

Quito, 09 de marzo de 2020

**Señores Accionistas**

**ACEROGAR EC**

**Presente.-**

Según lo establece la Ley de Compañías y los Estatutos de la Empresa, cumplo con poner a consideración de los señores Accionistas el Informe de Gerencia respecto de lo ejecutado durante el año fiscal 2019.

**SOCIETARIO:** Durante el 2019 se han tomado todas las medidas necesarias para mantener al día el control de los Libros Sociales de la Compañía y el cumplimiento de las obligaciones con el Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías y demás organismos de control.

**FINANCIERO:** En el campo financiero Acerogar, durante el año 2019 pudo obtener una rentabilidad en resultados, después de impuestos, cercana al 16% sobre las ventas, lo cual deja ver la adecuada gestión realizada a fin de cumplir con los objetivos planteados.

Así también la gestión de cobranzas dejó una liquidez que se está invirtiendo en el sistema financiero nacional.

**PRODUCCION:** Durante el 2019, la línea de canales y bajante incrementó su tonelaje de producción en cerca del 21% en relación con el 2018, lo cual permitió mejorar los costos vía economías de escala.

Este incremento de la producción se dio de la mano de la repotenciación que se hicieron a nuestras máquinas y al estudio de diagnóstico y mejora de los procesos productivos.

Para complementar la gama de productos, nos llegaron las nuevas máquinas para bajantes y codos redondos, que nos permitirán dar una alternativa adicional a los clientes que actualmente usan los de plástico.

En lo referente a la línea de tanques inoxidable el tonelaje de producción se mantuvo en los mismos niveles 2018.

La línea de troquelados y forjados arrancó en este año llegando a producirse 9,2 toneladas.

**COMERCIALIZACION:** A pesar de que el 2019 fue un año con una coyuntura complicada para el país en tema político y económico, sumado a que el sector de la construcción no dio signos de reactivación, ACEROGAR en comparación con el año 2018 obtuvo un crecimiento en ventas de sus productos del 18%, apuntalado en una campaña de fidelización de clientes actuales, pero sobre todo en conseguir nuevos clientes a nivel nacional.

El trabajo que se realizó en redes sociales, con la agencia de publicidad, nos ha permitido empezar a tener un número importante de seguidores que van dando a conocer tanto la marca de la empresa como la marca de nuestros productos, por lo que se renovó el contrato por un año más con la agencia.

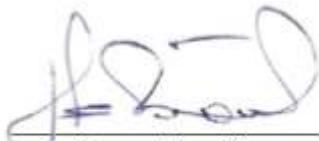
Cada año hemos visto el incremento de más competidores a nivel nacional, y durante el 2019 no fue la excepción, son pequeños emprendedores que basan su estrategia para ganar mercado en precios bajos, pues su estructura de costos y gastos es mínima, por lo que seguimos aplicando estrategias diferentes en cada una de estas zonas, así como ir sacando nuevas innovaciones como complemento a nuestro portafolio actual de productos.

**DESEMPEÑO DEL NEGOCIO:** Para el año 2019 la empresa con miras en ser más competitiva hizo un análisis para la optimización y disminución de costos y gastos. En lo referente a las materias primas han sufrido variaciones que afectan el precio del producto final, y que seguimos trabajando en economías de escala para que no lleguen a afectarnos en gran medida.

Por otro lado, las alianzas estratégicas con nuevos distribuidores, la gestión de ventas y recuperación de la cartera le permitieron a la empresa solventar las inversiones en nueva maquinaria para lograr una diversificación en el mercado, los resultados se pueden observar en el balance respectivo.

Esto es todo lo que puedo exponer de la gestión realizada durante el año 2019.

Atentamente,



Henry Yandún  
Gerente General