

Guayaquil, 05 de marzo de 2012

## INFORME DE GERENCIA

En cumplimiento de disposiciones legales y estatutarias tengo el honor de someter a vuestra consideración el Informe anual sobre las operaciones y resultados de nuestra empresa, correspondiente al ejercicio económico 2011.

### CONSIDERACIONES GENERALES:

La administración de la compañía tiene a bien informar que sus metas y objetivos trazados por la Junta General de Accionistas para el año 2011 fueron cumplidos en gran parte de lo planteado el año anterior.

#### 1.- VENTAS:

##### CANAL DE DISTRIBUCIÓN:

El presupuesto de ventas planteado para el año 2011 fueron de 16.000.000,00 llegandose a cerrar el ejercicio económico con un monto de **\$15.687.442,95**, lo que representa un crecimiento del 27% con relación al año 2010 y cumplimiento de presupuesto del 95%. Se ha podido llegar a cumplir gran parte del presupuesto gracias al esfuerzo y estrategias en el área comercial, se importó en el último trimestre del año el producto 50x50 Romagna, el cual es de altísima rotación favoreciendo al incremento de las ventas, además se aplicaron varias estrategias para promocionar el producto con nuestros distribuidores para incentivarlos a la compra de stock.

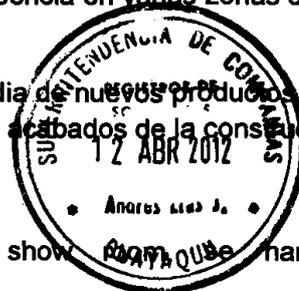
Se ha establecido una política clara en la asignación de distribuidores, y condiciones que tienen que cumplir para mantener su categoría, así se ha configurado nuestro software para que notifique con la debida anticipación cuándo un distribuidor ha dejado de comprar, y de esta manera el personal de ventas haga las gestiones para que este cliente no pierda su categoría e ingrese una compra por lo menos cada 90 días. Este nuevo control implementado ha permitido reactivar clientes que no compraban, sino una o dos veces al año, y así mismo dar de baja de la categoría distribuidor a quienes no pueden cumplir con los requisitos mínimos.

Cabe indicar también que se ha incrementado nuestra presencia en varias zonas del país, con la apertura de nuevos distribuidores.

Se ha mantenido la política de estar siempre a la vanguardia de nuevos productos y modelos, de tal forma que nos permita ser los pioneros en la línea de los acabados de la construcción.

##### ALMACEN:

Las ventas del Almacén, con nuestros nuevos show rooms han incrementado considerablemente, triplicando las ventas del 2010.



Se ha incrementado la publicidad para promocionar el almacén, se ha incrementado así mismo nuevas líneas para complementar, como son los muebles de sala y dormitorio, y alfombras.

Se ha tenido que ir delineando cuidadosamente las políticas de descuentos y comercialización en nuestro nuevo Almacén, de tal manera que no se vean afectados nuestros Distribuidores en su nivel de ventas, por contar ahora Grifine con su propio local de exhibición.

Se ha seguido con la política de mantener un adecuado manejo publicitario de la marca "GRIFINE" a nivel nacional, lo que ha permitido que nuestros productos sigan reforzando su presencia en el mercado por su calidad, servicio, precio, garantía y una excelente gestión de postventa.

### 3.- CUENTAS POR COBRAR:

El manejo del crédito con nuestro clientes ha sido óptimo, pues nuestra cartera de crédito no representa mayores riesgos de cobranzas, las mismas que están debidamente sustentadas con los documentos de respaldos a la fecha de vencimiento de las facturas.

### 4.- CUENTAS POR PAGAR:

Hemos mantenido el crédito de nuestros Proveedores del exterior de hasta 60 a 90 días desde la fecha de embarque, y así mismo se ha realizado operaciones financieras con Cartas de crédito con el Banco de Guayaquil, de tal manera que no solo tengamos como único financista al Banco Bolivariano. Las cartas de crédito contratadas fueron a 180 días plazos las mismas que se han honrado fielmente a su vencimiento.

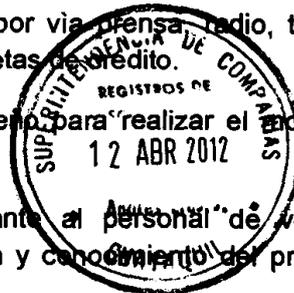
Así mismo cabe destacar que hemos disminuido considerablemente el nivel de endeudamiento con el Banco Bolivariano.

La empresa está en proceso de calificación para ser autorizado como Emisor de Obligaciones a través de la Bolsa de Valores, para lo cual ya se ha cumplido con varios requisitos, dentro de los cuales cabe destacar con mucho orgullo que la Calificadora de Riesgos Humpreys

### OBJETIVOS PLANTEADOS PARA EL EJERCICIO 2012:

Para el año 2012 se ha planteado un presupuesto de ventas para el canal de Distribución de 15.500.000,00 y Almacén de 5.500.000,00, teniendo un presupuesto global de \$21.000.000,00.

- 1.- Se deberá mantener un plan intensivo de publicidad por vía prensa, radio, televisión, revistas, catálogos, y afiches promocionales a través de las tarjetas de crédito.
- 2.- Se implementará el departamento de publicidad y diseño para realizar el monitoreo y manejo de toda la publicidad de la empresa.
- 3.- Se realizará un cronograma de capacitación constante al personal de ventas de distribuidores y de almacén para mejorar el nivel de atención y conocimiento del producto, y captar mayores negocios.



A handwritten signature in the bottom right corner of the page.

- 4.- Se realizará un manejo oportuno de las importaciones de tal manera que se adquiera productos en base a la demanda del mercado.
- 5.- Es indispensable buscar un terreno para que la empresa pueda construir sus propias bodegas de Almacenaje.
- 6.- Es necesario seguir renovando constantemente las salas de exhibiciones, principalmente esperamos lograr un efecto importante en el consumidor a partir del traslado de las operaciones al nuevo local. Además debemos mantener la participación en ferias promocionales a nivel de país.
- 7.- Se implementará la realización de ferias promocionales en sitio, para evacuar productos de baja rotación y discontinuados.
- 8.- Mantener un correcto criterio Administrativo para el manejo de la Empresa tanto en su operatividad como en la parte financiera, lo que nos lleve a mejorar nuestra rentabilidad.

Es todo cuanto puedo informar a ustedes señores accionistas, y me acojo a sus recomendaciones y observaciones.

Atentamente,



HOI PENG HANG KU  
GERENTE GENERAL  
GRIFINE S.A.

