

## Informe de Gerente General a la Junta General de Accionistas

Guayaquil, 13 de julio de 2020.

### Señores Accionistas:

En cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias vigentes, me complace presentar a Ustedes el informe sobre la gestión y los resultados, correspondiente a las actividades desarrolladas por Comercial Ginatta S.A., durante el año 2019.

### Entorno Económico:

El producto interno bruto (PIB) del Ecuador decreció en -0,08% durante el año 2019 según estimaciones del Banco Central del Ecuador (BCE); mientras el Fondo Monetario Internacional (FMI) estimó el decrecimiento en -0,5% con relación al año precedente. El PIB de la Construcción, sector en el que se desenvuelve Ecuaimco S.A, decreció 5.2%. La entrega de créditos dirigidos a este sector decreció un 9.7% comparado con el año 2018.

El empleo adecuado disminuyó al pasar de 40,6% en diciembre 2018 a 38,8% en el mismo mes de 2019, según las últimas cifras del Instituto Nacional de Estadística y Censos. Esta es la tasa más baja registrada en un cierre de año desde 2007 y se explica por la situación que enfrenta el mercado laboral en Ecuador.

A nivel tributario, la recaudación total efectiva del país (recaudación total disminuida el monto de notas de crédito y compensaciones) acumulada de enero a diciembre de 2019 decreció en 5,9% en relación con el año 2018. Así mismo, en este periodo la recaudación acumulada del IVA de importaciones muestra un decrecimiento del 7,5%. Por otro lado, los ingresos generados por el IVA interno crecieron en 2%. Este crecimiento del consumo interno se soportó en el incremento en créditos.

Las importaciones de materia prima decrecieron 6.7%, las de bienes de consumo decrecen 2.4%, mientras las de bienes de capital crecieron 3%.

Las exportaciones petroleras cayeron 3.3%, mientras las no petroleras crecieron 5.8%, sobre todo por el impacto positivo de las exportaciones de camarón que crecieron 21%.

La afectación total por el paro nacional del mes de octubre se estima entre US \$700 y US\$800 millones.

### Cumplimiento de disposiciones de la Junta General de Accionistas:

Expresamente declaro que en el desempeño de mis funciones, he dado cumplimiento a las disposiciones de la Junta General de Accionistas y a los estatutos de la Empresa.

## Gestión Comercial:

Los pilares de la estrategia comercial del año 2019 eran: fortalecer el canal retail (tiendas propias), ampliar la cobertura en proyectos de construcción y ampliar la oferta de productos nuevos.

Las ventas anuales alcanzaron los US\$2,022,155, con un crecimiento de 19.5% comparado con el año 2018. La venta en el canal retail (B2C) representa el 40% de las ventas totales, y tuvo un decrecimiento del 1%. Las ventas en el canal proyectos de construcción (B2B) representan el 47% de la venta total, donde el crecimiento fue del 34%. El 13% restante de la venta total es la venta a filiales (Ecuaimco y La Llave) que son canales de venta de las marcas de bombas importadas por Comercial Ginatta (Flint & Walling y DAB). Este canal tuvo un crecimiento del 70% en comparación al año 2018. Hasta el cierre del mes de septiembre de 2019, el crecimiento en ventas era del 25%, pero el paro nacional afectó de manera directa las cifras.

Pensando en el fortalecimiento del canal retail se apertura una nueva tienda en la Vía a Samborondón, por ser el sector de mayor crecimiento en proyectos de construcción de la ciudad. La nueva tienda generó una venta de US\$225,000, sin embargo las ventas en la tienda de la Juan Tanca Marengo cayeron 28%, principalmente por problemas de rotación en el equipo de ventas de la tienda.

Como parte de la estrategia de ampliar la cobertura en proyectos de construcción se incorporó un nuevo vendedor, con lo que llegamos a 44 nuevos clientes en el año, y crecimos en US\$244,000.

Para incrementar la venta a filiales se desarrolló un plan de distribución en el canal ferretero a través de Ecuaimco S.A. de las bombas Flint & Walling, logando incluso introducir la marca en Comercial Kywi. Esto generó ventas incrementales de US\$100,000.

Durante el año 2019 se fortaleció la línea de calentamiento de agua con la introducción de marcas nuevas como AO Smith (eléctricos) y Ariston (a gas), las cuales generaron una venta incremental de US\$145,000 con un margen del 39%.

El margen bruto del año fue 33.2%, reduciéndose 2.6% con relación al año anterior. Esto se dio principalmente por la reducción de precios de mercado de líneas de alta rotación en canal retail, y el mix de facturación. Con esto se generó una utilidad bruta de US\$671,068, lo cual representó un crecimiento de 10.6% versus el año 2018.

## Gestión Administrativa:

El enfoque en la parte administrativa fue consolidar la estructura organizacional que le permita a la compañía, de manera eficiente, el crecimiento planificado para los próximos años. Comercial Ginatta cerró el año 2019 con 10 colaboradores y 2 posiciones vacantes, mientras que el año 2018 cerró con 9 colaboradores. Estas nuevas posiciones aprobadas en el plan fueron: Gerente de Ventas, Vendedor de Sucursal, y Auxiliar de bodega.

Las áreas de soporte como Operaciones, Marketing, Talento y Cultura, Contabilidad, Finanzas, y TI continúan de forma compartida con Ecuaimco y La Llave.

Durante el año 2019 se trabajó junto a la consultora Ernest & Young para hacer una revisión y actualización de Procesos y Políticas en 6 ejes, que nos permita mejorar los controles internos:

- Forecast to Fulfill
- Procure to Pay
- Order to Cash
- Concept to Market
- Hire to Retire
- Record to Report

El principal activo de la compañía es el inventario, por lo que su manejo se vuelve relevante en la gestión administrativa. Como control, se realizaron de forma mensual conteos cíclicos al inventario, y dos tomas físicas del inventario total de Bodega (junio y diciembre), con los siguientes resultados:

- **Junio:** Sobrante US\$21.04
- **Diciembre:** Sobrante US\$0.97

El inventario (en bodega y tránsito) al cierre del 2019 fue US\$461,011. Los meses de inventario al cierre del 2019 fueron:

	<b>Costo de Venta Mes</b>	<b>Inventario Total</b>	<b>Meses Inventario</b>
<b>Inventario</b>	\$ 112,591	\$ 461,011	4.09

#### Gestión Financiera:

Los ingresos totales de la compañía fueron de US\$2,022,155, con un margen bruto de 33.2%, y una utilidad bruta de US\$671,068.

Los gastos administrativos y de ventas fueron de US\$628,877, que representa el 31% de la venta, mientras en el año 2018 este fue del 29.7%. El incremento en el gasto se da principalmente por la apertura de la nueva sucursal, y el crecimiento en la estructura de la compañía, que permita el desarrollo del negocio en el futuro.

Con esto, el resultado neto fue US\$16,325, que representa el 0.8% de la venta, mientras el año 2018 la utilidad neta fue del 4%.

Durante el año 2019 la estrategia financiera era reducir la deuda y el capital de trabajo de la compañía. Los resultados fueron:

	2019	2018	Variación %
Inventarios	\$ 461,011	\$ 778,648	-41%
Ctas x Cobrar Clientes	\$ 193,639	\$ 261,320	-26%
Ctas x Pagar Proveedores	\$ 454,590	\$ 760,280	-40%
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 200,061</b>	<b>\$ 279,688</b>	<b>-28%</b>

Durante el año 2019 las condiciones de crédito a clientes se mantuvieron en relación con el año 2018. La cartera de clientes no relacionados tuvo un cierre de US\$157,232. La antigüedad de la cartera al cierre fue:

- Cartera Corriente: **55%**
- Vencido 0 a 30 días: **25%**
- Vencido 31 a 60 días: **14%**
- Vencido 61 a 90 días: **3%**
- Vencido > a 90 días: **3%**

El resultado durante el año 2019, de los principales indicadores financieros fueron:

Indicador	2019	2018
ROIC	4.5%	8.4%
EBIT	2.9%	6.5%
EBITDA	3.4%	7.1%
Capital de Trabajo Neto/ Vtas	9.9%	16.5%
Pasivo/ Patrimonio	0.77	1.17
Deuda Financiera Neta/ EBITDA	-	-
Flujo de Efectivo	\$ 457,714	\$ 195,118
Patrimonio	\$ 731,070	\$ 739,303

**Conclusiones:**

En el año 2019 se empezó a construir la base necesaria para que Comercial Ginatta pueda tener un crecimiento sostenido por los próximos 5 años en sus dos principales canales de venta: retail y proyectos de construcción. Adicionalmente se empezó a trabajar en la transformación digital, con la renovación de su página web y activación de redes sociales, el cual se ha convertido en el principal medio de comunicación de promociones para el canal retail. Durante el año 2020 se empezarán las ventas vía e-commerce.

Para el año 2020 la Gerencia y su equipo de trabajo habían elaborado un presupuesto de US\$2,6 millones, el cual se ha visto afectado por el COVID-19, replanteando un nuevo plan de ventas 2020 por US\$1,7 millones, y una utilidad neta de US\$10,000.

**Propuesta sobre utilidades:**

Si bien es cierto que el 2019 fue el tercer año consecutivo de utilidad neta positiva de Comercial Ginatta, estas han sido bajas aún, y considerando sus necesidades de financiamiento por el modelo de negocios, que requiere presentarse de una mejor manera ante compañías aseguradoras de crédito y proveedores del exterior, recomiendo que los dividendos generados fortalezcan el patrimonio de la compañía.

**Agradecimiento:**

Agradezco una vez más a los accionistas de Comercial Ginatta S.A. por la confianza en nuestra gestión, y el permanente apoyo al desarrollo de la compañía y de todos los colaboradores.

También mi agradecimiento a los directivos, y colaboradores que con su esfuerzo han logrado que Comercial Ginatta S.A. tenga un rol protagónico en el mercado durante más de 75 años.

Atentamente,



**Jorge Enrique Morán Jalón**  
Gerente General