

# Informe de Gerencia General

## A los accionistas de Politapiz S.A.

---

Señores accionistas:

Dando cumplimiento a las disposiciones de la Ley de Compañías y de los Estatutos vigentes de ASTRA C.A. someto a su consideración el informe de Gerencia General correspondiente al ejercicio económico 2012.

### **ANTECEDENTES.-**

Mediante escritura celebrada en la ciudad de Quito, el 09 de abril del 2012 y registrada en la Notaría Vigésima Novena de este mismo cantón, se inscribe la constitución de la compañía POLITAPIZ S.A., con sede en la ciudad de Quito con un capital autorizado de USD\$. 2.000.00 y capital suscrito por 1.000 acciones de USD\$ 1.00 cada una. El Directorio de la compañía ASTRA C.A., en sesión celebrada el 14 de febrero del 2012, facultó al Gerente General para que suscriba el contrato constitutivo de la compañía POLITAPIZ S.A., con una participación accionaria del 99%.

El objetivo de la compañía relacionada ASTRA C.A., para la creación de POLITAPIZ S.A., forma parte de su política comercial en lo referente a variable Plaza/Cobertura, y es la de contar con distribuidoras o sucursales propias de la compañía ASTRA C.A., especialmente en la ciudad de Guayaquil, con el objetivo de reforzar las ventas, disponer de una estructura de comercialización y distribución similar a la estructura de ventas de PROQUINAL en Colombia, que cuenta con una cadena de distribuidores denominada Caipso, en la que interviene como socio en el negocio de la comercialización y a su vez se cuenta con retroalimentación, sobre nuevos productos que aparecen en el mercado, precios, políticas de ventas, baja de ventas en productos que se discontinúan por cambio de moda, etc.

La relacionada ASTRA tiene como estrategia comercial, que a través de Politapiz se cree un canal de distribución directo sin intermediarios, para acceder al mercado con precios preferenciales y adicionalmente que a través de este canal se introduzca al mercado nuevos productos que se está exportando, por tanto el margen de contribución es mínimo y en algunos casos no existe, porque el objetivo es posicionarse en el mercado.

ASTRA C.A., suscribió con el doctor Antonio Moncayo, un contrato de compra venta de inventarios y activos fijos del negocio denominado POLITAPIZ con fecha agosto del 2012, el monto total de la negociación ascendió a USDS\$81.273.50, en los que se incluye el valor del nombre comercial, a la fecha de presentación de este informe ASTRA ha cancelado todo el valor negociado.

## **SITUACION ACTUAL DE LA COMPAÑIA**

Los resultados obtenidos por POLITAPIZ S.A., en el periodo agosto a diciembre del 2012, fueron negativos por una pérdida de USDS 25.086.63, el 25% de las ventas netas del periodo analizado.

La razón básica, para la obtención de estos resultados, es el no haber logrado un volumen de ventas suficiente para absorber los costos y gastos fijos de los 2 almacenes, puesto que el costo de ventas representó el 87% y los gastos operacionales el 36% de las ventas, que en suma constituyen el 123% del total de ventas.

Los rubros más significativos de los gastos operacionales son Gastos de personal, Sueldos, Salarios y Beneficios Sociales que ascienden a USD\$. 11.468 y Alquiler de Bienes Muebles por USD\$. 6.185.00 que en total representan el 54% del total de gastos de operación.

La administración está consciente, que durante los dos primeros años de funcionamiento de Politapiz, no iban a registrarse utilidades, o estas serían mínimas, porque el posicionarse en un mercado tan competitivo, requiere un trabajo arduo y los resultados de la gestión se verán a partir de los ejercicios 2013 en adelante.

Por otra parte, en Guayaquil, donde funcionan los dos almacenes de ventas de Politapiz se ha experimentado una contracción de mercado bastante significativa, en razón de que los distribuidores tradicionales de la relacionada ASTRA, se convirtieron en sus competidores al constituirse en importadores directos de productos de cuero sintético, proveniente de Asia.

Las importaciones de cuero sintético, efectuadas desde China e India, de acuerdo con los registros del Banco Central del Ecuador, se han incrementado en un 201% con relación a año 2009, afectando directamente a la línea de tapicería automotriz, marroquinería y muebles de hogar.

Por lo expuesto, existe un factor de sustitución del producto local por el importado, por lo que es necesario reforzar la comercialización con productos fabricados localmente e incluso con productos adquiridos a proveedores del exterior a través de un almacén propio.

## **Cumplimiento de objetivos trazados**

### **Comercialización**

En agosto del 2012, se inicia las operaciones de POLITAPIZ S.A., con dos puntos de venta en la ciudad de Guayaquil, desde esta fecha se busca el reposicionamiento de marca y de participación de mercado en esta plaza.

La estrategia comercial inicial fue el de establecer precios de promoción y emprendimiento de una campaña de recuperación de mercado, considerando que este almacén fue un distribuidor de la relacionada ASTRA con más de 30 años en el mercado, pero que había

dado prioridad a la venta de una diversidad de artículos en que ASTRA no tenía mucha participación.

Del análisis comparativo de las ventas en volumen de los años 2011, efectuadas por el doctor Antonio Moncayo y de 2012 realizada de enero a julio; y de agosto a diciembre por la empresa POLITAPIZ S.A., así como de los 4 primeros meses del 2013, se puede observar la tendencia de crecimiento en las ventas efectuadas a través de este canal de distribución.

Durante el período de transición desde el inicio de negociación hasta la entrega recepción definitiva, Astra tomó la dirección comercial de la compañía POLITAPIZ, con estrategias comerciales para el posicionamiento de mercado y si bien los resultados no arrojan las operaciones de enero a julio del 2012, como propios de POLITAPIZ, es necesario informar que estos resultados fueron fruto de la gestión de esta administración.

Las ventas de agosto a diciembre de 2012 ascendieron a 29.240.56 metros por USD\$. 101.932.82. El promedio de ventas mensuales en el 2012 fue de 6.498 metros por USD\$.22.652

La participación de las ventas de recubrimiento plástico fue del 58%, mientras que los productos complementarios como pegas, esponjas y tricot entre los más significativos fue de 42%.

## **ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

### **ASPECTOS TRIBUTARIOS**

La compañía ha dado cumplimiento con todas las disposiciones legales en materia tributaria, habiéndose satisfecho todas las obligaciones tributarias tanto fiscales como municipales.

## **RESOLUCIONES DE JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS**

En el año 2012, se celebraron dos Juntas de Accionistas, la primera para nombrar a los administradores por el período 2012-2014 y la segunda para decidir sobre la inversión de la relacionada ASTRA y el registro en Aporte Futuro Incremento de Capital, habiéndose dado cumplimiento a las disocisiones emitidas.

## **PROPUESTAS A JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS**

### ***PERSPECTIVAS PARA EL 2013.***

La principal propuesta que la Administración efectúa a la Junta de Accionistas, consiste en incrementar el volumen de ventas, a través de la comercialización de productos que no se encuentran en el mercado y que sea demandado por este, sea porque se compre en forma directa a la relacionada ASTRA C.A., o porque se adquiere a distribuidores o importadores de producto, por ello ya en el 2012, se inició con la venta del producto Microplast destinado al segmento de tapicería para muebles de hogar y el Tapir orientado a complementar la oferta dirigida al segmento de tapicería automotriz, con un respaldo de tela similar al de un producto posicionado de la competencia.

El establecimiento de un punto de equilibrio, para conocer si la compañía tendrá beneficios, es muy importante, porque debe determinarse el mínimo de ventas en volumen en que los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto y adicionalmente determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto, es muy importante y necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos, para conocer si producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio.

Por ello nos encontramos en la búsqueda de nuevos nichos mercados, con el objetivo de lograr reducir los costos y gastos fijos, a través de volumen de ventas y contactarse con el distribuidor final para identificar sus necesidades cada vez cambiantes, así como obtener retroalimentación del mercado de primera mano, para ello estratégicamente se ha colocado un nuevo almacén de ventas ubicado en la zona centro de la ciudad de Guayaquil, donde se encuentran los distribuidores de productos para tapicería automotriz, de hogar e institucional, con el objetivo de introducir al mercado productos a precios competitivos y lograr manejar ventas en economía de escalas.

Además con esta estrategia, se aspira a minimizar la dependencia del canal de distribución independiente y potenciar nuestras ventajas aprovechando el posicionamiento y la demanda en el mercado de los productos que la relacionada ASTRA ha logrado obtener.

Atentamente,



FERNANDO PONS TORRES  
GERENTE GENERAL