

INFORME DE GERENCIA 2019 PORTALREMATE CHISOL S.A.

En mi calidad de Gerente General de la Empresa PORTALREMATE CHISOL S.A. y cumpliendo con la Resolución de la Superintendencia de Compañías No. 92.143.0013 me permito presentar el siguiente Informe sobre las actividades y los resultados por el ejercicio económico que terminó el 31 de diciembre de 2019.

1. CONSIDERACIONES DE CARÁCTER GENERAL SOBRE EL ENTORNO EMPRESARIAL.

El año 2019 la economía del país se mantuvo en indicadores viables, así vemos que la inflación nuevamente fue negativa para el año 2019. Pasó del 0,27% en el 2018, a -0.07 % en este año.

De la misma manera el sector inmobiliario registró con una tendencia a la baja marcando números negativos al cierre del año con -1,56% comparado con los valores del mes previo. Si comparamos en un periodo anual, la caída de precios es más significativa, con una caída del -6.7% en relación al cierre del 2018.

2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS PREVISTOS PARA EL EJERCICIO ECONOMICO 2019.

Se planteó para este año el estabilizar el negocio bajo la nueva estructura comercial y operativa, logrando generar utilidades al final del año. Pese a la recesión existente particularmente durante el primer semestre del año en cuestión, el decrecimiento en el gasto público, y la incertidumbre sobre políticas económicas del gobierno el objetivo de estabilizar el negocio se logró; sin embargo, no se lograron unas utilidades esperadas, pero tampoco fue un mal cierre de año. Adicionalmente y por pedido de los accionistas de la compañía, se mantuvo el proceso de auditoría externa que se realizará como el año anterior y así durante los primeros tres años. Adicionalmente se estableció una política de control y reducción de gastos, particularmente en las instalaciones físicas, en el personal de la sucursal de Guayaquil, y en el control de precios de compra e importación de la mercadería; causando que al menos se logre un punto de equilibrio y generar buenas expectativas para el año venidero.

3. RETOS PARA EL AÑO 2.020.

El año 2020, se preveía como un año de mayor estabilidad que los dos años anteriores. Sin embargo, la incertidumbre sobre las políticas económicas, el desarrollo del sector inmobiliario y de comercio exterior, y los efectos en el mercado nacional e internacional ocasionados por la pandemia del Covid-19 influirán directamente en las actividades y los resultados de la compañía durante el año.

En condiciones normales, planteamos un crecimiento mayor en la división fotovoltaica, particularmente en la industria y en la zona de la costa. Para esto se estructuró una nueva forma de trabajar apoyados en el equipo técnico que contamos en Perú. De tal manera que solventamos y aseguramos el adecuado dimensionamiento y funcionamiento de los sistemas.

La empresa ya tiene un posicionamiento reconocido en el mercado local, y con nuevas estrategias enfocadas a la consecución de mayores volúmenes de ventas por medio del apoyo de una red de distribuidores y productos novedosos para sectores industriales y camaroneros, así como una nueva estructura para la colocación de sistemas solares por medio de contratos de venta de energía para autoconsumo en industrias privadas; y sin descuidar el servicio post venta; el objetivo es alcanzar el presupuesto optimista planteado para el año de al menos \$1.700.000 dólares en ventas brutas.

4. ASPECTO ADMINISTRATIVO, LABORAL Y LEGAL SUSCITADOS DURANTE EL 2019.

Durante el 2019 existieron algunos aspectos positivos y negativos a recalcar.

1. Comercial

- a. Debido a la creciente cartera por cobrar, se implementó una estrategia comercial congelando los valores de los proyectos, y con pagos mensualizados. Así damos facilidad de pago a los clientes y también reducimos el periodo de pago mejorando el flujo de caja.
- b. Se implementó una estrategia particular para rotar el stock de inventario de hace algunos años atrás. Se sacaron promociones con precios casi al costo para clientes





frecuentes, y distribuidores con pago de contado. Algunos productos sí tuvieron buena acogida por los clientes, y otros ya se consideraron para dar de baja o hacer donaciones durante este año 2020.

- c. Considerando que los resultados en los remates eran cada vez más insignificantes, decidimos cambiar la estrategia y realizar remates más espaciados durante el año. En el 80% de los casos resultaron remates importantes, en cuanto a la facturación y rotación de stock. Sin embargo, no tienen el mismo efecto que en años anteriores, y se está evaluando la posibilidad de eliminarlos por completo; o realizar remates esporádicos de acuerdo a la rotación durante el año.
- d. Confiando en que Guayaquil es una plaza muy importante por los consumos energéticos a nivel residencial, comercial e industrial, realizamos algunos cambios estructurales, comerciales y operativos durante el año. Prescindimos del personal comercial a inicios del año, y desde Quito con el equipo comercial más experimentado atendimos el mercado de Guayaquil y la costa. Se logró un incremento sustancial en los ingresos, aunque el lado negativo es que se realizaron muchos esfuerzos operativos para poder cumplir con el compromiso de instalación y mantenimiento preventivo y correctivo de los sistemas. Para el 2020 se ha estructurado un equipo más sólido y que permita posicionarnos aún más en esa plaza; principalmente en el sector industrial.
- e. Durante el año firmamos dos alianzas comerciales importantes. Una con Sambito, quien nos está abriendo las puertas a nivel comercial e industrial, como si brazo ejecutador en cuanto a la implementación de sistemas de generación y también de calentamiento de agua. Y por otro lado con Grupo Líder, quien trabaja muy de cerca con la industria en Guayas y Manabí. Si bien es cierto, aún no se concreta un proyecto relevante hay muy buenas expectativas para el año que viene.

2. Financiero

- a. Este año se ha venido trabajando muy de cerca con el Banco Pichincha y Produbanco para el fomento e implementación de proyectos de energía renovable, basados en las propuestas de crédito verde. Existió un gran interés por el mercado local, sin embargo, los bancos aun no están siendo ágiles ni brindando beneficios que realmente justifiquen el interés de nuestros clientes. Para el 2020 hemos propuesto una estrategia más agresiva y esperamos comenzar a cosechar resultados durante el primer semestre del año.
- b. Esta misma relación nos permitió tener acceso a líneas de crédito importantes principalmente con el Banco Pichincha.
- c. Obtuvimos también una carta de crédito con el Banco Bolivariano, para la importación de unas motos eléctricas, la cual tuvimos que anular para poder dirigir el producto a nuestra empresa en Perú donde tenían un mercado mejor desarrollado y mayor urgencia de producto.
- d. También realizamos inversiones en tiempo y recursos en dos líneas que consideramos que pueden tener un movimiento interesante para la empresa. Por un lado trabajamos en el desarrollo de un producto con bombas de calor, para abastecer a las piscinas de larvas de las camaroneras. Luego de varias pruebas y diferentes análisis, entendimos que se requiere un producto diferente. Esa línea se podrá analizar más adelante, o un sustituto del bombeo de agua mediante sistema solares. El sector camaronero es muy interesante y tiene muchas aplicaciones. También se dedicó tiempo, esfuerzo y recurso a desarrollar la movilidad eléctrica por medio de motos eléctricas para la ciudad. Tomando como modelo el ejemplo de Perú. Sin embargo, la inercia del negocio, en cuanto a la línea térmica y fotovoltaica, demanda mucho de nuestro tiempo. Y para desarrollar esta línea adecuadamente se requiere mucho más recurso. Pese a que es una línea muy interesante y encaja muy bien con nuestro modelo de negocio, esta quedará en Standby hasta poder contar con la capacidad suficiente para comercializar las motos eléctricas y dar un servicio postventa de primer nivel.



**Remate
Directo
.Com**

3. RRHH

- a. En cuanto al recurso humano, se separó al personal comercial de Guayaquil por falta de resultados. Para suplir esa necesidad, se dio apoyo desde Quito con los asesores comerciales y desde la gerencia.
- b. También se contrató un técnico para el departamento técnico en Quito, y así poder disponer de un técnico ya capacitado en los sistemas para que de apoyo al mercado de Guayaquil y la costa.
- c. También iniciamos con un proceso de pasantías con estudiantes universitarios de último año o recién graduados. En los puestos técnicos hemos tenido una buena respuesta y mucho interés de los chicos. Mientras que, en los puestos comerciales, no hemos tenido buenos resultados. Esto se seguirá implementando como una práctica para traer a la estructura personal técnico capacitado y que pueda crecer de la mano de la empresa.

4. Marketing

- a. En cuanto al marketing de la empresa, se invirtió en la implementar una campaña basada en comunicación por medio de redes social (Instagram y Facebook), publicidad digital (Google Ads) y una plataforma de CRM (Hubspot) para poder realizar un mejor seguimiento a las oportunidades de negocio hasta que se conviertan en una venta cerrada o no; y tener mejores criterios de evaluación.
- b. Si bien los resultados aun no son los esperamos, hemos tenido una buena respuesta de los clientes, y cada vez estamos más convencidos que el canal de comunicación está teniendo y va a tener buenos resultados.

5. CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES LEGALES

PORTALREMATE CHISOL S.A. ha dado cumplimiento con todas las disposiciones contempladas en las diferentes leyes que rigen la actividad empresarial, entre las cuales conviene resaltar:

- Las establecidas en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, y sus reglamentos particularmente en la declaración, retención y pago oportuno de los impuestos para con el Servicio de Rentas Internas S.R.L.;
- Las que contiene el Código de Laboral;
- Las dispuestas por los Gobiernos Sectoriales.

Espero a lo largo del año 2020 cumplir con las expectativas que nos hemos formulado para obtener los resultados previstos, ya que vemos en el mercado nacional e internacional la posibilidad de que nuestras actividades, tanto en venta de bienes como de servicios, tengan buena acogida.

De los Señores Socios,

Pedro José Riquarte
Gerente General
PORTALREMATE CHISOL S.A.