kobe, los cuales complementaron la oferta de comida existente en los locales exteriores del Centro Comercial, como KFC, Casa Res, Pollo Campero, Burguer King, etc.

En este año también ingresaron las siguientes actividades: Bubble Gummers, Office Cubo, Etnia Cosmetics, Machler, Polimundo, Crudite By Coco Limón, Zencity, Crepería del Mediodía, Vaco y Vaca, Pycca, D&Bond y Vanitex Joyería y en mayo Hamburguesas del Corral en el Patio de Comidas. También se incrementaron las opciones en la zona de los cajeros express con el Banco de Loja.

#### **ACTIVIDADES DE MARKETING**

La gestión de Marketing en el 2018 estuvo dirigida a desarrollar estrategias de mercadeo que conlleven el incremento del tráfico al Centro Comercial y el impulso de las ventas y a conceptualizar las campañas publicitarias y de comunicación, dirigidas a nuestro multi-target.

Dentro del primer semestre se implementaron campañas como: **SALDOS: AÑO NUEVO TODO NUEVO, SAN VALENTÍN: AMOVERNOS EN MOTO, MUJER: TUS COMPRAS TE REGALAN MAS COMPRAS, FAMILIA: COMPRA GANA Y DISFRUTA EN FAMILIA.** De las cuales debemos destacar la **CAMPAÑA FAMILIA**, con el sorteo de un auto **HYUNDAI** del año, que tuvo una gran aceptación por parte de nuestros clientes.

Una activación que debemos resaltar en este semestre fue la del **DÍA DE NIÑO**, que sobrepasó las expectativas de asistencia al Patio de Comidas con más de 8.000 personas durante el día y un tráfico muy importante en todo el Centro Comercial.

En el segundo semestre se lanzaron campañas como la del **MUNDIAL : METE GOL GANA EN CCI** y en **VERANO Y REGRESO A CLASES: CCI TE LLEVA AL CIRQUE DU SOLEIL; BLACK FRIDAY: EN CCI BLACK FRIDAY ES BLACK WEEKEND; HALLOWEEN** en Octubre y en el **ANIVERSARIO: EN CCI ESTAMOS DE ANIVERSARIO**, a finales de Noviembre; **NOCHE DINERS** y **NAVIDAD: VIVE UNA NAVIDAD CCI**, destacándose la **CAMPAÑA ANIVERSARIO** en la que se regaló un **Renault Twitzy** que generó una gran expectativa y la **CAMPAÑA de NAVIDAD**, en la que se sorteó un **KIA SORENTO** que impulsó a realizar las compras para la participación en este sorteo, dentro de un ambiente cálido y mágico muy acorde a estas festividades.

Como otro logro importante para el Centro Comercial fue la inauguración del **CLUB GASTRO CCI**, creado para captar nuevos consumidores que gustan de las experiencias culinarias, artísticas y culturales, fortaleciendo de esta manera nuestro posicionamiento en el mundo del entretenimiento.

## **ARQUITECTURA, DISEÑO Y MANTENIMIENTO**

En el 2018 la gestión de este Departamento estuvo orientada a continuar una serie de remodelaciones en curso y a desarrollar otras, en las áreas en las que no se habían intervenido en muchos años.

A la inauguración del Patio de Comidas en enero del 2018, le siguió en importancia la apertura de la Plaza Amazonas, donde se encuentra PYCCA, Vaco y Vaca y Juan Valdez, que abrieron sus puertas en los meses de Mayo y Junio; para lo cual, se intervino en las áreas comunales con el mismo concepto moderno de diseño del Patio de Comidas, habilitando nuevas baterías sanitarias, cambiando la cubierta de vidrio, las escaleras eléctricas y los dos ascensores junto a Supermaxi, incluyendo una parada adicional en el piso de las oficinas, que también fueron remodeladas. En paralelo a estos trabajos, se coordinó la reconstrucción total del local de Supermaxi, actividad que implementó su nueva imagen y constituyó un aporte para el Centro Comercial.

Para mediados de este año, también es importante mencionar que se implementó el sistema nuevo de supresión de incendios en Subsuelo y Planta Baja, complementado con el sistema de supresión de incendios y rociadores en el Patio de Comidas y la construcción de gradas de emergencia, según requerimientos de Bomberos, obteniendo con esto, la aprobación definitiva de esta Institución. Dentro del mantenimiento eléctrico, cabe mencionar que a diciembre del 2018 se completó el 90% del cambio de la iluminación a tecnología LED dentro del Centro Comercial, lo que conllevará a un ahorro en el consumo de este servicio y en reposición de piezas.

Otro aspecto significativo, fue la implementación de la FASE 1 de la remodelación del Sistema Eléctrico del Centro Comercial, que exigió el cambio de transformadores, tableros de medidores y la remodelación de las cámaras de transformación, debido a la obsolescencia y vida útil de dichos equipos e instalaciones; además, con el fin de acoplarse a la nueva normativa, que exige la Empresa Eléctrica.

Para el tercer trimestre, se intervino la fachada del Centro Comercial, incorporando elementos que dieron sobriedad a la imagen del edificio y orden en los elementos publicitarios, incorporando la rotulación corporativa, que incluye la del Patio de Comidas, cumpliendo con la ordenanza Metropolitana de publicidad vigente.

Para noviembre se concluyó las instalaciones de la cocina para el Club Gastro CCI, ubicado en el mezanine del Patio de Comidas, este espacio se integró con el diseño de una cocina moderna en donde también se utilizaron elementos reciclados de las primeras estructuras decorativas del Centro Comercial, dándole con esto, un carácter *vanguardista*.

## **CONCLUSIONES**

El modelo de negocio de los Centros comerciales está vigente en nuestros países, a diferencia de la realidad de Europa y de gran parte de los EEUU, por lo que debemos dirigir la inversión hacia nuevas alternativas dentro de las cuales el entretenimiento, comida y servicios son fundamentales, para que los visitantes puedan hacer de su estancia en los centros comerciales su lugar de destino y de satisfacción de una gama extensa de actividades y experiencias emocionales, sociales y experimentales.

Los centros comerciales pueden capitalizar la máxima necesidad de interacción humana, que no puede ser proporcionada en línea, por lo que la calidad, creatividad, autenticidad y coherencia son los principios básicos de los cuales se derivan todas las experiencias exitosas y constituye nuestro mayor reto para los próximos años.

## **MARCO LEGAL**

La compañía ha cumplido con sus obligaciones comerciales y fiscales enmarcadas dentro del respeto a las leyes y reglamentos, lo que nos ha permitido mantener una alta credibilidad empresarial.

Centros Comerciales del Ecuador C.A., ha cumplido con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor que establece la legislación ecuatoriana.

La Administración ha dado cumplimiento a las disposiciones tomadas por la Junta General de Accionistas, así como las resoluciones tomadas por las Juntas de Directorio de la Compañía.

## **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA:**

Los estados financieros de la Compañía Centros Comerciales del Ecuador C.A., han sido preparados de acuerdo con las Norma Internacionales de Información Financiera, (NIIF).

El Balance General al 31 de diciembre de 2018 presenta en sus activos un total de \$25'156.647, un aumento del 4% con respecto al año 2017. El activo corriente es de \$5'671.040 que representa un 23% del total de activos. Dentro del activo corriente tenemos efectivo y equivalentes de efectivo \$2'263.554, la cuenta inversiones por \$2'306.594, la cuenta clientes por \$317.190, la cuenta relacionadas con \$585.093, no relacionadas \$63.162, pagos anticipados por \$41.519, e impuestos corrientes por \$93.927, El activo no corriente es \$19'485.607, que representa el 77% del activo total; dentro del activo no corriente se refleja la cuenta propiedad, planta y equipo (Neto) por \$12'054.761, cuenta por cobrar relacionadas por \$1'633.655, inversiones locales ascienden a \$1'855.671, e inversiones del exterior por \$3'941.520.

El total del pasivo es de \$6'886.913, tiene un incremento del 3% respecto al año anterior. El pasivo corriente es de \$3'499.906, que representa el 51% del pasivo total, compuesto por proveedores con \$606.407, obligaciones financieras corto plazo con \$926.374, Provisiones por \$109.401, Impuestos por pagar \$440.249, beneficios empleados por pagar \$536.549, ingresos diferidos \$672.342, otras obligaciones por pagar corto plazo por \$208.585. Los pasivos no corrientes son \$3'387.007, compuestos por obligaciones financieras largo plazo \$264.751. La cuenta otros pasivos largo plazo de \$3'122.256, está compuesta por: provisión beneficios empleados, ingresos diferidos e impuestos diferidos.

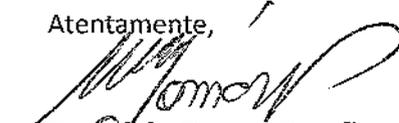
El patrimonio de la compañía de \$18'269.735, compuesto por, con un capital social de \$300.000, reserva legal \$155.729, reserva facultativa por \$1'697.886, otros resultados integrales por \$3'976.534, reservas de capital \$7'161.791, resultados acumulados por \$3'290.286, utilidad neta del ejercicio por el valor de \$1'687.509.

El balance de resultados del periodo refleja ingresos totales por \$10'648.627 correspondientes a concesión, mantenimiento, marketing y servicios generales, un incremento del 24% en relación con el año anterior. Los gastos totales son \$7'719.890, tienen un incremento del 23%. La utilidad antes de participaciones e impuestos es de \$2'928.737; que comparado con el año 2017 tiene un incremento del 26%.

Debo resaltar que la actividad integral del Centro Comercial ha sido fruto de un trabajo en equipo de todas las Áreas, por lo agradezco a cada una y de forma particular a aquellas cuyo desempeño están inmersas en todas las demás y que nos han permitido llegar a la consecución de los objetivos, como el Área **Legal, Contable, Financiera, de Administración y Operación, Sistemas y de Auditoría**, presentes en todos los procesos.

Para concluir, quiero expresar mi agradecimiento por el respaldo y confianza de los señores Directores, Accionistas y por la colaboración de los locatarios del Centro Comercial en todos los proyectos emprendidos en este año.

Atentamente,



**Eco. Ligia Gomez Proaño**  
**GERENTE GENERAL**