

I.- Situación 2017

El año 2017 inicio con una lenta actividad económica lo que se prolongó durante los tres primeros trimestres producto de la falta de liquidez del mercado generada por la incapacidad del gobierno de responder frente a sus obligaciones, reducción de la inversión pública y la incertidumbre asociada al cambio de gobierno de mayo 2017. Este periodo de prolongación de la caída en la demanda implicó niveles de inflación muy bajos, incluso negativos durante varios meses, alcanzado -0,2% anual en este importante indicador. Al mismo tiempo y como respuesta de la baja demanda se mantuvo el escenario con permanentes liquidaciones de existencias en el mercado con el fin de darle liquidez a las empresas, lo que finalmente prolongo el escenario vivido en 2016 durante esta primera parte del año. En esta situación de fuerte competencia y agresivas reducción de precios el último trimestre 2017 presentó un cambio positivo en la actividad económica de la mano de una leve recuperación en la demanda.

Para Calzacuero el año 2017 fue un año en que el cambio en la estrategia de la estructuración de las colecciones y la definición de nuevos abastecimientos realizado durante 2016 recibió una muy buena acogida por nuestros clientes empujando a todos los canales de comercialización a un crecimiento en las ventas. El Retail alcanzó 24% de crecimiento en ventas sobre 2016, para el caso de Venta por Mayor el crecimiento fue de 26% y finalmente nuestro negocio de calzado Industrial, el más afectado ya que el segmento industrial y especialmente el petrolero ha sido de los de mayor contracción, logró un marginal 1% de ingresos por venta sobre 2016 pero definitivamente con un cambio en la tendencia después de dos años de permanente caída.

II.- Planes de Crecimiento para 2018

Para el 2018, se espera que la dinámica de los últimos tres meses del año 2017 se mantenga, aun cuando se visualiza para el país un importante gap en la estimación de la expansión del PIB, dependiendo de la institución que realiza los calculo moviéndose esta en torno a -0,5% y +1,2%, cifra que depende esencialmente de la acciones del nuevo gobierno para impulsar la economía y del comportamiento en el valor del barril de petróleo, ambos elementos fundamentales para el dinamismo de la economía.

Con este entorno nuestros principales planes para 2018 estarán enfocados:

Lograr en Retail un crecimiento de 12% con las 17 Tiendas que terminamos en 2017 y logrando 5 nuevas ubicaciones para nuestra marca Bata. En términos de colecciones se fortalecerán los

abastecimientos que nos han permitido en el año recién pasado entregar un mix de producto en calzados con tendencias actualizadas y precios competitivos. Al mismo tiempo continuaremos para todo el personal de Tiendas incentivos mensuales, estrategia muy exitosa el año recién pasado, que permite focalizar a todos sobre los cumplimiento de las metas de crecimientos.

Planes Adicionales

1. Renovado plan de comunicación en base a la estrategia Bata The Brand, 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. La inversión en comunicación crecerá en 14% en 2018.
2. El canal de Ventas Industriales retomará 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. El canal Industrial debe en 2018 recuperar fuertemente su participación de mercado por ello hemos planificado un 48% de crecimiento en ventas totales.
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. El objetivo es lograr 9% de crecimiento en las ventas mayoristas manteniendo un adecuado control de la cartera.

Finalmente el plan del 2018 se enfocara en lograr un fuerte crecimiento en Ventas y Rentabilidad en todos los canales de manera dar un fuerte empuje a una sólida y consistente expansión de la Compañía en Ecuador.

Atentamente,



Patricio Espinoza Urrutia
Gerente General