

## INFORME DE GERENCIA GENERAL

### A DICIEMBRE 2016

En el período 2016, las ventas de MARCIMEX S.A. cerraron en \$ 157.369.112,00 lo que significó un decrecimiento del 19,72% frente al año anterior.

En la Unidad de Negocio del Minoreo el número de tiendas promedio fue de 80 tiendas a nivel nacional.

En el primer semestre del año, los resultados no fueron favorables, se complicó el cumplimiento de los presupuestos, principalmente por un freno en la demanda.

Se va consolidando nuevas líneas como muebles, hogar, agro y se tomó algo de participación con la venta de cocinas de inducción que tuvo un promedio de ventas mensual de 1200 cocinas la misma que fue disminuyendo hacia el final del año.

En el segundo semestre, al final del mismo tuvimos un repunte, realizando actividades agresivas comerciales, las cuales nos dieron resultados en el último trimestre del año creciendo 13% con relación al mismo periodo del año 2015.

La cartera del área de Minoreo se ha mantuvo estable durante el año, proyectando una pérdida esperada de 10% frente a un 12% presupuestada, lo que significa que mejora aproximadamente en 2%, principalmente en el último trimestre del años, lo cual contribuyo a tener una mejor y mayor colocación.

En la Unidad de Negocio del Mayoreo, fue un año difícil, producto de una demanda contraída por las salvaguardas e incertidumbre en el consumidor y por lo cual tuvimos un decrecimiento del 33% en las ventas, tratando de compensar con estrategias de crecimiento en la venta de marcas propias como Global, Shiva e IGM, buscando mayor eficiencia y rentabilidad.

Fue un año relativamente estable en cuanto a la consecución capital de trabajo, debido a la liquidez del sistema financiero, sobre todo el segundo semestre.

Los gastos se mantuvieron estables, por la gestión y optimización de los mismos.

Los resultados obtenidos en el año 2016 son los que se presentan a continuación:

Resumen :	
Utilidad	7.892.378,94
15% trabajadores	(1.183.856,84)
Imppto. Renta	(1.701.691,57)
Utilidad d/Impptos	5.006.830,53
Amort. Pérdidas	0
Utilidad d/amortiz	5.006.830,53
10% Reserva Legal	(500.683,05)
Utilidad d/reservas	4.506.147,48
Reinversión	0
Utilidad Disponible	4.506.147,48

El año 2017 ha sido estable en el primer trimestre con crecimientos con relación al año 2016, por lo que estamos positivos, pero al mismo tiempo manteniendo una estrategia conservadora en inversiones y muy enfocada en la optimización del gasto y cuidando los tiendas y clientes no eficientes.

Apuntalar el Retail, cerrando tiendas que producen perdida y consolidando el mismo buscando una mayor rentabilidad con agresividad comercial.

Mantener la tendencia a la baja de la pérdida esperada y mantener una buena colocación analizando cliente eficientemente.

En el mayoreo se pretende, mantener la estrategia del 2016 y enfocarnos en productos de abastecimiento local, principalmente con las marcas propias.

El compromiso de los colaboradores y la confianza de la dirección, en un trabajo conjunto, nos permitirá alcanzar los resultados propuestos para el año 2017.

Atentamente,



ING. ANDRES FEICAN C.

GERENTE GENERAL