



GUILLERMO VAZQUEZ
— 1943 —

INFORME DE LABORES

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONÓMICO DEL 2018

Señores Accionistas:

De acuerdo a lo establecido en la Ley y en los Estatutos Sociales de la Compañía presento en consideración de ustedes el Informe de Labores correspondiente al Ejercicio Económico del año 2018, al mismo que adjunto los informes del Comisario de la Compañía Sr. Gustavo Monroy y de los Auditores Externos Best Point Cía. Ltda.

1. ENTORNO ECONÓMICO

Según la CEPAL, el año 2018 terminó con un crecimiento del Producto Interno Bruto del 1%, que evidencia un comportamiento decreciente frente al 2017 en el que se alcanzó el 2.4%. Lo preocupante, es que para el 2019, también se prevé un modesto crecimiento del 0.9%. Como resultado, persiste el déficit fiscal junto a la necesidad de conseguir más préstamos del exterior en un escenario en el que se vuelva cada vez más difícil acceder a créditos, con un indicador de riesgo país de los más altos de América Latina, 826 puntos, es decir un 80% más alto que el año 2017 en que terminamos con 459 puntos de riesgo país. De no conseguir esos créditos, podría agravarse el problema de liquidez causando una contracción de la economía.

Al 31 de Diciembre de 2018, el precio promedio del barril de petróleo terminó en USD\$46.31, frente a USD\$55,87 del año 2017, mientras que la inflación según el INEC cerró en 0,27%.

Merece especial atención el comportamiento de la tasa activa referencial para el segmento corporativo, que a finales del 2018 alcanzó un porcentaje del 8,81% frente al 7,75% con que cerró en el 2017; este comportamiento creciente se mantuvo durante el mes de Enero 2019 llegando al 9,06%. La tasa Libor USD, cerró en Diciembre 2018 con 3.14% demostrando un comportamiento también creciente frente a 2.11% del año 2017.

PRECIO DEL ORO Y COTIZACIÓN MONEDA EXTRANJERA.

El precio del oro, expresado en Onza Troy cerró en USD\$1.282,10, similar al de finales del 2017 USD\$1.291; sin embargo, al 16 de Febrero de 2019, se ubicó en USD\$1.320. Este incremento según los analistas se debe a una caída en los rendimientos de los bonos del tesoro americano y una menor demanda de activos de riesgo.

El Franco Suizo, moneda con la que realizamos nuestras negociaciones de relojes, cerró su cotización en Diciembre del 2018 en 1,015, mientras que en el 2017, lo hizo en 1,021, por lo que se ha mantenido relativamente estable.

Frente a la difícil realidad del año 2018, en el que los ajustes fiscales que se aplicaron fueron insuficientes, el escenario para el año 2019 según el analista Walter Spurrier, exige un recorte importante del gasto corriente, incremento de las exportaciones, mayor inversión nacional y extranjera con incentivos para invertir; y, una reforma laboral que permita ajustar al personal a los ciclos económicos.

2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

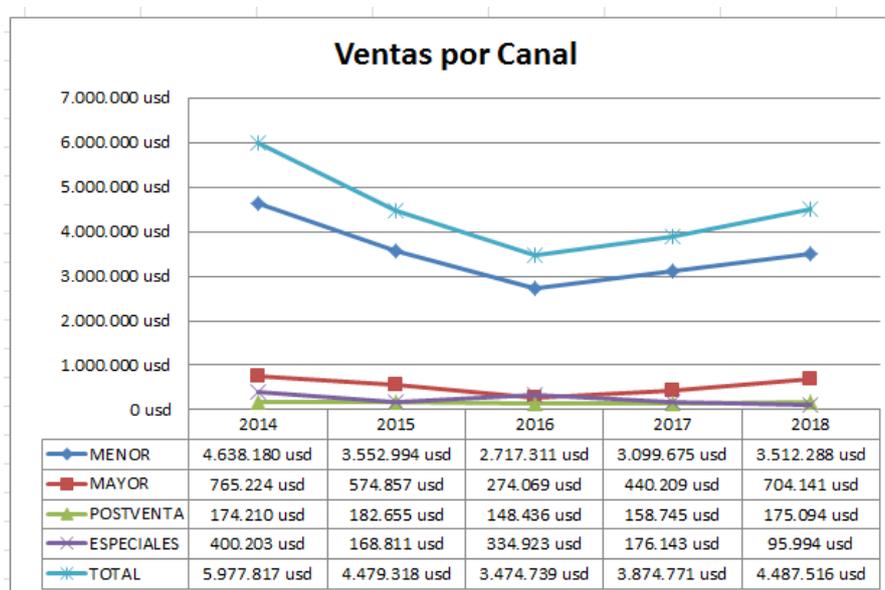
2.1. VENTAS Y MERCADEO

En el año 2018 se vendieron 4.487.516 USD, en relación al año 2017 que la venta fue de 3.874.607 USD, lo cual representa un incremento del 15.81 % de los ingresos.

La utilidad bruta del ejercicio 2018 es de 1.978.742 USD, que representa un incremento de la utilidad del 13.20 % comparada con la utilidad bruta del 2017 que fue de 1.748.032 USD.

2.1.1 Canales

Realizando un comparativo de los últimos cinco años, podemos observar que se mantiene un crecimiento aunque no se llega todavía a los niveles del año 2014. En cuanto a composición del canal de ventas, el canal menor representa un 78.26 % de las ventas, el canal mayor se recupera y aporta con el 15.69% de las ventas, repartándose la diferencia entre especiales y postventa. El canal especiales disminuye puesto que no se ha realizado liquidaciones en la corporación.



El canal menor ha aumentado su porcentaje de utilidad bruta a 48.08 % y el canal mayor ha disminuido su porcentaje de utilidad bruta a 25.47 % por efecto de la política de venta de relojes a precio internacional más iva, dando un total en el año de 44.09 % inferior en 1.01% al porcentaje de utilidad bruta del año pasado que llegó a 45.10%, como consecuencia del crecimiento del canal mayor.

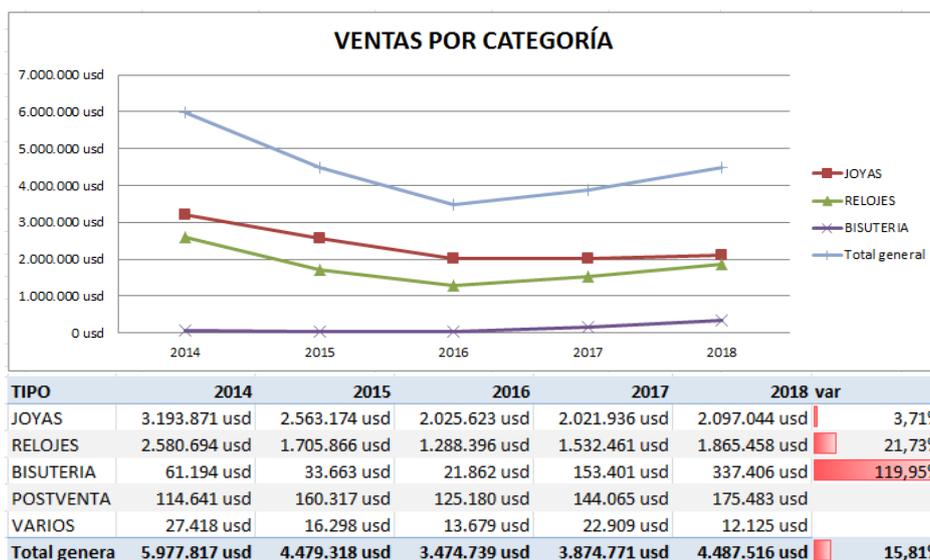
CANAL	2014	2015	2016	2017	2018	dif
MENOR	51,20%	53,64%	46,04%	47,63%	48,08%	↑ 0,45%
MAYOR	38,41%	41,59%	39,99%	30,36%	25,47%	↘ -4,89%
POSTVENTA	39,53%	59,74%	61,95%	59,06%	59,02%	↑ -0,04%
ESPECIALES	19,13%	39,83%	15,34%	24,74%	7,47%	↓ -17,27%
TOTAL	47,08%	51,82%	43,29%	45,10%	44,09%	↑ -1,01%

2.1.2. Categorías de producto

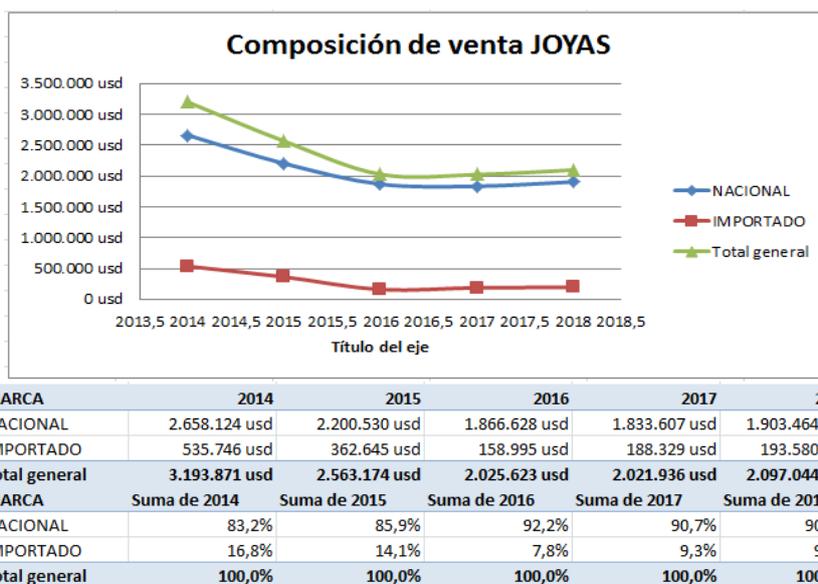
Si revisamos por categorías, la categoría joyas de oro incrementaron sus ventas en 75.108 usd lo que representa un incremento de 3.71 % en la venta con respecto al año pasado.

La categoría relojes incrementó sus ventas en 352.997 usd, lo que representa un incremento de 21.73 % en la venta con respecto al año pasado.

La categoría bisutería incrementó sus ventas en 184.005 usd, lo que representa un incremento de 119.95 % en la venta con respecto al año pasado.



En la categoría de joyas su composición de ventas tomando en consideración la relación entre producto importado y producto nacional se mantuvo con respecto al año anterior. El porcentaje de joyas importados de oro llegó a ser un 9.2 % de la venta de joyas de oro, pasando de 188.329 usd a 193.580 usd con un incremento neto de 5.251 usd.



Como se observa en años pasados el peso de la joyería importada era mayor, llegando a ser un 16.8 % de las ventas. Por lo que es importante incorporar marcas competitivas en este segmento.

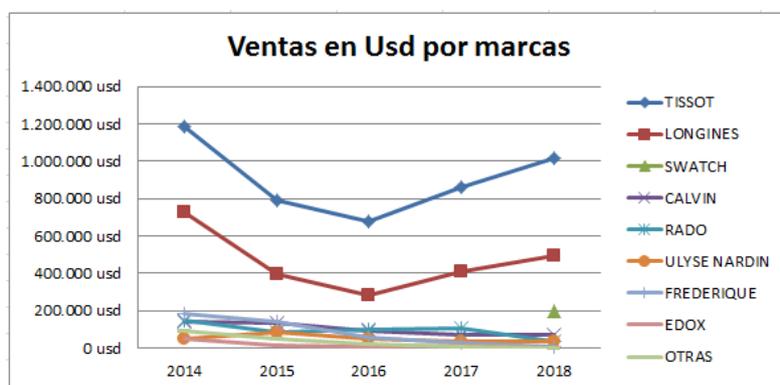
2.1.3. Marcas

Si analizamos la categoría relojes por marca, la marca de mayor venta es TISSOT con una contribución del 54.47 % sobre las ventas del 2018 con un total de 1.016.185 USD, que representa un incremento en venta neto de 156.420 usd con respecto al el año pasado y un margen de utilidad bruta del 39.3 % es decir un 2.2% inferior al año pasado.

La segunda marca en ventas en el 2018 es LONGINES con una contribución de 26.38 % sobre las ventas del 2018 con un total de 492.142 USD, que representa un incremento de venta neto de 81.438 usd con respecto al año pasado, y un margen de utilidad bruta del 41.7 % similar al año pasado. .

La marca Swatch que se incorporó al portafolio en el mes de mayo obtuvo una venta neta de 199.489 usd, que representa un 10.69 % de las ventas, con un margen de utilidad bruta del 30.7 % debido a que esta marca se está potenciando su venta en el canal mayor.

La otra marca vigente es CALVIN con una venta neta de 71.443 usd y un margen de utilidad del 38.3 %.



MARCA	2014	2015	2016	2017	2018	var
TISSOT	1.186.349 usd	791.597 usd	675.214 usd	859.765 usd	1.016.185 usd	↑ 18,2%
LONGINES	725.840 usd	396.451 usd	284.724 usd	410.704 usd	492.142 usd	↑ 19,8%
SWATCH					199.489 usd	
CALVIN	143.853 usd	136.177 usd	90.294 usd	74.302 usd	71.443 usd	↑ -3,8%
RADO	151.962 usd	87.954 usd	97.683 usd	103.115 usd	38.586 usd	↓ -62,6%
ULYSE NARDIN	49.285 usd	85.686 usd	47.714 usd	36.401 usd	35.332 usd	↑ -2,9%
FREDERIQUE	183.160 usd	139.429 usd	57.620 usd	28.003 usd	5.239 usd	↓ -81,3%
EDOX	48.379 usd	17.835 usd	10.598 usd	14.608 usd	3.651 usd	↓ -75,0%
OTRAS	91.864 usd	50.737 usd	24.550 usd	5.563 usd	3.391 usd	↔ -39,0%
Total genera	2.580.694 usd	1.705.866 usd	1.288.396 usd	1.532.461 usd	1.865.458 usd	↑ 21,7%
MARCA	2014	2015	2016	2017	2018	
TISSOT	48,2%	54,3%	45,1%	41,5%	39,3%	
LONGINES	44,7%	51,3%	42,1%	41,7%	41,7%	
SWATCH					30,7%	
CALVIN	49,1%	53,5%	40,2%	38,4%	38,3%	
RADO	39,8%	46,2%	30,3%	31,5%	13,6%	
ULYSE NARDIN	40,2%	36,1%	25,9%	15,2%	23,1%	
FREDERIQUE	34,4%	30,2%	14,8%	7,7%	26,4%	
EDOX	39,4%	35,4%	13,3%	19,9%	17,5%	
OTRAS	14,5%	13,4%	-38,9%	6,3%	-30,2%	
Total genera	44,3%	48,8%	39,1%	39,2%	37,9%	

2.1.4. Plaza

Si revisamos por ciudad el canal menor, las ventas incrementaron con relación al año 2017 en un 13.3 %, con un crecimiento neto en valor, sin embargo solo tres de las seis ciudades tuvieron crecimiento.

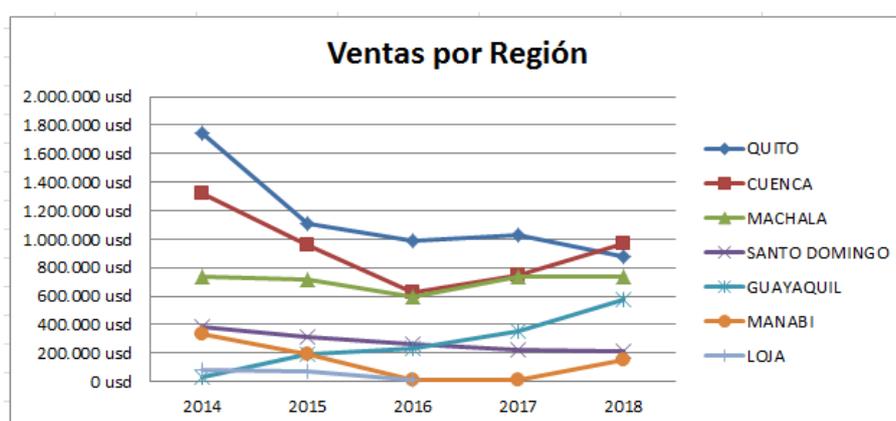
El mayor crecimiento se encuentra en la ciudad de Guayaquil con un valor neto de 226.613 usd que corresponde a un 64% con respecto al año pasado. Esto se debe a la consolidación del nuevo local de los Ceibos que tuvo un crecimiento neto de 162.973 usd, y al crecimiento de ventas en el local de San Marino con un valor neto de 56.811 usd.

La ciudad de Cuenca es la plaza más importante en ventas, en detrimento de la ciudad de Quito, con un incremento neto de 217.361 usd que corresponde a un 29 % sobre el año pasado. Este se debe al incremento de ventas del local del Mall del Río con un valor neto de 104.410 usd, y al incremento de ventas en el local de Fun Time con un valor neto de 91.397 usd.

En la ciudad de Manta se consolidaron las ventas del local aperturado a fines del 2017, alcanzando un crecimiento neto con respecto al año pasado de 136.631 usd.

El problema se concentró en la ciudad de Quito con un decremento de ventas neto de 157.744 usd que representa una disminución porcentual de 15.3 % con respecto al año pasado. Esto se debe a que todos los almacenes de Quito contrajeron sus ventas, en el caso de Swiss Time el valor neto de contracción fue de 61.785 usd, en el caso de Scala se contrajo en 53.053 usd, y en el caso de Quicentro en 42.905 usd. Aquí estaremos concentrando nuestras activaciones.

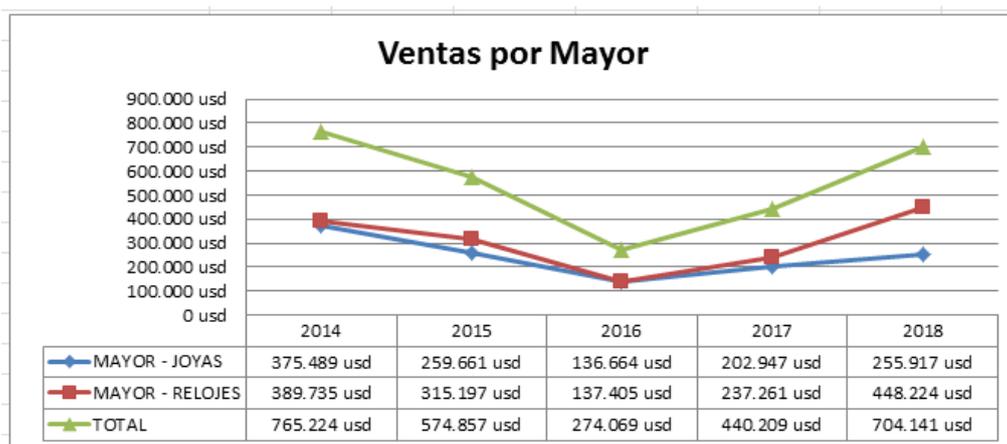
En el caso de Machala y Santo Domingo mantuvieron ventas muy similares al año pasado con una ligera contracción que en valor no superó los 6.000 usd netos.



CIUDAD	2014	2015	2016	2017	2018	var 17/16	var 18/17
QUITO	1.745.648 usd	1.106.088 usd	986.615 usd	1.031.142 usd	873.398 usd	4,5%	-15,3%
CUENCA	1.325.479 usd	957.362 usd	626.382 usd	748.962 usd	966.323 usd	19,6%	29,0%
MACHALA	732.161 usd	720.911 usd	593.164 usd	738.571 usd	733.227 usd	24,5%	-0,7%
SANTO DOMINGO	387.789 usd	313.997 usd	262.784 usd	218.435 usd	213.532 usd	-16,9%	-2,2%
GUAYAQUIL	28.412 usd	190.083 usd	235.630 usd	350.550 usd	577.163 usd	48,8%	64,6%
MANABI	335.920 usd	192.664 usd	6.516 usd	12.013 usd	148.644 usd	84,4%	1137,3%
LOJA	82.770 usd	71.889 usd	6.219 usd				
Total general	4.638.180 usd	3.552.994 usd	2.717.311 usd	3.099.675 usd	3.512.288 usd	14,1%	13,3%

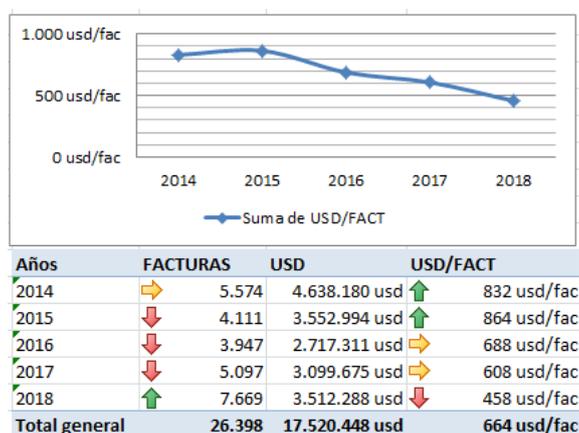
2.1.5 Canal Mayor

Las ventas en el canal por mayor se incrementaron en el 2018, la venta por mayor de joyas llegó a 255.917 usd que representó un incremento del 26.1 % contra el año 2017, la venta por mayor de relojes alcanzó la cifra de 448.224 usd incrementando en un 88.91 % con respecto al año 2017, dando un total de 704.141 usd.



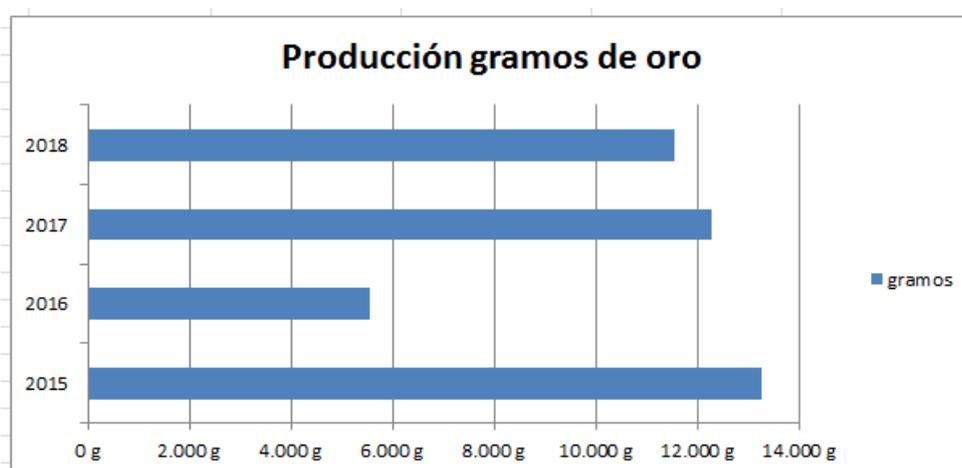
2.1.6. Menor (Retail)

El número de facturas en el año 2018 se incrementó en un 50.46 % pasando de 5.097 facturas a 7.669 facturas. Sin embargo el precio promedio por factura continuó a la baja descendiendo un 24.67 % pasando de un ticket de 608 usd/fact el año 2017, a un ticket de 458 usd/fact en el año 2018. La razón las políticas de precio y el crecimiento de la venta de bisutería que es hoy un 8% mensual de la facturación. El promedio de facturación diaria en el canal menor es de 21.01 facturas por día, lo que representa 1.6. facturas por día por local.



2.2. PRODUCCIÓN

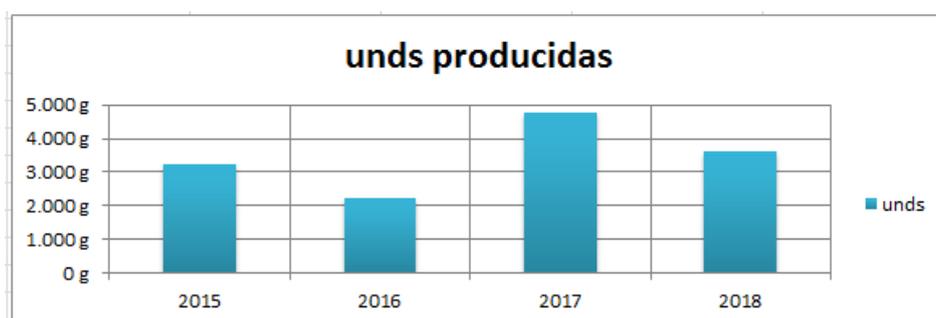
En el año 2018 se produjo 11.559 g de oro, es decir un 5.9 % menos que en el año 2017, sin embargo el valor de lo fabricado a costo fue de 773.044 usd, es decir un 20.64 % superior al valor de costo del año 2017 que fue de 640.765 usd. Esto es debido a que se introdujo partes de oro que no se cuentan dentro de los gramos producidos, y se intensificó el uso de diamantes.



	2015	2016	2017	2018
gramos	13.267 g	5.560 g	12.286 g	11.559 g
costo usd	1.182.854 usd	526.773 usd	640.765 usd	773.044 usd
usd/g	89,16 usd/g	94,74 usd/g	52,15 usd/g	66,88 usd/g

Si revisamos los costos promedio por gramo de oro de planta, se observa que en el año 2015 y 2016 eran superiores a los actuales, esto es debido a que en esos dos años el costo standard del gramo de oro manufacturado fue de 60 usd contra el standard actual que es de 39 usd, a este costo se añade el costo de piedras, y se llega a los costos especificados en la tabla, que en este año ascienden a 66.88 usd/g.

El peso promedio en gramos de oro por pieza del año 2018 se incrementó a 3,21 g/und es decir un 223,93 % contra los 2.59 g/und del 2017, puesto que se manufacturó piezas de mayor valor acorde con los requerimientos del mercado.

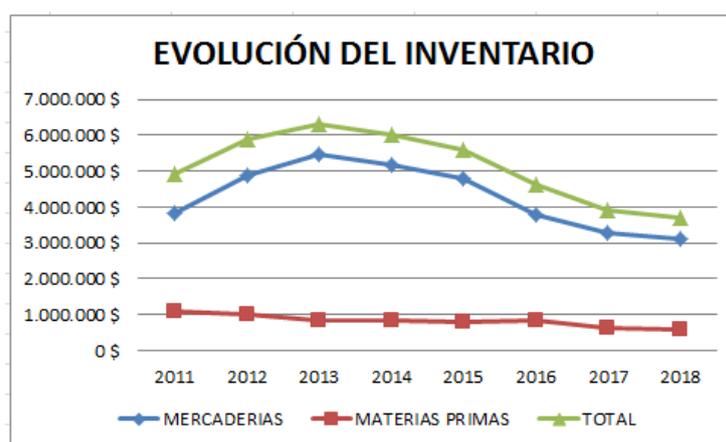


	2015	2016	2017	2018
unds	3.236 unds	2.248 unds	4.751 unds	3.604 unds
gramos	13.267 g	5.560 g	12.286 g	11.559 g
g oro/und	4,10 g/und	2,47 g/und	2,59 g/und	3,21 g/und

2.3 INVENTARIOS

Al corte del año 2017 el inventario alcanzó el valor de 3.790.490 usd, que representa una disminución neta de 92.870 usd, que equivale a un porcentaje de 2.39 %, con respecto al año 2016 que fue de 3.883.360 usd.

Si observamos la evolución del inventario, es a partir del año 2011 que empieza a incrementarse, alcanzando su valor máximo el año 2013, llegando a estar sobre un valor de 6.310.403 usd, y a partir de esta fecha ha mantenido una tendencia a la baja.



DETALLE	2013	2014	2015	2016	2017	2018
MERCADERIAS	5.448.721 \$	5.183.590 \$	4.787.061 \$	3.798.032 \$	3.291.165 \$	3.116.654 \$
MATERIAS PRIMAS	859.438 \$	839.341 \$	800.414 \$	831.555 \$	620.037 \$	577.797 \$
MERCADERIA EN TRANSITO	54.283 \$	47.816 \$	9.665 \$	96.097 \$	52.650 \$	91.954 \$
MATERIALES Y SUMINISTROS	32.414 \$	46.759 \$	38.014 \$	21.315 \$	18.995 \$	22.049 \$
RESERVA INVENTARIO		-36.779 \$	-36.779 \$	-36.779 \$	-36.779 \$	-11.640 \$
PROVISION VALOR NETO REALI	-84.453 \$	-84.453 \$	-84.453 \$	-84.453 \$	-62.708 \$	-6.405 \$
TOTAL	6.310.403 \$	5.996.274 \$	5.513.923 \$	4.625.768 \$	3.883.360 \$	3.790.409 \$

La composición del inventario corresponde a un 52.13 % en joyas, a un 26.01 % en relojes, a un 13.51 % en materia prima, acorde con la siguiente estructura.

CATVEN	EXISTENCIA	VALOR	COMPOSICIÓN
JOYAS	6.964 unds	1.938.691 usd	52,13%
RELOJES	3.657 unds	967.214 usd	26,01%
MATPRI		502.515 usd	13,51%
BISUTERIA	3.310 unds	135.537 usd	3,64%
POSTVENTA		113.880 usd	3,06%
MATPUB		59.158 usd	1,59%
ACTIVOS		1.862 usd	0,05%
Total general	203.538 unds	3.718.855 usd	100,00%

2.4. CARTERA

El resultado final de cuentas x cobrar con corte al 31 de diciembre del 2018 posee la siguiente composición por el valor de 1.544.223 USD aumentando en 107.296 usd en valor y 7.46 % en porcentaje en relación con el corte al año 2017 que fue de 1.436.927 USD.

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	dif
Clientes no relacionados	962.296 usd	582.772 usd	654.746 usd	643.303 usd	✓ -11.443 usd
Tarjetas de crédito	54.436 usd	79.006 usd	441.255 usd	502.068 usd	⚠ 60.813 usd
Varios Deudores	45.482 usd	51.785 usd	112.601 usd	5.526 usd	✓ -107.075 usd
Clientes relacionados	354.370 usd	336.719 usd	255.595 usd	260.822 usd	⚠ 5.227 usd
Provisión ctas incobrables	-131.619 usd	-83.757 usd	-87.270 usd	-91.545 usd	✓ -4.275 usd
Préstamos a relacionadas	0 usd	250.000 usd	60.000 usd	224.049 usd	✗ 164.049 usd
Préstamos a empleados	400 usd	26.131 usd	0 usd	0 usd	⚠ 0 usd
	1.285.365 usd	1.242.656 usd	1.436.927 usd	1.544.223 usd	✗ 107.296 usd

Esto se ocasiona por el incremento de 60.813 usd en el rubro en tarjetas de crédito, como consecuencia de la modalidad que se utiliza de diferido mes a mes, que implica la menor tasa de descuento según la tarjeta pero el plazo de pago se alarga. El otro rubro que impacta es el incremento en el rubro de préstamos a relacionados por 164.049 usd, en este caso a MASTERMOTO y AGNI METALES.

3. INVERSIONES

3.1 ACTIVO FIJO

Al 31 de diciembre del año 2018 el activo fijo neto es de 780.844 USD, similar al valor del año 2017 que fue de 780.688 usd.

3.2 ACTIVO DIFERIDO

Al 31 de diciembre del año 2018 el activo diferido es de 389.877 usd, que representa un incremento de 13.47% con respecto al activo diferido del año 2017 que fue de 343.567 usd. Esto se debe a las obras realizadas para implementar los nuevos locales y remodelar parciales de los actuales.

3.3 INVERSIONES

Al término del año 2018, la compañía posee una inversión en SANVAZ por 10.006,52 usd, compañía que al día de hoy se encuentra liquidada.

Adicional la compañía mantiene una inversión en bonos adquiridos a través de la Institución Financiera UBS Switzerland AG por el monto de 462.072 usd, los cuales generan intereses de 5.09% con vencimiento desde el 2022 hasta el 2025.

4. ADMINISTRATIVO

Varios hechos importantes han sucedido en el año 2018 en la compañía:

1. El 17 de enero del 2018, se modifica la estructura del pasivo financiero de la compañía, acorde con las disposiciones corporativas.
2. El 01 de marzo del 2018 la Unidad Judicial de Trabajo de Cuenca, ordena la citación a ex administradores y accionistas de Joyería Guillermo Vázquez S.A. por el juicio planteado por el Sr. VASQUEZ REINOSO GENARO.
3. El 04 de mayo del 2018 se reincorpora la marca SWATCH al portafolio de Guillermo Vázquez.

4. El 09 de mayo del 2018 se incorpora la marca de joyería italiana Ana María Camilli al portafolio de Guillermo Vazquez.
5. El 01 de julio del 2018 se incorpora a la Compañía la marca SALVATORE, marca de bisutería de plata chapado en oro rosa.
6. El 24 de septiembre se cierra el local del DORADO en Guayaquil.
7. El 01 de septiembre se apertura el local del Centro Comercial Batán Shopping, en el cual se introduce un nuevo concepto multimarca, la denominación del local es GUIVA.
8. Participación como auspiciante en la elección de la reina de Cuenca, como punto principal la entrega de la corona el día 11 de octubre de 2018.
9. El martes 16 de octubre se termina la remodelación del taller, y se recibe la visita oficial de las candidatas a Reinas de Cuenca.
10. El 20 de octubre se apertura el local de GUIVA de Riocentro Entre Ríos.
11. El 01 de diciembre se organizó una convención nacional de la compañía, con el objeto de motivar y capacitar al personal.
12. El 20 de diciembre se reincorpora la marca BRUMANI al portafolio de la compañía.

5. ASPECTOS LABORALES Y LEGALES

5.1. LABORAL

En el año 2018 se registraron 22 ingresos (entradas) y 20 egresos (salidas) de personal, se inició con una con una población de 72, y se finalizó con una población de 74, es decir 2 personas más en la Compañía.

Índice de rotación de personal = $((22+20)/2) * 100 / ((72+74)/2)$

Índice de rotación de personal = 28,76 %

5.2. LEGAL

Se ha dado cumplimiento a las normas legales en los Actos y Contratos que ha celebrado la Compañía y en las disposiciones que se ha impartido.

6. CUMPLIMIENTO DE RESOLUCIONES DE JUNTA GENERAL Y DIRECTORIO

La Compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General Extraordinaria de Accionistas del 16 de abril del 2018, y de los directorios del 15 de enero, 16 de abril, 20 de julio, y del 22 de octubre del 2018.

7. RESULTADOS Y PATRIMONIO

7.1. RESULTADOS

La pérdida operativa del ejercicio 2018 es de (1.506 usd), lo cual representa una disminución de la pérdida del 99.37 % contra la pérdida operativa del ejercicio 2017 que fue de (239.261 usd).

La pérdida del ejercicio 2018 antes de impuesto a la renta es de (119.202 usd), lo cual representa una disminución de la pérdida del 71.87 % contra la pérdida del ejercicio 2017 que fue de (423.859 usd).

7.2. PATRIMONIO

A Diciembre 31 del 2018 el Patrimonio Neto de la Compañía es de 2.951.697 USD que representa un decremento del 3.88 % con respecto al patrimonio neto cortado al 31 de Diciembre del año 2017 que fue de 3.070.898 USD

8. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La Compañía durante el año 2018 ha dado cumplimiento a las normas sobre Propiedad Intelectual y Derechos de Autor.

Queda a consideración de los Señores Accionistas el presente Informe de Labores, reiterando el agradecimiento a todas las personas que colaboraron con la Compañía y de manera especial a nuestro Presidente el Dr. Sergio Ramos y a la Gerente Administrativa Financiera la Ing. Claudia Vázquez.

Atentamente

Ing. James Arias Cisneros

GERENTE GENERAL

Dr. Sergio Ramos Vázquez

PRESIDENTE

JOYERÍA GUILLERMO VÁZQUEZ S.A.

Cuenca, 19 de febrero de 2019