

Cuenca, 23 de Marzo del 2010

Señores Accionistas,
TUBERÍA GALVANIZADA ECUATORIANA S.A.
Ciudad

Señores Accionistas:

En mi calidad de Gerente General de la Compañía "Tubería Galvanizada Ecuatoriana S.A.", cumplo presentar a ustedes el informe de labores por el ejercicio económico del 2009.

Es importante destacar los efectos económicos correspondientes al año 2008 que generaron una fluctuación sorpresiva del precio del acero en los mercados internacionales, cuando explotó al alza para en un lapso de dos meses, caer a niveles menores al promedio, demostrando una importante reducción en la demanda. Este escenario con fluctuaciones moderadas y mucho nerviosismo se vivió durante el primer semestre del 2009 que sumado a una estrategia de producción de volumen para generar suficientes ventas, enfrentó una transferencia parcial de costos extras al mercado. El precio del barril de petróleo inició una baja hacia niveles manejables y buscó una estabilización que se ha mantenido.

Afortunadamente los mercados financieros iniciaron un proceso de consolidación y junto con el precio internacional del barril de petróleo, generaron mayor tranquilidad, reflejando en los precios internacionales del acero.

Tugalt enfrentó una caída del precio promedio de venta por kilo del 30.86% de US\$1.62 a US\$1.12 mientras que el volumen total producido en el año incrementó de 10.318 toneladas a 10.940 representando un 6% de crecimiento. El margen operativo bajó del 8.5% en el 2008 al 7.0% en el 2009 y se logró una utilidad neta positiva gracias a la generación de otros ingresos que la empresa debe cobrar a las empresas relacionadas tales como servicios de mantenimiento, venta de materias primas, arriendos de sus locales y principalmente asesoría en el diseño y contratación de obras de metal mecánica.

Con un escenario internacional volátil, Tugalt repensó su estrategia general con énfasis en los productos y el mercado ya que la competencia se vio forzada en unos casos a liquidar operaciones y en otros, a consolidar sus mercados a través de fusiones.

Considerando al acero como la principal materia prima que Tugalt requiere y que su precio está sujeto a fluctuaciones internacionales y que también está sujeto a factores exógenos inclusive geopolíticos, se buscó y se mantiene el esfuerzo de un mayor y mejor desarrollo de la relación con los proveedores de acero a nivel mundial, con su respectiva calificación y línea de crédito.

Tugalt mantiene su propuesta de valor en sus productos, siendo los únicos en cumplir con esta promesa en el mercado que indica TUGALT es: "pesos, medidas y espesores correctos".

Para cumplir con esta propuesta, se realizó un diagnóstico técnico y de procesos por parte de los fabricantes de la maquinaria y se ratificó que tenemos una planta de producción moderna, con metodologías de trabajo muy actualizadas tales como Lean Manufacturing y Kaizen, con una capacidad instalada mayor en un 40% de lo que actualmente producimos.

Se revisó el presupuesto de ventas y se definió una estrategia donde se busca rentabilidad en cada producto vendido. Se trabajó en desarrollar un ABC de productos que nos permitan contar con productos de buen margen y de buen volumen y se desarrolló un portafolio amplio de productos, capaz de poder cubrir otros segmentos del mercado de acero.

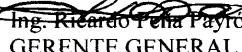
Con esta estrategia general, Tugalt está focalizando su negocio a productos con valor agregado. Actualmente tenemos tres familias de tubos: laminado frío, laminado caliente y galvanizados, techos de Aluzinc, en color natural y prepintados, Placas Colaborantes, Perfiles y el último desarrollo los Perfiles Estructurales Livianos que son los que conforman la estructura del sistema constructivo Steel Framing.

Por último, como resultado de esta estrategia direccionada a la rentabilidad, Tugalt definió para la fijación de los precios de sus productos, tomar en cuenta los precios internacionales del acero y se trabaja en tres franjas donde hay una franja baja con costos bajos, precios bajos y volumen de producción alto. Una segunda franja media con costos medios, precios moderados y volumen medio y una tercera franja o alta con costos altos, precios altos y volumen bajo.

Esperamos que en el 2010 no sólo se pueda trasladar a los precios de venta por lo menos las incidencias manifestadas, sino que se consolide el mercado de Tugalt y que obtengamos una rentabilidad adecuada y más importante aún, que hayamos posicionado a la empresa en un mercado único de productos especializados.

Con mi agradecimiento a los señores Accionistas por la confianza en mi depositada y en los miembros del Directorio que los extiendo a todo el personal de la empresa, dejo a vuestra consideración el presente informe, suscribiéndome.

Atentamente,


Ing. Ricardo Peña Payro
GERENTE GENERAL