

## INFORME DE GERENCIA AÑO 2014 DE CALZACUERO C.A.

### I.- Perspectivas 2015

En 2014, se mantuvo la desaceleración de la actividad económica mostrada en Ecuador durante los últimos 3 años, logrando solo un incremento del PIB del 4% (frente a un 4,5% en 2013 y un 5,2% en 2012), como consecuencia del menor crecimiento de la inversión y del consumo privado, así como del menor dinamismo del consumo público. Por su parte, el aumento del volumen exportado, debido al repunte de la producción de petróleo y, en mayor medida, del banano, el cacao y el camarón, contrarrestó esta tendencia.

En 2014, la política fiscal mantuvo un carácter menos expansivo que en años anteriores. De acuerdo a los datos disponibles, el gasto del gobierno central creció un 4%, frente a un alza del 17,1% de 2013 con relación a 2012

Para el 2015, se calcula una expansión del PIB en torno al 3,5% para Ecuador, crecimiento afectado por un valor del barril de petróleo en torno al 60 usd elemento fundamental para el ingreso del país y por lo tanto para el dinamismo de la economía. Sin embargo frente a las bajas estimaciones de crecimiento de América latina, entorno al 2%, sigue siendo una economía que continua avanzando.

### II.- Planes de Crecimiento para 2015

En el año 2014 hemos continuado creciendo incorporando cuatro nuevas tienda a nuestra cadena lo que nos permitió terminar con un aumento en las ventas totales del Retail cercano al 30%, aun cuando en tiendas comparables las ventas se mantuvieron planas. Para el caso de nuestra venta por mayor con la marca Bubblegummers hemos caído en 4% las ventas comparativas con relación a 2013 debido a problemas de abastecimiento de parte nuestro principal proveedor, pero visualizamos que sigue existiendo una importante demanda sobre la marca. Finalmente nuestro negocio de Bata Industrials se mantuvo plano producto de que el aumento en el rango de precio en cuero importado proveniente de China ha sido lentamente

aceptado en la medida que los clientes han ido probando los nuevos calzados con mayores beneficios.

Para el 2015 nuestros principales planes estarán enfocados:

1. Seguir extendiendo la cadena de Tiendas buscando ubicaciones en las principales ciudades del país con población superior a 150 mil habitantes que actualmente no cuentan con una tienda Bata, sin perdernos que nuestra idea es seguir privilegiando Quito y Guayaquil, donde todavía encontramos que existen oportunidades de crecimiento al llegar a nuevos lugares de compra de nuestros clientes.
2. Fortaleceremos nuestros procesos de selección y reclutamiento para continuar llenando los puestos que se generan propio del crecimiento que sigue experimentando la Compañía. El área que recibirán mayor soporte para nuevas contrataciones seguirá siendo el Retail, incorporando directamente personal para las nuevas tiendas planificadas para 2015.
3. Consolidación del equipo de compras en Ecuador para entregar a nuestros clientes las mejores oportunidades de compra en calzado provenientes de diferentes partes del mundo, todo bajo los estándares de calidad Bata y siguiendo nuestra misión que es proveer excelente calzado accesible para todo el mundo.
4. El canal de Ventas Industriales continuara complementando la oferta de producto en calzado de cuero, con nuevo modelaje y atendiendo a nuevos consumidores que requieren un producto certificado internacionalmente, que proteja el pie durante su jornada de trabajo pero que al mismo tiempo entregue altos beneficios de confort.
5. La Ventas Mayoristas de la marca Bubblegummers seguirán creciendo fuertemente debido a nuevas líneas que complementan nuestra oferta tradicional de calzado para niños y recuperando la atención directa del segmento Grandes Cadenas con un mejor servicio de abastecimiento. Las cadenas son de gran interés para Calzacuero ya que permiten una rápida cobertura del mercado por los numerosos puntos de venta asociados y un menor riesgo en la recuperación de la cartera.

6. Consolidaremos el nivel de servicio para nuestras Tiendas y Cliente Mayorista a través de una alianza estratégica con nuestro proveedor de Servicios Logísticos, que después de un año de trabajo cada día conoce mejor nuestros requerimientos de Tiendas propias y de nuestros clientes mayoristas, agregando mayor valor a través de la cadena de abastecimiento.

En resumen el plan del 2015 no cambia de la orientación de los últimos años y continúa siendo un plan expansivo en los tres canales comerciales Retail, Industrial y Ventas por Mayor de manera de lograr una mayor participación del mercado de Ecuador atendiendo a diferentes tipos de consumidores a través de todo el país.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Patricio Espinoza Urrutia', is written over the typed name and title.

Patricio Espinoza Urrutia  
Gerente General