

## Introducción

El año 2019 fue el año de remodelación del Centro Comercial, en este contexto fue un año irregular ya que se cerraron mientras se hacían obras, los niveles 0 (2 meses) y el nivel 1(3 meses). EL resultado final ha sido un mall renovado, atractivo y que has despertado el interés del Cliente por hacer de Mall el Jardín, su lugar de compras favorito.

Los resultados financieros e indicadores de gestión que se revisarán más adelante en este Informe y en el Informe Comercial y de Marketing han sentido el efecto de esta remodelación, sin embargo, de lo cual las cifras son atractivas y alentadoras.

### Entorno País

Si bien es cierto en el año 2017 la economía creció un 2.4%, el año 2018 fue afectado por una desaceleración de este crecimiento y se estima que la economía del País crecerá solo un 1.1%, básicamente impulsado por el sector de Servicios contrariamente al pobre crecimiento de los sectores de Manufactura, Construcción y Transporte.

El país mantiene un déficit comercial de aproximadamente US\$ 500 millones, esto pese al crecimiento del 15% de las exportaciones, empujadas por el alza del precio del petróleo.

El Gobierno ha logrado reducir el déficit fiscal de US\$ 6.091 millones a US\$ 3.747 millones, basados en el incremento de los ingresos tributarios y petroleros y el endeudamiento externo. Es importante mencionar que, a finales de año, el gobierno redujo el subsidio a los combustibles y ha anunciado una reforma tributaria que incremente la carga tributaria de los actores económicos.

A continuación, algunos indicadores de la economía local:

Indicador / Tasa	2018	2019
Inflación Anual	0.27%	-0.07 %
Tasa de desempleo	5.2%	3.8%
Crecimiento PIB *	1.1%	0.1%

\*Fuente: BCE

## Desempeño Financiero y Administrativo

En este marco macroeconómico, Invede mantiene su buen desempeño económico. Los ingresos operacionales decrecieron un 11.5 %, y las utilidades antes de impuestos y participaciones también disminuyeron un 11.4% que equivalen a un valor de USD 525 mil.

 2

La rentabilidad de los excedentes de liquidez, así como los dividendos de las participaciones accionarias siguen siendo una importante fuente de los ingresos de la Compañía, lo que ha permitido mantener estable la utilidad en los últimos tres años:



La adecuada política de distribución de dividendos ha permitido mantener sin mayor variación el retorno de la inversión de los accionistas, esto se refleja en el índice de rentabilidad sobre el patrimonio de los tres últimos años:



01

*[Handwritten signature]*  
3

El valor de la inversión en remodelar 2 niveles completos y la fachada exterior ascendió a la suma de USD 6.500.000. Los efectos de esta remodelación se revisan a continuación.

## Desempeño Comercial y de Marketing

El año 2019 estuvo marcado principalmente por la remodelación del centro comercial, de enero a mayo se construyó el nuevo Nivel 0, el mismo que se convirtió en la zona bancaria y de servicios del mall. Hoy, es un espacio práctico para el cliente y de gran circulación, hemos logrado el principal objetivo de activarlo y darle total movimiento. Aquí están ahora 16 locales comerciales y 5 islas de los cuales un 25% son nuevas marcas.

NIVEL 0 – 2018	NIVEL 0 - 2019
ANTES DE LA REMODELACIÓN 70% COMERCIALIZADO  10 LOCALES  1 ISLA	DESPUÉS DE LA REMODELACIÓN  100% COMERCIALIZADO  16 LOCALES  5 ISLAS
NIVEL 0 GANA 5 LOCALES Y 4 ISLAS CON LA REMODELACION	

En el mes de mayo continuamos con los trabajos en el Nivel 1, este nivel se remodeló por completo, abriendo un nuevo pasillo que une los dos corredores laterales del centro comercial, además de contar con una zona de 3 restaurantes, todos con terrazas hacia la Av. República y con vista al Parque La Carolina, lo que le dio un toque más abierto y acogedor.

En este nivel, tenemos ahora 37 locales y 9 islas, de los cuales 20% de los negocios son nuevas marcas. Tanto la luz natural como la iluminación en los pasillos son destacables, así como pisos, techos y el diseño en general.

*Shaw*

*ca*

NIVEL 1 – 2018	NIVEL 1 - 2019
<b>ANTES DE LA REMODELACIÓN</b> <b>100% COMERCIALIZADO</b>  <b>46 LOCALES</b>  <b>16 ISLAS</b>	<b>DESPUÉS DE LA REMODELACIÓN</b>  <b>100% COMERCIALIZADO</b>  <b>37 LOCALES</b>  <b>10 ISLAS</b>
<b>NIVEL 1: 9 LOCALES MENOS Y 6 ISLAS MENOS CON LA REMODELACION</b>	

Finalmente está la remodelación completa de la fachada, la cual cambio totalmente la visión externa del centro comercial. Esto se inició en enero del 2019 y terminó prácticamente en enero de este 2020. A más de abrir terrazas, se le dio color, nuevas texturas y se integraron jardines verticales y una fuente de agua alrededor de la curva de los que es el local de Sukasa.

Tenemos un nuevo centro comercial ocupado casi al 100%, quedan únicamente 2 locales en el nivel 2 que no se han comercializado hasta poder iniciar la remodelación del segundo nivel que se inicia en el 2020 y donde queremos cumplir con el objetivo de tener algunas marcas nuevas y una ocupación general del 100%.

<b>SALIDA DE MARCAS POR CAMBIOS EN EL MARKETING MIX 2019</b>	<b>15 LOCALES</b>	<b>EL GRIEGO, MARÍA GRACIA, PONTI, PONY, ZAKY, QUIZNOS, , FUNKY FISH, EXCELLENT, MIGUEL NIETO, ECUANATU, BANANA, LACOSTE, LOCURAS, MOVISTAR, ENTREPAPALES</b>
	<b>4 ISLAS</b>	<b>MY SHOES, CREPE DE LA CREME, CELLMAX, WATCH+</b>

INGRESO DE MARCAS POR CAMBIOS EN EL MARKETING MIX 2019	13 LOCALES	EYEBROW DESIGN, IVELLE, THE CAVE, SWEET N COFFEE, COLLAGE, LUCIAS HOUSE, 100 MONTADITOS, DPC, YOYOSO, SUPER PACO, MAYORAL, PARFOIS, NINE WEST
	3 ISLAS	TIMING, SWAROVSKI, SAMSUNG
Dentro del proyecto de remodelación el 25% de marcas son nuevos negocios.		

Cabe recalcar que la remodelación tuvo una disminución en las ventas de los locales y lógicamente de los ingresos del centro comercial. Lo más fuerte se dio en el nivel 1 donde tuvimos 5 meses sin ingresos de más de 45 locales. Las negociaciones para el cambio de espacios y nuevos contratos fue algo compleja, pero finalmente logramos cerrar todas los contratos con éxito, continuar con las principales marcas y poder ingresar nuevas, lo que dio un giro interesante al mix comercial.

La inauguración del primer nivel fue importante para el último trimestre del año, donde ya pudimos observar las primeras cifras positivas en cuanto al flujo de clientes, cifras que se mantienen arriba del 2018 e inclusive sobre el 2014.

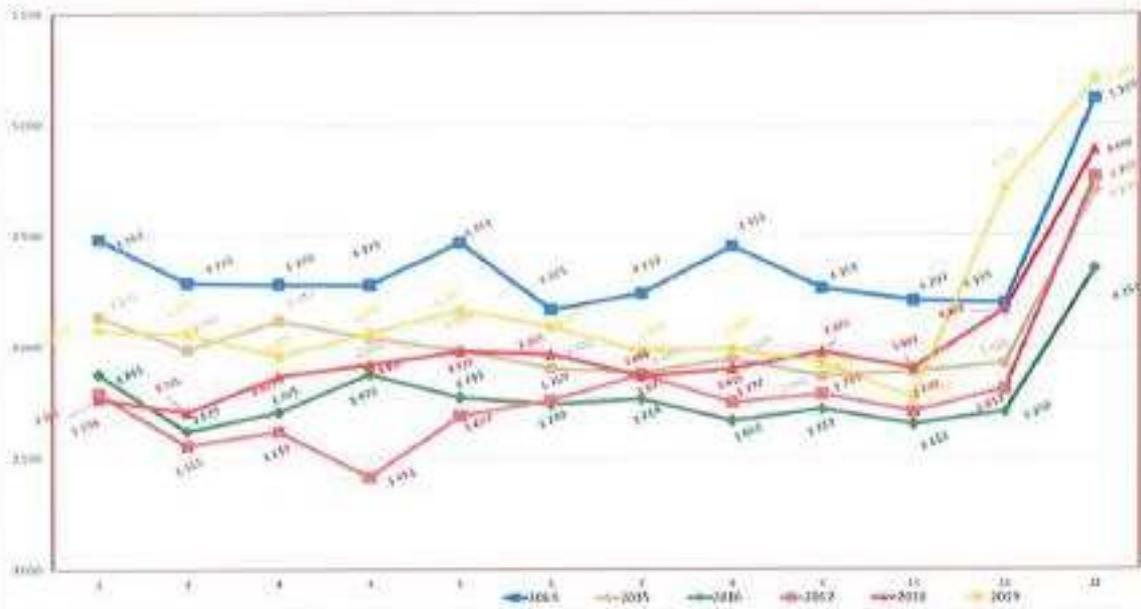
A continuación, algunos cuadros estadísticos que reflejan ingresos de autos durante todo el periodo 2019 y también el tema de disminución de ventas por remodelación a través de tarjetas de crédito (de acuerdo a informe de Datafast), sacadas por M2 y comparadas con los principales centros comerciales de Quito, en este caso, podemos ver que bajamos al tercer lugar, del segundo que nos encontrábamos el año pasado, siempre tomando en cuenta que somos el centro comercial más pequeño en GLA.

Los dos últimos cuadros que reflejan solo ventas de Mall El Jardín con y sin Supermaxi:

*shw*

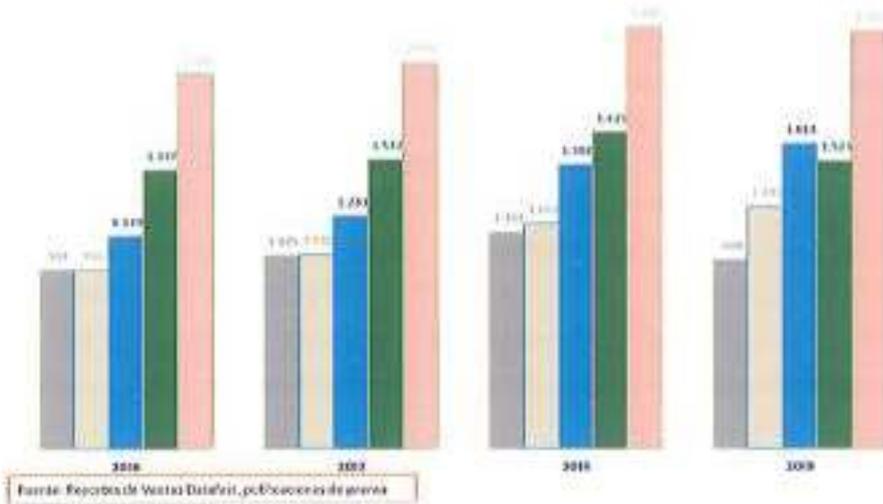
*01*

Isoede S.A.  
Estacionamientos - Sistema Tarifado  
Ingresos Vehiculares - Promedio Diario



Comparativo de Ventas Anuales por M2 de GLA  
Centros Comerciales Quito 2016 - 2019  
Sin Incluir Supermercado / M2 Comunitario (En USD)

■ El Rincón 2016-2019 ■ Centro 2016-2019 ■ El Condado 2016-2019 ■ El Jardín 2016-2019 ■ Quilicura 2016-2019



*Handwritten signature*

*Handwritten mark*

ANEXO B (BARDI)  
 EVOLUCIÓN DE VENTAS MENSUALES CON TARJETAS DE CREDITO POR LAZ DE GLA  
 SIN INCLUIR A SUPERMARE (€1.000.000)



Fuente: Reportes de Ventas Datafact

ANEXO B (BARDI)  
 EVOLUCIÓN DE VENTAS MENSUALES CON TARJETAS DE CREDITO POR LAZ DE GLA  
 INCLUYENDO A SUPERMARE (€1.000.000)



Fuente: Reportes de Ventas Datafact

*slow*

10

## Responsabilidad Ambiental Y Social

Como siempre nuestro compromiso con el Planeta, la Comunidad y nuestros colaboradores, a través de una gestión sostenible, la difusión y aplicación de buenas prácticas ambientales, nuestra responsabilidad con la comunidad y la aplicación de políticas inclusivas, nos han hecho merecedores de reconocimientos de parte de las entidades de control, esto representa un mayor compromiso a mantener y mejorar estas buenas prácticas.

Quiero agradecer el apoyo de la administración, al Presidente de la Compañía, a los accionistas por la confianza depositada en Invede. Gracias también a todos los colaboradores por su compromiso en la búsqueda de la excelencia para brindar una experiencia diferenciadora a los clientes de Mall El Jardín, sabemos que el trabajo continuo permitirá el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos.



Atentamente,



Alfredo Peñaherrera Wright

Gerente General

INVERSION Y DESARROLLO INVEDE S.A

