

I.- Situación 2016

Durante este año se ha profundizado la desaceleración de la actividad económica en Ecuador producto de la falta de liquidez del mercado generada por la incapacidad del gobierno de responder frente a sus obligaciones, una fuerte reducción de la inversión pública y al mismo tiempo una enorme incertidumbre económica producto de la incorporación de nuevos impuestos. Paralelamente en 2016 se ha vivido con niveles de inflación muy bajos producto de las permanentes liquidaciones de existencias en el mercado como reacción a la contracción de la demanda y con el fin de darle liquidez a las empresas, lo que finalmente desencadena un crecimiento negativo de cinco trimestres del PIB alcanzando un estimado anual de -1,7% para 2016.

La inclusión en el mes de marzo de 2015 de nuevas salvaguardas, vigentes durante todo el año 2016, mantiene el incremento del costo en la compra de la mercadería importada, costos que a la fecha no es posible traspasar al consumidor lo que ha generado un fuerte deterioro de los márgenes de comercialización.

Por el lado de la venta en el año 2016 hemos decrecido en todas las áreas de negocios de la Compañía. Las ventas totales del Retail alcanzaron 82% del 2015 mostrando la dura realidad en la caída del consumo producto de la recesión existente, efectos del terremoto e incremento de los puntos en el IVA. Para el caso de nuestra venta por mayor la incorporación de nuevas marcas como son Power, N Star a la ya consolidada marca Bubblegummers ha permitido reducir el decrecimiento a solo de 4%, que con una mayor concentración de las compras en productos de primer precio logró un incremento de 7% en grossprofit. Finalmente nuestro negocio de calzado Industrial, fue el más afectado ya que el segmento Industrial y especialmente el petroero es de los de mayor contracción lo que unido a la falta de competitividad de nuestros productos por mayores costos a la importación se produjo una fuerte caída de ventas. Sin duda los menores ingresos de las empresas en la economía también

generaron una reducción en la demanda en unidades y valores de consumo para las dotaciones de calzado del personal.

II.- Planes de Crecimiento para 2017

Para el 2017, se visualiza para el país un importante gap en la estimación de la expansión del PIB, dependiendo de la institución que realiza los cálculos moviéndose esta en torno a +0,5% y -1,8%, cifra que depende fundamentalmente de la elección presidencial y de una estimación del valor del barril de petróleo en torno al 40usd, elemento fundamental para el ingreso del país y por lo tanto para el dinamismo de la economía.

Con este entorno para el 2017 nuestros principales planes estarán enfocados:

Lograr un crecimiento con las actuales 15 Tiendas Comparables fortaleciendo los abastecimientos que nos han permitido en 2016 entregar un mix de producto en calzados con tendencias actualizadas y precios competitivos. Al mismo tiempo incorporaremos para todo el personal de Tiendas incentivos mensuales con el fin de focalizar a todos sobre los cumplimiento de las metas de crecimientos.

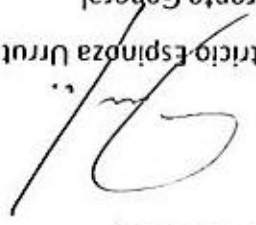
1. Desarrollo e implementación de un plan de comunicación permanente focalizado en medios digitales con el objetivo de generar mayor tráfico a las Tiendas y fortalecer la imagen de las principales marcas de la Compañía.

2. El canal de Ventas Industriales seguirá su estrategia de generar una oferta de calzado de cuero adecuada para el mercado local, con modelaje y rangos de precios competitivos de forma de poder entregar alternativas a los consumidores que requieren un producto certificado internacionalmente, que proteja el pie durante su jornada de trabajo pero que al mismo tiempo entregue beneficios de confort.

3. La Ventas Mayoristas de las marcas Bubblegummers, Power y N Star se enfocará en consolidar el trabajo con el segmento Grandes Cadenas con un mejor servicio de abastecimiento y frecuente recambio de colecciones.

Finalmente el plan del 2017 se enfocara en volver a lograr un crecimiento en todos los canales con rentabilidad de manera de volver a la senda de un negocio con resultados positivos que continúen dándole solidez a la Compañía.

Atentamente,


Patricia Espinoza Urrutia
Gerente General