

**INFORME DE LA GERENCIA GENERAL DE LA COMPAÑÍA COMERCIALIZADORA
Y PRODUCTORA DE TELAS PROTELA ECUADOR S.A. A LA JUNTA GENERAL DE
ACCIONISTAS EJERCICIO ECONÓMICO 2018**

Señores Accionistas:

De conformidad con la ley y el estatuto social vigente de la empresa COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE TELAS PROTELA ECUADOR S.A., me permito poner a su consideración el siguiente informe de actividades correspondiente al ejercicio económico del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018.

1. ANTECEDENTES

Protela Ecuador S.A. con domicilio en Ecuador desde el año 2005, es filial de PROTELA S.A., empresa textil colombiana, misma que ha desarrollado en Ecuador una operación estable entre una cartera de clientes confeccionistas, brindándole un servicio de excelencia en la entrega de producto de la misma gama manejada en Colombia. Esta estrategia de precio, producto, plaza y promoción ha hecho que Protela Ecuador se mantenga en el mercado y sea reconocido entre sus clientes, como un proveedor que cumple las especificaciones técnicas ofrecidas, para la confección de productos de calidad con demanda del consumidor Ecuatoriano.

En Ecuador La estrategia principal, ha sido el desarrollar nichos de mercado, importando telas diferentes, que puedan cubrir una oferta no existente. En otros casos se ha desarrollado producto para Ecuador, basado en el conocimiento de nuestro equipo de mercadeo de la casa matriz, el cual nos ha apoyado en el desarrollo de estampados o bases unicolores, sacando colecciones para el mercado local, mismas que han tenido excelente rotación, lo cual nos ha exigido a seguir con soporte de producto, como es el caso de la tela estampada, misma que se entrega diseños de gran aceptación, lo cual facilita la venta del producto tanto de materia prima, así también cuando la prenda ya esta confeccionada.

En el 2018, pudimos recuperar 15,10 por ciento de nuestro mercado objetivo, se sintió una reactivación en el sector de la confección, gracias a que las cadenas han aumentado sus cupos de compras locales y en general los clientes

han estructurado sus equipos comerciales, para vender más a clientes medianos a nivel nacional, también logrando cobertura y rotación de sus producto, beneficiándonos de la re compra de tela, ya que tienen un producto de aceptación en el mercado.

Además PROTELA ECUADOR, el año 2018 le dio especial importancia a las ventas de sus puntos propios, ampliando el local del sur de Quito y se abrió el local de Santo Domingo de los Tsachilas, llegando a representar las ventas de almacenes el 9% del total vendido a nivel nacional.

Seguimos con la estrategia en PROTELA ECUADOR S.A., de tener presencia en todo el país, sobre todo que esta cercanía con el cliente, nos ayuda a desarrollar proyectos grandes, como traer tela especiales para equipos de futbol, tela de baño con protector solar, tela microcápsula para adelgazar para la confección de fajas, etc y por ello nos consideran un proveedor importante ya que dentro de nuestro apoyo a los confeccionistas, entregamos etiquetas que describen los valores especiales de estas telas y damos asesoría en la presentación de tendencias, la cual se realiza de manera especial a nuestros clientes aquí y en Colombia, según la necesidad de cada fabricante y marca.

La participación en las principales zonas del país son las siguientes en usd en los años 2017 y 2018:

CIUDAD	AÑO 2018	%PARTICIPACION	AÑO 2017	%	VARIACIONES
QUITO	\$ 1.661.242,67	49%	\$ 1.517.566,89	51%	\$ 143.675,78
AMBATO	\$ 709.956,27	21%	\$ 544.749,24	18%	\$ 165.207,03
GUAYAQUIL	\$ 761.735,77	22%	\$ 612.586,85	21%	\$ 149.148,92
ATUNTAQUI	\$ 115.922,25	3%	\$ 100.445,43	3%	\$ 15.476,82
CUENCA	\$ 167.410,41	5%	\$ 197.009,06	7%	(\$ 29.598,65)
TOTAL ANUAL	\$ 3.416.267,37	100%	\$ 2.972.357,47	100%	\$ 443.909,90

Las condiciones de mercado en el año 2018, nos ayudo a mejorar los niveles de inventario estratégico de todas las líneas de producto, para poder atender la demanda que había mejorado en general a nivel nacional.

Hemos podido consolidar más clientes de valor, los cuales se basan sus estrategias en las ventas a sus productos de cadenas y que por lo general tienen puntos propios o canales diferentes como los catálogos y al mercado de mayoristas, los cuales nos ven como un proveedor de telas de calidad, con buen servicio muy cercano al cliente, con credibilidad y por eso hemos logrado consolidar y abrir ms clientes en todos las zonas., habiendo también mejorado nuestros precios.

Con este marco, para el desarrollo de nuestras actividades en el 2018, fue un año en el cual las ventas crecieron un 15.10% con respecto al 2017, ya que volvimos a consolidar el equipo de trabajo en todas las zonas, con el objetivo de cumplir y lograr el presupuesto de ventas 2018.

2. EVALUACIONES Y GESTIONES

Las actividades más importantes del año 2018, fue estar al lado de los clientes siendo parte de sus proyectos mas importantes, ya que se han visto diversas oportunidades localmente y considero que hemos aprovechado nuestro conocimiento desde la experiencia de la casa matriz, para asesorar a clientes que con un buen desarrollo de producto, han logrado crecer sus ventas en este mercado.

Los asesores en todas las zonas, se plantearon una estrategia de mantenimiento y crecimiento, para así poder cumplir la cuota de mercado establecida en base a cifras históricas para cada asesora comercial.

Igual que en años anteriores, se han encaminado al apoyo y desarrollo del equipo comercial que asesora y esta de cara a nuestros clientes, atendiendo sus necesidades y dando información de los productos demandados en el mercado.

No hemos dejado de lado, la búsqueda de nuevos clientes y por ello a través de los puntos de venta, estamos atendiendo el cliente pequeño, el que en muchos casos, después logra crecer en el mercado y se convierte en marcas exitosas que tienen presencia a nivel nacional y se les otorga todo el desarrollo de cliente de principio a fin, sobre todo en el apoyo de información que tenemos desde la casa matriz.

El punto de venta de Quito, ha tenido un gran éxito con ventas de Usd. 229.895,88, al igual que el punto de venta del Sur cuyo valor asciende a Usd. 70.767,08 Así también tomamos la decisión de abrir un punto de venta en Santo Domingo de los Tsachilas, el cual está proyectando buenas ventas y buenos resultados.

El 2018, tuvimos la necesidad de continuar con el financiamiento para nuestras importaciones, así que renovamos en el Banco Pichincha, un AVAL por 330.000,= usd con BANCOLDEX DE COLOMBIA, mismo que sirvió para pagar al proveedor cuentas de cartera ordinaria.

En cuanto a la cartera, los índices de rotación de la misma para el año 2018 son 4.3 meses promedio. La cartera total de la empresa aumenta en un 33.2%, con relación al 2017, gracias a al crecimiento de las ventas. La cartera vencida de más de 360 días baja en un 14.10% por la gestión de cobranzas que se realizó en este año.

Los inventarios totales del 2018 al 2017 aumentan en un 15.3% por el aumento de la demanda. El inventario de más de 360 días se incrementa en usd 40.857 de diciembre del 2017 a diciembre del 2018, teniendo la gerencia como objetivo principal bajar este rubro de inventario viejo y de lenta rotación.

2.1 Ley de Compañías

En todos nuestros procesos de actividad societaria, se han observado todas las disposiciones de la Ley de Compañías y demás normas pertinentes, dando cumplimiento a las nuevas disposiciones de la Superintendencia de Compañías.

2.2 Situación Financiera e Índices Financieros

La situación financiera al cierre del año 2018 y comparado con los años 2017 y 2016, es la siguiente:

DETALLE DE CUENTAS	AÑO 2018	AÑO 2017	AÑO 2016	variaciones 18vs17	% variacion
Activos	1.996.074	1.613.491	1.384.275	382.583	24%
Pasivos	1.582.852	1.221.088	996.043	361.764	30%
Patrimonio	413.222	392.403	388.232	20.819	5%
Ingresos	3.420.592	2.972.358	2.067.509	448.234	15%
Gastos	3.334.147	2.974.276	2.123.316	359.871	12%
Utilidades y/o pérdidas	95.053	49.956	-55.807	45.097	90%

NOTAS: El activo total aumentó en un 23.7%, tomando en cuenta un incremento en ventas y por efecto en compra de inventario, adicional se mantiene la bodega BF utilizada para vender saldos a los clientes

El pasivo también sufre un aumento del 29.4 %, debido a una obligación contraída con Bancoldex a través de banco Pichincha, recursos utilizados para abonar facturas vencidas de nuestro proveedor Protela Colombia.

El patrimonio aumenta en 5.3%, por la utilidad líquida generada en el ejercicio económico 2018.

De los estados financieros de la compañía, se pueden calcular los siguientes índices:

INDICE	FORMULA	
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	433.926
INDICE DE LIQUIDEZ	ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	1.28

2.3 Relación Laboral, Administrativa y Legal

En el área administrativa se ha cumplido con todas las normas y disposiciones, sin que se haya producido ningún hecho extraordinario.

En lo que se refiere al talento humano, el nivel de rotación ha sido mínimo y se ha cumplido con todas las disposiciones y resolución del Ministerio de Trabajo.

En la parte legal no se ha producido ningún hecho extraordinario.

2.4 Control del Servicio Nacional de Aduana Ecuador (SENAE)

Durante el año 2018, Protela Ecuador recibió un requerimiento de control posterior solicitando ampliación de la información presentada en septiembre 2017. Todos los documentos y requerimientos fueron presentados oportunamente, como resultado recibimos un informe definitivo con fecha 12/09/2018 y el resultado de este control fue SIN NOVEDAD.

3. CONCLUSIONES

Esta Gerencia, conforme a los resultados obtenidos en el año 2018, cumplió con los objetivos trazados de utilidad operativa. Las ventas con respecto al 2017 crecieron un 15.1%, gracias a una leve recuperación del mercado.

Además se ha dado total cumplimiento a las disposiciones y resoluciones de las Juntas Generales de Accionistas, y ha facilitado la revisión e información requerida por el comisario de la compañía.

4. NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL.

En este periodo se ha dado total cumplimiento a las normas relacionadas con la propiedad intelectual y derechos del autor, sin que por parte de la compañía, en ningún momento, se hayan utilizado, programas, sistemas, métodos, slogans, imágenes etc. que no sean de la empresa o carezcan de la debida licencia.



5. RECOMENDACIONES Y OBJETIVOS

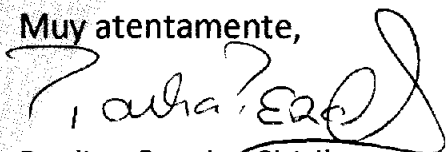
Se recomienda a los socios tomar decisión sobre las siguientes necesidades de la empresa:

- Revisar la estrategia de precios de la filial, para evaluar los márgenes de punta a punta de las 2 operaciones.
- Mejorar el crédito a 120 días , ya que es una ventaja competitiva para la venta.
- El objetivo de esta gerencia es disminuir la rotación de la cartera a 120 días y recuperar el 10 % de cartera a más de 365 días.
- El objetivo de esta Gerencia es cumplir con el presupuesto de ventas 2019 como medición de nuestra participación de mercado y para generar el objetivo de utilidad operativa del presupuesto del año 2018.

Agradezco la presencia a los accionistas y a los colaboradores que han sido parte fundamental del logro de objetivos.

Quito, 10 de abril del 2019

Muy atentamente,



Paulina Peralta Chiriboga
GERENTE GENERAL