



## INFORME GERENCIAL

AÑO 2017

---

### RESUMEN

La crisis económica generalizada del país que inició a fines del 2014 continuó durante el 2017, la reducción de precios visible en la información macroeconómica del país también afectó a nuestra industria. Ante estos retos la empresa debió reaccionar y nuestro equipo de profesionales supo defender bien los intereses de los accionistas, mantener el empleo y consolidar nuestra posición de liderazgo en el mercado.

En medio de un escenario económico deflacionario, nuestra empresa debió sacrificar márgenes y reducir precios para mantener clientes. Al mismo tiempo logramos ganar nuevos clientes e incrementar las unidades vendidas, todo esto lamentablemente no se refleja en un incremento significativo de ingresos en dólares, al contrario nuestro costo de operación comercial se ve incrementado y no pudimos alcanzar nuestra meta de utilidad bruta.

En el último trimestre del 2017 se tomó la decisión, aprobada por la junta de accionistas, de tercerizar la operación logística con un proveedor especializado. Este paso importante promete mejorar costos de operación así como reducir pérdidas de inventario, este paso requirió un gasto fuerte no contemplado de aproximadamente \$100.000 que incluye liquidaciones a trabajadores y costos de traslado de bodega, visibles en el gasto administrativo.

Finalmente otro gasto importante que la empresa tuvo que incurrir fue el arreglo de techos y paredes de los galpones para el área productiva que se encontraban seriamente deteriorados y en la época invernal colapsaron, estos arreglos sumaron otros \$100.000 no presupuestados que se reflejan como gasto administrativo y afectan la rentabilidad total del negocio.

No obstante todo lo indicado, los accionistas podrán ver en los resultados una empresa sólida, con clientes fidelizados, ventas en unidades incrementadas y una posición favorable de competencia que nos permitirá despuntar en los siguientes años.

## GESTIÓN COMERCIAL

### PRESUPUESTO DE VENTAS

El presupuesto de ventas fue de \$13.486.000 y se cumplió en un 93%, logrando \$12.535.000; un 2,7% de crecimiento respecto del año anterior.

Por sucursal el cumplimiento fue así:

| REGION               | Total Venta          | Total Presu          |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| SIERRA               | 8.884.022,22         | 9.450.000,00         |
| COSTA                | 3.546.793,11         | 4.036.000,00         |
| OTROS                | 104.430,88           |                      |
| <b>Total general</b> | <b>12.535.246,21</b> | <b>13.486.000,00</b> |
|                      | <b>93%</b>           |                      |

### Clientes

Otro de nuestros objetivos fue conseguir 30 clientes de gran tamaño, con facturación de \$3000 o más, para ello necesitábamos contar con un portafolio de productos diseñado para este segmento de consumidores, lamentablemente nuestra unidad de producción no pudo desarrollar la línea química industrial a tiempo, así que no pudimos completar nuestro plan de atracción de nuevos clientes.

El 2017 cerramos con 2406 clientes versus el 2016 que teníamos 2121 clientes tenemos un 13% de crecimiento en número, en conjunto aportaron con \$500.000 de nueva facturación, un 3,9% de la facturación total.

Del total de clientes sin embargo, solamente 19 cumplen con el parámetro de ser grandes consumidores, a continuación sus nombres y consumos promedio mensual.

| CLIENTE  | Promedio venta |
|--|----------------|
| JIMENEZ GONZALEZ HOLGER IVAN                                 | 6.732,31       |
| HOSPITAL DE LOS VALLES S. A. HODEVALLES                      | 5.564,85       |
| CORPORACIÓN MASRU S A  | 3.630,21       |
| CORPORACION "M&M" "MEGASEO" CIA.LTDA.                        | 2.676,89       |
| ASOCIACION DE SERVICIOS LIMPIEZA QUITO LIMPIO ASOQUITOLIMPIO | 2.418,34       |
| YAGUAL GOMEZ MARJORIE JAZMIN                                 | 2.349,56       |
| MALO PERALVO JORGE LUIS                                      | 2.234,33       |
| NOVACLEAN S.A.   | 2.118,37       |
| CORPORACION EL ROSADO S.A.                                   | 2.051,93       |
| QUINATO A PILA MARCIA IBETH                                  | 2.013,01       |
| SANTANA ALMEIDA LUIS FELIPE                                  | 1.827,80       |
| MOROCHO MOROCHO NELLY BEATRIZ                                | 1.796,97       |
| TOALOMBO QUISHPE LUIS ALBERTO                                | 1.745,05       |
| ALMACENES DE PRATI S.A.                                      | 1.714,74       |
| JACIS CATERING SERVICE JACIS CIA. LTDA.                      | 1.709,61       |
| BAQUE MERCHAN GREGORIO EFREN                                 | 1.684,64       |
| SUAREZ MARTINEZ PABLO SAMUEL                                 | 1.678,14       |
| MARIN ESPINOSA DINA ALEXANDRA                                | 1.490,84       |
| ROLEM S.A.   | 1.470,24       |
| LIMPIEZAALBYCLEAN CIA. LTDA                                  | 1.302,31       |

### Evolución de ventas por sucursal

A continuación se muestran las ventas por sucursal y su evolución

| VENDEDOR             | 2015                 | 2016                 | 2017              | Variación    |
|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|--------------|
| QUITO                | 9.857.207            | 8.381.584,01         | 8.884.022         | +5.6%        |
| GUAYAQUIL            | 2.750.289            | 3.638.740            | 3.546.793.11      | -2%          |
| OTROS                | 227.628              | 274.200,18           | 104.430           | -62%         |
| <b>TOTAL MENSUAL</b> | <b>12.837.139,00</b> | <b>12.296.540,36</b> | <b>12.535.246</b> | <b>+2.7%</b> |

### Evolución de ventas por línea de productos

| Ingresos operacionales por producto | 2017      | Part % | 2016      | Part %  | 2015      | Part %  |
|-------------------------------------|-----------|--------|-----------|---------|-----------|---------|
| ABSORBENTES                         | 5.648.299 | 45.05% | 5.623.236 | 39,07 % | 5.109.044 | 37,97 % |
| COMPLEMENTARIOS                     | 685.439   | 5.47%  | 890.510   | 7,31%   | 1.021.098 | 8,11%   |
| CONTENEDORES                        | 505.565   | 4.03%  | 496.908   | 4,08%   | 740.408   | 5,88%   |
| DISPENSADORES                       | 929.130   | 7.41%  | 955.693   | 7,85%   | 1.224.038 | 9,72%   |
| IMPLEMENTOS DE LIMPIEZA             | 348.145   | 2.78%  | 315.994   | 2,60%   | 444.643   | 3,53%   |
| INSUMOS Y MATERIALES                | 2.393     | 0.02%  | 49.073    | 0,40%   | 55.491    | 0,44%   |
| LAVANDERIAS                         | 315.308   | 2.51%  | 412.577   | 3,39%   | 496.425   | 3,94%   |
| QUIMICOS                            | 4.061.915 | 32.4%  | 3.549.298 | 29,15 % | 3.666.411 | 29,12 % |
| PROGRAMAS - SERVICIO TECNICO        | 189.943   | 1.52%  | 19.925    | 0,16%   |           |         |

### Utilidad bruta

| Año         | Valor        | %      |
|-------------|--------------|--------|
| <b>2015</b> | \$ 3.777.594 | 29,62% |
| <b>2016</b> | \$ 3.494.474 | 28,42% |
| <b>2017</b> | \$ 3.652.197 | 29,11% |

### Gastos

El resumen de gastos operativos en el año, y comparados con años previos es el siguiente:

| GASTOS OPERATIVOS              | 2015 DOLARES     | 2015 %       | 2016 DOLARES     | 2016 %       | 2017 DOLARES     | 2017 %       |
|--------------------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| Gastos de venta                | 1.612.039        | 12.64        | 1.280.620        | 10,42        | 1.434.804        | 11.44        |
| Gastos de administración       | 1.652.116        | 12.96        | 1.727.409        | 14.06        | 1.923.919        | 15.34        |
| <b>Total Gastos Operativos</b> | <b>3.264.156</b> | <b>25.60</b> | <b>3.008.029</b> | <b>24.48</b> | <b>3.008.029</b> | <b>24.48</b> |

Porcentualmente el costo del proceso Venta es mayor que en 2016, se explica por la reestructuración del departamento, que ahora incluye 3 cargos directivos, 1 gerente y 2 jefes, esta reestructuración fue necesaria en vista de que el primer semestre no estábamos logrando los resultados de venta, durante el segundo semestre las ventas mejoraron y esta tendencia debe mantenerse durante todo el próximo 2018 con lo que el costo porcentualmente debe reducirse.

En los gastos administrativos tenemos \$200.000 no contemplados en el presupuesto de gastos que se originaron en el cambio de operación logística y arreglo de techos de nuestros galpones.

### Utilidad operacional

| AÑO  | Utilidad antes impuestos | %     |
|------|--------------------------|-------|
| 2015 | 707.000                  | 5,55% |
| 2016 | 679.012                  | 5,79% |
| 2017 | 513.511                  | 4.09% |

Este año aunque la utilidad operacional fue menor, es bueno destacar que se cumplió con los trabajadores despedidos y se pagaron sus liquidaciones completas, se cumplió con nuestros arrendadores de bodegas al cerrarlas, se repararon los techos y paredes deterioradas de nuestros galpones de producción. Todas obligaciones que se debían cumplir tarde o temprano, ahora quedaron saldadas y la empresa está más preparada para aprovechar el futuro.

### GESTION ADMINISTRATIVA

- Ganamos el 3er lugar en el Reconocimiento General Rumiñahui por nuestro plan de responsabilidad social.
- Nos agregamos al Pacto Global de NNUU
- Empezamos las gestiones para implementación de nueva tecnología en los procesos de RRHH, Gestión de Calidad y Ventas, que serán culminados todos en 2018.
- Externalizamos con éxito la operación logística de la empresa hacia el operador LOGINET.

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Completar en 2018 el portafolio de productos industriales para poder apuntar al segmento de clientes industriales definido en la planeación estratégica 2020.

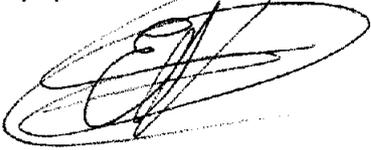
Reforzar equipo comercial de región costa que tuvo bajo desempeño en 2017.

Racionalizar el inventario, reducir posiciones de inventario excesivo que ahora se volvieron más evidentes porque se paga por cada posición ocupada en nuestro operador logístico.

Se debe trabajar en mejorar el margen bruto, para ello nuevamente se recomienda impulsar el desarrollo de la línea química industrial e incursionar en nuevos productos y servicios complementarios

Se debe seguir trabajando en el Plan de RSE, este se convertirá en un DIFERENCIADOR respecto a nuestra competencia y asegura la continuidad de nuestro negocio.

Agradezco a los señores accionistas y empleados de la empresa por la confianza depositada y el apoyo recibido durante todo el año 2016.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. Emilio Filbig C.', enclosed within a hand-drawn oval border.

J. Emilio Filbig C.

Gerente General Unilimpio S.A.