Guayaquil, 23 de Abril del 2020

Señores:
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
ECOLUBRI C.A
Ciudad

INFORME DEL GERENTE

Distinguidos Accionistas:

En cumplimiento a las disposiciones de la Ley de Compañías, procedo a presentar a Ustedes el informe de la gestión realizada por la Gerencia correspondiente al ejercicio económico del año 2019 que acaba de concluir, de la compañía ECOLUBRI C.A.

Al respecto y siendo que ECOLUBRI tomó vida jurídica a partir del tres de Marzo del 2010 como consta en la inscripción en el Registro Mercantil número 3.641 de esta ciudad; voy a exponer los resultados económicos y la situación financiera de la empresa al término del ejercicio contable del año 2019, entre lo cual se destaca lo siguiente:

Entorno Económico.- El año 2019 se constituyó en un año calamitoso para la empresa Ecolubri C.A., principalmente porque dependemos directamente los ingresos generados por la venta de nuestros productos para el desarrollo económico y financiero de la compañía pero que lamentablemente no fue posible alcanzar en este período que informo. La recaudación de las ventas estuvo marcada en gran parte por la recuperación de la cartera vencida, llegando a un total de recaudación $1'688.402,26 siendo julio el mes de mejor eficacia en la recaudación con el 10% respecto al total.

A través del Departamento de Cobranza la empresa ha podido gestionar la recuperación de la cartera en mora la misma que se produce por los plazos muy extendidos, y clientes que no responden a los requerimientos de pago, a pesar de esto la recaudación de los créditos VENCIDOS tuvieron una disminución global del 27.19% lo que significa que la recuperación de la cartera vencida fue eficiente hasta los 120 días, tal como lo muestra el siguiente cuadro, donde podemos apreciar también que los créditos vencido que tienen más de 120 días disminuyó.

CATERA VENCIDA	AÑO 2019	AÑO 2018
MENOS DE 30 DIAS	76709,18	72.229,43
DE 30 A 60 DIAS	67238,67	68.122,01
DE 61 A 90 DIAS	37350,83	21.779,07
DE 91 A 120 DIAS	22098,2	10.512,14
MAS DE 120 DIAS	110236,96	258.138,98
TOTAL	**313633,84**	**430.781,63**

Resultados Financieros.- Cubiertos en este nuevo entorno al que la empresa Ecolubri C.A se ha desarrollado estos dos últimos años, sin desestimar la incertidumbre política, económica y social que vive el país y que afecta a todas las empresas, y a sus habitantes, con el apoyo de nuestros clientes, empleados, Gerentes y Administradores hemos dirigido las acciones y gestiones en procurar una línea de negocio que logre y sobre todo mantenga la confianza y fidelidad de sus integrantes.

Como es de conocimiento de los integrantes de esta junta, la empresa atravesó por cambios y situaciones que afectaron su desarrollo de manera importante, lo ocurrido en el mes de Octubre con la paralización de las actividades, las protestas que duraron más de una semana, nos vimos obligados a suspender al personal de ventas, y esto con las consecuencias posteriores, la reactivación de los negocios ya que esto fue a nivel nacional. A pesar de esto muestro el detalle de las ventas respecto al año anterior

INGRESOS	AÑO 2019	AÑO 2018	VARIACION
VENTAS NETAS DE BIENES	1.496.014,38	1.821.942,66	-21,79%
VENTAS NETAS DE SERVICIOS	8.400,00	25.686,30	-205,79%
SUMAN	**1.504.414,38**	**1.847.628,96**	**-22,81%**

Los gastos y costos operativos, del año que se informa se presentan de la siguiente manera.

COSTOS Y GASTOS	AÑO 2019	AÑO 2018	VARIACION
COSTO DE VENTAS	944.928,62	1.150.546,25	-21,76%
GASTOS DE VENTA	439.512,15	502.559,29	-14,34%
GASTOS DE ADMINISTRACION	216.547,91	231.132,14	-6,73%
GASTOS FINANCIEROS	8.611,66	24.180,82	-180,79%
TOTAL COSTOS Y GASTOS	**1.609.600,34**	**1.908.418,50**	**-18,56%**

Se demuestra claramente que los Ingresos no alcanzaron a cubrir los costos y gastos operativos, por lo tanto da como resultado una **PÉRDIDA OPERATIVA** a pesar que se muestra un baja del 18.56% en este rubro, pero de igual manera las Ventas también decayeron en un 22.81%, a este resultado se le debe adicional el rubro de OTROS INGRESOS NO OPERATIVOS, que constituyen los ingresos por reclasificación de cuentas y otros conceptos por $27.245,89, quedando la PÉRDIDA NETA DEL EJERCICIO EN $77.940,07

Debido a que el resultado de las transacciones comerciales, políticas mal establecidas, gastos improductivos y un sin número de acciones que no se han corregido a tiempo los resultados que muestran los Estados Financieros al 31 de Diciembre son los siguientes

- **ACTIVO: $ 1’264.039.97**
- **PASIVO: $ 1’225.267,65**
- **PATRIMONIO: $38.772,32**
- **PERDIDA DEL EJERCICIO: $77.940,07**

En lo que se refiere al aspecto laboral hemos sido capaces de cumplir con éxito todas y cada una de las obligaciones patronales desde el inicio de nuestras actividades. Así mismo se ha cumplido con los requisitos que los nuevos cambios gubernamentales como el IESS, el Ministerio de Trabajo referente a la Seguridad Ocupacional y Riesgos de Trabajo.

OBJETIVO PARA EL 2020

1. Aumentar las ventas en un 30%
- Planeación anual de estrategias, presupuestos de ventas, rezonificaciòn y promociones.
- Atacar nuevos nichos de mercado o Empresas.

o Autoservicios (Ferrisariato, Kiwi, etc)
o Camaroneras y Bananeras.
o Talleres grandes
 Revisión mensual y retroalimentación de estrategias para control de ventas y hacer ajustes si es necesario.
 Organización de promociones según las zonas.
 Supervisión de ventas por zonas.
 Charlas técnicas sobre nuestros productos a nuestros clientes y muchachos lubricadores.
 Capacitaciones técnicas y de ventas cada 3 meses al equipo de ventas para actualizarlos.
 Servicio Post-Venta
o Retroalimentación del servicio y producto adquirido.
o Se aprovecha para comentar sobre las promociones vigentes.
o Se aprovecha para preguntar si necesita hacer algún pedido adicional.
 Plan de marketing y publicidad para posicionar la marca en el mercado.
o Actualización y desarrollo de la imagen de la marca.
 Definición de color de marca
 Actualización de logotipo
 Desarrollo del slogan – Porque la fuerza del motor se mide sólo en caballos-
 Desarrollo de folletería de apoyo para el equipo de ventas(catálogo impreso y digital, trípticos, tarjetas, etc) con la nueva imagen de marca.
o Material promocional dentro del punto de venta genéricos y con el –callto action- dirigido a la compra . (Material POP)
 Para reducir costos de producción de letreros publicitarios, alfinal del 2019 se invirtió en la compra de una máquina queimpreme todos nuestros letreros.
o Activaciones mensuales dentro de los puntos de venta.
o Desarrollo y activación de la página web c
 Información de productos
 Pedidos en línea.
o Activación de redes sociales.
 Publicaciones 3 veces a la semana promocionando losproductos.
 Activación de pedidos ONLINE
o Publicidad en redes sociales.
O Publicidad en radio.

2. Reducir costos y gastos

 Renegociación de los costos con proveedores.
 Trabajar con proveedores de origen directamente, sin intermediarios.
 Identificar productos no rentables, productos que me dejan poco margen.
 Optimización del inventario
 Análisis de tendencias de gastos para hacer retroalimentación y correctivosmes a mes.
 Eliminación de gastos innecesarios.

3. Recuperación de cartera

 Trabajar con un buró de crédito para la calificación de clientes nuevos.
 Identificación de clientes NO rentables, para no seguirles vendiendo y evitarque la deuda siga creciendo.
 Refinanciación de pago de la deuda de clientes con valores grandes vencidos.
 Redefinir el tiempo máximo de pago a 90 días. (Eliminar por completo los 120 días)
 Establecer un presupuesto mensual de cobros.
 Plan de recompensas para el equipo de cobranzas

 Contratación de empresas de cobranzas profesionales.

Proyección 2020
Después de revisar la problemática de los años anteriores y aplicando cada una de las estrategias del plan de recuperación para este año, proyectamos un incremento en las ventas en un 30%, estableciendo un presupuesto de ventas y cobros mensual de$170,000 ($2,040,000 anual) al que el equipo de ventas deberá llegar mes a mes y un presupuesto mensual de costos y gastos del cual no podrá exceder los$150,000($1,800,000 anual).
De esta manera volver la empresa en un negocio rentable, obteniendo utilidad al final

COMENTARIO FINAL.

Para finalizar puedo mencionar que las acciones a tomar en el nuevo período fiscal, serán para poder corregir lo ocurrido en el pasado, he tomado la decisión de contratar los servicios de un ADMINISTRADOR, quien tendrá como responsabilidad principal en el cargo de sus funciones el control supervisión de todas las actividades, comerciales, económicas legales y de personal de la empresa, quien informará directamente a Gerencia sobre el desempeño de estas actividades.

El 2020 se proyecta como un año con grandes desafíos para la empresa Ecolubri C.A, debemos recuperarnos financieramente, mejorar significativamente nuestra posición en el mercado de los lubricantes, posición que durante los períodos 2017 2018 Y 2019 ha sido una tendencia a la baja, y parte de este mercado estamos comprometidos con la excelencia y la eficiencia operacional, así como con la provisión de productos de calidad ajustados a las necesidades de nuestros clientes, que generen valor para nuestros accionistas. La seguridad, la salud y el desarrollo de nuestro personal seguirán siendo nuestras prioridades y estamos seguros de que juntos podremos construir soluciones para continuar aportando al crecimiento y desarrollo de nuestro país

Muy atentamente,

Ing. Hugo Aguila Arguello
GERENTE GENERAL