

Quito, 12 de marzo de 2014

Señores Accionistas:

De conformidad con las vigentes disposiciones legales y los estatutos de la compañía, presento a consideración de ustedes el Informe de Actividades de INGESA por el ejercicio económico del año 2013.

1. INGESA en un contexto global.

En el año 2013 los costos continuaron en la tendencia al alza que viene desde el ejercicio 2010. El precio promedio anualizado del kilogramo de chip de nylon estuvo dentro de los promedios normales, a US\$2,90. Sin embargo el costo de mano de obra, incluyendo beneficios sociales, aportes y reservas subió de US\$2'961.645,25 a US\$3'614.592,10 por los incrementos en salarios, reservas para jubilación y número de empleados.

En 2007 las exportaciones a los Estados Unidos llegaron representar más del 90% de las ventas al exterior, y sobrepasaban el 65% de la facturación total. Las renovaciones a corto plazo del ATPDEA y la falta de negociación de acuerdos comerciales a largo plazo con los Estados Unidos llevaron a que dicho mercado se reduzca a menos de la mitad. En 2012 habían llegado al punto más bajo desde 2007, con US\$4'075.520,24.

En mayo de 2013 la embajadora Nathalie Celi inició la campaña Keep Trade Going, con el objetivo de que los estadounidenses contacten a sus congresistas para pedir la renovación del ATPDEA. Sin embargo, el 27 de junio de 2013 el Ecuador renuncia unilateralmente y de manera irrevocable al Tratado de Preferencias Andinas Arancelarias con Estados Unidos, aduciendo que el país no acepta presiones ni amenazas de nadie, y asegurando que el beneficio del ATPDEA se había convertido en un chantaje. En el anuncio se ofreció

veinte y tres millones de dólares anuales a Estados Unidos para brindar capacitación en derechos humanos.

Para reducir el impacto económico de la renuncia a las preferencias, el 12 de agosto de 2013, el Gobierno Nacional, reforma la Ley de Abono Tributario, estableciendo que el Comité de Comercio Exterior actuará como Comité Administrativo de dicha ley, con la más amplia facultad para fijar la fecha a partir de la cual los exportadores que cumplen con los requisitos se beneficien de certificados de abono tributario. Para el efecto debe elaborar una nómina de producto, los períodos que serán considerados para la concesión de Certificados de Abono Tributario, los porcentajes que se aplicarán y el monto máximo que podrá ser destinado de acuerdo con el Presupuesto General del Estado.

El 10 de septiembre de 2013 el Comex, considerando que la suspensión de las preferencias arancelarias otorgadas por la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga, ATPDEA, han ocasionado una desmejora en el nivel de acceso al mercado norteamericano de la producción ecuatoriana, resuelve aprobar la nómina de productos beneficiarios y porcentajes que se aplicarán para la concesión de Certificados de Abono Tributario. En la resolución, el Comex resuelve fijar los períodos comprendidos entre el 1 de agosto de 2013 y el 31 de diciembre de 2014, con un monto máximo de US\$9'000.000,00 para el período fiscal 2013, y US\$25'000.000,00 para el año fiscal 2014. INGESA S.A. es incluida en la nómina de beneficiarios con las medias nylon.

Como resultado, las ventas bajo ATPDEA cayeron un 4% adicional en 2013, con apenas US\$3'915.895,49. A pesar de la reducción, Estados Unidos sigue siendo nuestro principal destino, representando el 70% de las exportaciones y el 30% de la facturación total.

En 2013 las exportaciones totales crecieron 9,45%, pasando de US\$5'150.452,37 a US\$5'636.984,73, siendo Colombia y Perú los mercados con mayor incremento en dólares. Las exportaciones de hilo a Colombia se triplicaron, con US\$285.678,43 dólares más que 2012. Las ventas al vecino del sur alcanzaron los US\$796.642,00, con un aumento de US\$255.802,40 frente al ejercicio anterior, lo que significa 50 punto porcentuales. Las ventas a México, crecieron 2,4 veces, incrementándose en US\$105.708,20.

2. Principales gestiones durante el año.

2.1.- Cumplimiento de objetivos: Gracias a todas las gestiones realizadas en el ejercicio 2013, se logró una rentabilidad sobre las ventas de INGESA S.A. del 6% con utilidades de US\$764.634,35 antes de utilidades a trabajadores e impuestos. Durante el ejercicio se pagaron US\$644.000,00 en dividendos a los accionistas, tomando de la cuenta de utilidades retenidas de ejercicios anteriores.

La Junta General Universal de Accionistas de Ingresa S.A. celebrada el martes 9 de abril de 2013, resolvió que se realice un aumento de capital de US\$500.000,00, para alcanzar un capital social de US\$2'000.000,00, mediante una reinversión de utilidades del ejercicio 2012, para la adquisición de activos, conforme lo prevé el Art. 51 del Reglamento de Ley Orgánica de Régimen Tributario. Cumpliendo con ésta disposición, se procedió con el aumento de capital, el mismo que quedó protocolizado el día 5 de diciembre de 2013 en la Notaría Sexta del Cantón Quito, e inscrito en el Registro Mercantil el 20 de diciembre de 2013.

En el ejercicio 2013 se concretó un proyecto que surgió como una alternativa a la pérdida del mercado estadounidense por la terminación del ATPDEA, y a la reducción de uso de medias nylon a nivel mundial. El objetivo principal es mantener ventas y puestos de trabajo, puesto que las ventas bajo el sistema de preferencias arancelarias significan el 30% de las ventas totales y demandan mucha mano de obra ya que todo el empaque se lo realiza de forma manual.

El proyecto abarca tres frentes, primero actualizar la marca Ingresa, segundo aumentar la gama de productos tradicionales, lanzando al mercado medias con diseño, y tercero es crear una línea completamente nueva de productos, que incluyen ropa interior y exterior de mujer, ropa deportiva y fajas modeladoras. Para ver la factibilidad del proyecto se realizó un primero estudio de mercado para determinar las fortalezas y debilidades de nuestra

marca, la apertura de las consumidoras a nuevos productos ofertados por Ingresa y los hábitos de compra de estos productos.

El resultado del estudio fue muy positivo, y se decidió actualizar el logotipo de la marca INGESA, manteniendo aspectos esenciales que se determinaron en el estudio, y adicionalmente se modernizó el diseño de todos los empaques de productos con la marca. De igual manera, en el cambio de empaques se tomaron las consideraciones necesarias para no generar confusión o desconfianza en el consumidor.

Se decidió lanzar nueva línea con una nueva marca, creada para el propósito, y que engloba la estrategia, la comunicación y el espíritu de los nuevos productos. Se optó por la denominación TESS.

En mayo de 2013 se realizó el primer plan de negocios que incluyó estrategias de venta, mercado, inversiones, y flujos proyectados. El plan se contempla la incursión no solo en una nueva línea de productos, sino también en una nueva línea de negocio. El objeto es montar puntos de venta propios para poder ofertar todos los productos de la nueva línea, y mejorar también las ventas de las medias.

En 2013 se cerraron contratos para puntos de venta propios en los centros comerciales Quicentro Norte, Quicentro Sur, CCI, Recreo y San Luis Shopping en el área de Quito, Maltería Plaza en Latacunga, Paseo Shopping en Riobamba, Riocentro Sur en Guayaquil, y uno en el Centro Comercial de la Península en Santa Elena.

La inversión en maquinaria sumó US\$2'192.332,36, incluyendo ocho máquinas Matec para medias con diseño, veinte máquinas Santoni para tejer las prendas seamless, una máquina empacadora XXX, una secadora Triveneta, una estampadora XXX, un sistema completo de acondicionamiento de aire, maquinas de coser, atracadoras, overlocks, y flat seamers. El manual de marca Ingresa, el rediseño de los empaques, la creación de la nueva marca y los empaques para nueva marca, incluyendo sesiones de fotografía, diseños de afiches,

muestrarios, catálogos de productos, gift cards y avisos, significaron una inversión de US\$50.842,41. Las adecuaciones en la planta necesarias para instalar la nueva maquinaria, la reubicación de maquinaria y oficinas, una red hídrica, la construcción de las nuevas oficinas y un show room entre otros rubros, alcanzaron los US\$58.719,55. En el diseño y construcción de nuevos locales se invirtió US\$117.849,17. Adicionalmente se invirtió en computadoras y software para los puntos de venta, y se contrató personal para diseño, confección, estampado y puntos de venta.

El 9 de julio de 2012 mediante escritura pública ante el Notario Tercero del Cantón Quito, suscrita por los representantes de INGESA S.A., Inmobiliaria Inmoelmana Cía. Ltda. y la compañía Enlace Negocios Fiduciarios S.A., se constituyó un encargo fiduciario con la finalidad de que el Fiduciario efectúe a nombre, representación y por cuenta de los constituyentes, los actos necesarios para traspasar el dominio del inmueble de propiedad de Ingresa, ubicado en la Capitán Ramos, a favor de Inmobiliaria Inmoelmana, y de igual manera, gestionar el pago de un anticipo por la venta hasta que se perfeccionen los requisitos para suscribir la compraventa. Durante el ejercicio 2013 no se logró solucionar el problema catastral, por lo que el encargo fiduciario se mantiene.

El 1 de octubre de 2012 se celebró la escritura de compraventa del inmueble ubicado en Pomasqui de propiedad de INGESA S.A. a favor del Fideicomiso La Herlinda. El precio pactado por el inmueble es de US\$1.440.000,00. En 2013 se recibió el primer pago por un valor de US\$560.000,00.

2.2.- Cumplimiento de disposiciones de la Junta General y del Directorio: En el año 2013, al igual que en el año 2012, se cumplió con todas las disposiciones legales, estatutarias y reglamentarias, así como con las resoluciones emanadas de la Junta General de Accionistas y del Directorio.

2.3.- Hechos extraordinarios:

Ámbito Administrativo.- El ámbito administrativo se ha desarrollado con normalidad, continuando con el objetivo de mejorar los sistemas y mecanismos de control interno.

Ámbito Laboral.- No se registró ningún hecho extraordinario en al ámbito laboral. Durante el ejercicio, las reservas laborales subieron de US\$1'865.795,50 a US\$2'299.730,79. El número de empleados subió de 321 a 373.

Ámbito Legal.- Durante el ejercicio 2013 no se presentó ninguna novedad en el ámbito legal.

3. Situación Financiera y resultados de INGESA.

El Balance General y el Estado de Resultados al 31 de diciembre de 2013, son parte integral del presente informe.

Las ventas de INGESA en 2013 fueron de US\$13'145.835,37 frente a US\$11'975.064,23 en el ejercicio, lográndose un incremento de US\$1'170.771,14, equivalente al 9,78%. Sin embargo, la facturación en 2013 está por debajo que la de 2011. Las ventas locales alcanzaron los US\$7'508.850,54 representando el 57% de la facturación, y las exportaciones sumaron US\$5'636.984,83, lo que equivale el 43% de las ventas. Esto significa que se mantuvo la matriz de ventas del año anterior, ya que las ventas locales crecieron 10,03% y las exportaciones crecieron 9,45%.

Las cuentas por cobrar a clientes subieron de US\$6'569.419,15 a US\$6'617.758,43, con un incremento del 0,74%, contrastado con un incremento en ventas de 9,78%. Dentro de la cartera se encuentra la cuenta por cobrar del terreno de Pomasqui por US\$880.000,00. Eliminando el efecto de la venta del terreno, tenemos 157 días de cartera con los clientes del giro habitual del negocio. Durante el ejercicio se dieron de baja US\$73.046,94 contra la provisión para cuentas incobrables.

Los activos totales de la compañía sumaron US\$18'169.330,83. El incremento principal se produce en Propiedad Planta y Equipo, por las inversiones en maquinaria y adecuaciones a la planta.

Los pasivos de INGESA alcanzaron los US\$7'550.077,10 frente a los US\$4'615.545,06 en el ejercicio anterior. Hay un incremento en los pasivos por jubilación patronal y desahucio de US\$433.755,69. Los aumentos en las obligaciones bancarias de US\$946.518,55 y con proveedores del exterior de US\$1'156.119,65 corresponden a las inversiones realizadas en el nuevo proyecto.

El índice de endeudamiento medido en pasivos/activos subió de 0,30 a 0,42 en 2013, lo que indica que por cada dólar de activo hay cuarenta y dos centavos de pasivo. La relación pasivo/patrimonio subió de 0,43 a 0,71. La solvencia de la compañía medida en activos corrientes/pasivos corrientes bajó de 4,01 a 2,04. Esto significa que por cada dólar de deuda corriente, la compañía cuenta con 2,04 dólares en activos corrientes. Esta baja se produce por los préstamos bancarios a corto plazo y el financiamiento de proveedores hasta que se efectivice la operación aprobada con la CFN para reestructurar los pasivos. La utilidad sobre ventas bajó de 7,32% a 5,82%.

En el ejercicio 2013 se obtuvieron utilidades, antes de impuestos y participación de trabajadores de US\$764.634,35. El resultado obtenido fue inferior al del año 2012 en US\$111.926,75. La rentabilidad sobre ventas de INGESA pasó del 7,3% a 5,82. La rentabilidad medida en utilidades sobre el activo fijo bajó de 14,4% a 9,5%, y la rentabilidad sobre el patrimonio bajó del 8,1% al 7,2%.

Cumpliendo con las resoluciones de la Junta General de Accionistas y el Directorio, y con las disposiciones legales pertinentes, en 2013 se pagó a los accionistas US\$644.000 y US\$653,31 por concepto de compensación de salario digno a trabajadores. Los pagos por

dividendos correspondieron a utilidades retenidas de ejercicios anteriores, y se capitalizaron US\$500.000,00 con utilidades del ejercicio 2012. El patrimonio de INGESA a diciembre de 2012, de US\$10'791.457,86, produjo un flujo de dividendos equivalente al 6% durante el ejercicio de 2013.

4. Propuesta para el destino de las utilidades.

Corresponde al Directorio de la compañía, de acuerdo con el Estatuto Social vigente, presentar a consideración de la Junta General de Accionistas la propuesta para el destino de las utilidades obtenidas en el ejercicio económico 2013.

5. Propiedad Intelectual

En el ejercicio 2013 INGESA cumplió con todas las normas de propiedad intelectual. Sus marcas están registradas en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, y en los respectivos registros de varios países extranjeros. Todas las licencias que se utilizan están debidamente pagadas.

El 22 de mayo se presentó la solicitud para registrar la marca TESS en la clase 25 en Ecuador y la marca fue otorgada mediante resolución 144813-14 el 30 de enero de 2014. El 16 de octubre solicitamos el registro de la marca en la clase 3, y la solicitud fue publicada en la página No. 232 de la Gaceta No. 585. No hay ninguna resolución hasta la fecha.

Durante el ejercicio se presentaron sendas solicitudes para registrar la marca TESS en la clase 25 en Perú, Colombia, Chile, Panamá, México y Bolivia. La marca está registrada en Perú con fecha 24 de diciembre de 2013. En México se negó la solicitud y en Chile desistimos puesto que alguien más está usando la marca en la clase mencionada.

INGESA al momento no enfrenta ningún juicio, oposición o arbitraje pendiente.

6. Políticas y estrategias para el ejercicio 2014.

El esfuerzo más grande en este ejercicio tiene que orientarse a la consolidación de los proyectos iniciados en 2013. Hay que trabajar intensamente en ventas tanto en las grandes cadenas de almacenes, como en nuestros puntos de venta. La estrategia está en abrir almacenes en buenas ubicaciones, que nos permitan vender el producto y construir la marca. La prioridad es abrir locales en la costa, ya que ahí nuestra presencia es menor porque no era el mejor mercado para las medias nylon, sin embargo la línea de TESS ha tenido gran acogida en el litoral. Estamos buscando activamente opciones de locales en la cadena Riocentro puesto que sus condiciones de ingreso y alquileres son más adecuadas a nuestro presupuesto, y tienen un alto tráfico de visitantes. La meta es lograr abrir cinco locales más entre las plazas de Guayaquil, Santo Domingo, Manta, Machala, Portoviejo, Durán, Quevedo y Babahoyo. La nueva línea nos obliga también a buscar nuevas alianzas con almacenes a los que no vendíamos las medias, y a mejorar nuestro sistema de distribución en algunas ciudades como Ambato, Riobamba, Guayaquil, Manta y Machala donde tenemos deficiencias.

De igual manera es indispensable que saquemos al mercado más productos para aumentar la gama ofertada y generar más ventas, volviéndole a la marca más atractiva. La estrategia este año es duplicar la cantidad de productos que se desarrollaron en 2013.

Vamos a trabajar en reducir la cartera, ya que necesitamos liquidez para afrontar las obligaciones financieras adquiridas, y para continuar con la expansión de los nuevos proyectos. Tenemos que abrir más almacenes, hacer publicidad, gestión de ventas, exportar, y todo eso requiere de mucho flujo.

Finalmente quisiera agradecer a los accionistas, al personal administrativo y de planta por su permanente apoyo y por la dedicación con que trabajaron y aportaron este año para sacar adelante a la empresa y proyectarla al futuro.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Faisal Misle Zaidan".

FAISAL MISLE ZAIDAN

Gerente General