

**INFORME DE GERENCIA GENERAL DE LA COMPAÑÍA COMERCIALIZADORA Y PRODUCTORA DE TELAS PROTELA ECUADOR S.A. A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS EJERCICIO ECONÓMICO 2019**

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 2019

**1.- ENTORNO ECONOMICO ECUADOR 2019**

Las cifras de crecimiento económico de Ecuador del año 2019 son negativas, luego del paro en el mes de octubre, en el cual el país perdió 800 millones la cifra de crecimiento económico cayó a - 0,5%.

La cifra 2020 proyectada es que la economía ecuatoriana crecerá el 0,5%, esperando una leve recuperación después de la reforma tributaria impuesta desde enero.

Ecuador cierra el año con la aprobación del FMI a los avances del gobierno en el cumplimiento

**2.- 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 exitosa, ofertando sus productos en el mercado de clientes confeccionistas de prendas de alto valor, brindándole un servicio de excelencia en la entrega de productos, en las líneas de vestuario en los negocios de ropa exterior, interior y baño, e industriales.

Nuestra estrategia principal está basada en la oferta del producto del portafolio de la línea de vestuario, apoyado con una estrategia adicional de desarrollo de producto especial para este mercado, en cuanto a estampación y cartas de color especiales de telas básicas, blondas, encajes y más; esto apoya la tendencia del mercado de ciclos cortos de producto, ya que la moda cada vez es más dinámica. La estampación es una línea que desde el 2017, la hemos trabajado, dándole un impulso especial, hoy representado el 34% de nuestras ventas anuales y siendo uno de los pilares fundamentales de la generación de utilidades en la filial.

Estos productos, del portafolio de vestuario, ha hecho que Protela Ecuador se mantenga en el mercado ecuatoriano y sea reconocida entre sus clientes, como un proveedor que cumple las especificaciones técnicas ofrecidas, para la confección de productos de calidad, con buen diseño y cartas de color lanzadas al mercado de acuerdo con las últimas tendencias de moda.

**3.-VENTAS:**

Las cifras de cierre 2019 fue de 3 '255.754,00 = 5% menos de las ventas registradas en el 2018.



CIUDAD	AÑO 2019	%PARTICIPACION	AÑO 2018	%PARTICIPACION	VARIACIONES
QUITO	\$1.360.006	41%	\$1.374.349,55	40%	\$-14.344
GUAYAQUIL	\$705.366	22%	\$760.896,00	22%	\$-55.530
AMBATO	\$485.758	15%	\$713.046,00	21%	\$-227.288
ALMACEN NORTE	\$216.096	7%	\$224.769,35	7%	\$-8.673
CUENCA	\$199.698	6%	\$167.410,41	5%	\$32.288
ATUNTAQUI	\$160.129	5%	\$108.026,00	3%	\$52.103
PTO SUR	\$88.049	3%	\$69.927,64	2%	\$18.121
PTO STO DOM	\$40.653	1%	\$2.166,76	0%	\$38.486
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 3'255.754</b>		<b>\$3.420.592</b>		<b>\$-164.838</b>

#### PARTICIPACION POR NEGOCIO

DIVISION	2019	%PARTICIPACION	2018	%PARTICIPACION	VARIACIONES
RE	\$1.496.845,00	46%	\$1.531.577,00	45%	\$-34.732
RI	\$1.006.818,00	31%	\$1.206.390,00	35%	\$-199.572
RB	\$216.338,00	7%	\$ 211.102,00	6%	\$5.236
BF	\$233.981,00	7%	\$ 116.518,00	3%	\$117.463
DH	\$238.912,47	7%	\$ 244.782,00	7%	\$-5.870
IN	\$62.859,53	2%	\$ 110.223,00	3%	\$-47.363
<b>Total general</b>	<b>\$3.255.754,00</b>		<b>\$3.420.592,00</b>		<b>\$-164.838</b>

El negocio de ropa interior se ve considerablemente afectado por la falta de la referencia 4A 300059 (Jacquard) y la falta de renovación de diseño de 2 blondas que dan como resultado la caída de venta de 50 mil a 15 mil metros.

#### 4.-MERCADERO:

En Ecuador la estrategia principal, ha sido desarrollar desde la casa matriz productos en base a las necesidades del mercado ecuatoriano. Nuestro conocimiento del mercado y de las necesidades del cliente, hace que la compra anticipada de colecciones de tela estampada sea un pilar fundamental en nuestra facturación. Es así como el 2019 la línea de estampación, alcanzo un volumen por 1'120.058 donde la pelikano y la preciosa representan casi el 90% de las colecciones compradas.

Lo mismo hemos hecho con productos especiales como blondas, viscosas y las cartas de color de la licra algodón, producto con el cual se atiende aquí el mercado mensualmente, ya que la mayoría de nuestros clientes hacen pedidos en base a sus necesidades mensuales y no en programaciones.

A continuación, presentamos cuadro de ventas en tela de estampada, por bodega y locales.

TIPO FAC	CANTIDAD METROS	VALOR VENTA
PRINCIPAL	276994,73	\$ 1.009.417,06
ALMACÉN NORTE	15390,61	\$ 49.166,34
ALMACÉN SUR	12967,95	\$ 41.305,44
ALMACÉN SANTO DOMINGO	6163,72	\$ 20.169,88
<b>TOTAL</b>	<b>311517,01</b>	<b>\$ 1.120.058,72</b>

En el 2019, la demanda del mercado reflejó contracción en cuanto a ordenes de consumo y producción para los confeccionistas por parte de las cadenas, mismas que han tenido como tendencia otra vez la adquisición de producto asiático, principalmente por precio, afectando nuestras ventas del año 2019 en 5% con respecto al 2018.

Con este marco, para el desarrollo de nuestras actividades en el 2019, fue un año en el cual las ventas decrecieron un 5% con respecto al 2018, pero permitiéndonos desarrollar nuevas líneas como las de baño, crecer el mercado de la estampación y atender los clientes más importantes, además de generar 8% más de utilidad del periodo anterior.

Nuestra competencia directa en Ecuador es Pat Primo, Sutex y los jugadores locales, que en el caso de telas básicas han sido competidores duros, por calidad y precio, sobre todo en el mercado de los catálogos, el cual es uno de nuestros mercados más importantes, sobre todo en la zona de Guayaquil.

En Ecuador el mercado más importante, es el de vestuario representando el 91% y decoración e industria es un 9%, este último el cual se atiende a través de distribuidores.

PROTELA ECUADOR, el año 2019 le dio especial importancia a las ventas de sus 3 puntos propios, representando un total del USD \$ 344.798. el 11% de las ventas totales.

Enfocados en el servicio oportuno a nuestros clientes, en Ecuador tenemos presencia en todo el país, con asesores en cada zona, atendiendo todo el mercado con 5 asesores que visitan las ciudades principales, como son Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Atuntaqui y 3 locales, 2 en Quito y uno en Santo Domingo.

A finales del 2018, ampliamos nuestras instalaciones y las condiciones de mercado en el año 2019, nos ayudó a mejorar los niveles de inventario estratégico de todas las líneas de producto, para poder atender la demanda de manera óptima, oportuna y eficiente con productos de más valor como las telas de baño unicolor y estampadas y la estampación de vestuario interior y exterior.

En este espacio físico, se encuentra el local, mismo que factura el 8% de las ventas totales de la empresa.

Hemos podido consolidar más clientes de valor, los cuales basan sus estrategias en las ventas de sus productos a 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, con credibilidad y por eso hemos logrado

consolidar y abrir más clientes en todas las zonas; habiendo también mejorado nuestros precios, ya que la devaluación en Colombia, nos ha ayudado a ser más competitivos en este mercado dolarizado, el cual es muy competido con oferta de productos de todo el mundo.

## **5.- EVALUACIONES Y GESTIONES**

Las actividades más importantes del año 2019, fue estar al lado de los clientes siendo parte de sus proyectos más importantes, ya que se han visto diversas oportunidades localmente y considero que hemos aprovechado nuestro conocimiento propio y con soporte 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.

Desde el año pasado hemos presentado 2 WORK SHOPS en Quito, en los meses de abril y noviembre. Esta herramienta ha sido valiosa para que los clientes la utilicen en sus departamentos de diseño. En estas presentaciones, ha sido incluida la presentación de la línea de pijama y el traer prendas en varios segmentos como deportivo y de ropa interior, hace que estos eventos se vuelvan una herramienta valorada por nuestros clientes.

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 y las tendencias de este.

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 algunos casos, después crece 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.

El punto de venta de Quito tuvo ventas por un valor de Usd.216.095, al igual que el punto de venta del Sur cuyo valor asciende a Usd. 88.049 así también el punto de venta en Santo Domingo de los Tsáchilas, el cual está generando ventas de usd. 40.652. Los dos locales, sur y santo domingo, todavía están se encuentran en desarrollo de clientes, ya que son locales montados durante el 2018.

Como estrategias adicionales en los puntos de venta en el año 2019, se realizaron varios talleres de corte y confección de prendas seleccionadas dando como resultado el crecimiento del 30% de clientes confeccionistas de la localidad.

El 2019, tuvimos la necesidad de continuar con el financiamiento para nuestras importaciones, así que renovamos en el Banco Pichincha, 2 avales por 660.000, = 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 para el año 2019 son 4.5 meses promedio. La cartera total de la empresa disminuye en un 9,3%, con relación al 2018, gracias a la gestión de recuperación de cartera vieja. La cartera vencida de más de 360 días baja en un 4,4% por la gestión de cobranzas que se realizó en este año.

Los inventarios totales del 2019 al 2018 aumentan en un 10,8%, en diciembre se importó una colección grande de estampación, misma que es importante para la venta de principios de año. El inventario de más de 360 días se reduce en usd 10.308 de diciembre del 2018 a

diciembre del 2019, teniendo la gerencia como objetivo principal bajar este rubro de inventario antiguo y de lenta rotación, en un 40 %, sobre todo de la bodega BF de saldos.

## **6.- LEY DE COMPANIAS**

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.

## **7.- SITUACIÓN FINANCIERA E INDICES FINANCIEROS**

La situación financiera al cierre del año 2019 y comparado con los años 2018y 2017, es la siguiente:

<b>DETALLE DE CUENTAS</b>	<b>AÑO 2019</b>	<b>AÑO 2018</b>	<b>AÑO 2017</b>	<b>variaciones 19vs18</b>	<b>% variación</b>
Activos	2'270.792	1.996.074	1.613.491	274.718	14%
Pasivos	1.819.681	1.582.852	1.221.088	236.829	15%
Patrimonio	451.111	413.222	392.403	37.890	9,2%
Ingresos	3.288.754	3.420.592	2.972.358	-131.838	-3,8%
Gastos	3.205.347	3.334.147	2.974.276	-128.800	-3,9%
Utilidad operativa del ejercicio	83.407	95.053	49.956	-11.646	-12,3%
Utilidad netas ejercicio	37.890	20.819	4.171	17.071	82%

**NOTAS:** El activo total aumentó en un 14%, tomando en cuenta un valor disponible en bancos de \$326.474, para la cancelación del crédito a Bancoldex en enero 2020, además de la compra de inventario adicional; se mantiene la bodega BF utilizada para vender saldos a los clientes.

El pasivo también sufre un aumento del 15% %, debido a una obligación contraída con Bancoldex a través del Banco Pichincha, recursos utilizados para abonar facturas vencidas de nuestro proveedor Protela Colombia.

El patrimonio aumenta en 9,2%, por la utilidad líquida, generada en el ejercicio económico 2019.

El año 2019, la utilidad líquida aumenta en un 82% con relación al año 2018.

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

<b>INDICE</b>	<b>FORMULA</b>	
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE	455.971
INDICE DE LIQUIDEZ	ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	1.26



## **8.- 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 resoluciones del Ministerio de Trabajo.

En la parte legal, mantenemos un juicio de abuso de confianza con un ex vendedor, por un valor de 21.000,= dólares.

## **9.- CONCLUSIONES**

Esta Gerencia, conforme a los resultados obtenidos en el año 2019, cumplió con los objetivos trazados de utilidad neta.

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.

## **10.- 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.

## **11. RECOMENDACIONES Y OBJETIVOS**

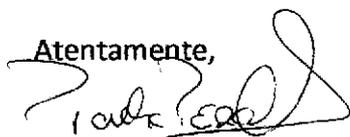
Se recomienda a los socios tomar decisión sobre las siguientes necesidades de la empresa:

- El objetivo de esta Gerencia es cumplir con el presupuesto de ventas 2020 y generar la utilidad operativa del presupuesto del próximo año.
- Revisar la estrategia de precios hacia la filial, para evaluar los márgenes de punta a punta de las 2 operaciones, sobre todo en líneas que, por razones de precio alto, nos ha sido difícil entrar al mercado, como las líneas de nylon para prendas masculinas.
- Mejorar la recuperación de cartera a 90 días, para pagar oportunamente a nuestro proveedor en el exterior.
- La implementación del demand driven, para optimizar nuestro capital de trabajo.
- Será prioridad disminuir la rotación de la cartera a 120 días y recuperar el 10 % de cartera a más de 365 días.

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

Quito, 19 de febrero 2020

Atentamente,



**Paulina Peralta Chiriboga**  
**GERENTE GENERAL**