

150165

Quito, Martes 24 de Abril del 2007

INFORME DE GERENCIA **CORCIN CIA. LTDA. 2006**

Estimados Accionistas.

Tomando en cuenta las observaciones dadas por ustedes en la última Junta General y haciendo las rectificaciones pertinentes en las falencias pasadas, a continuación detallaré varios puntos claves que fueron la causa de los resultados finales en el período 2006-2007.

ETERNIT

PLACA PLANA ETERBOARD

El período 2006-2007 fue muy bueno en la comercialización de la placa, ubicándonos de acuerdo a las estadísticas de la fábrica como una empresa impulsadora del producto, líderes en la distribución de las mismas, las cuales han tenido una mejor y mayor rotación debido a que se han complementado con las masillas y perfiles para el sistema de construcción en seco DRYWALL.

PLACA DE YESO ETERPLAC

Tratando de ampliar nuestro mix de productos rentables se procedió a importar un contenedor de aproximadamente 970 placas de yeso en el mes de octubre, habiendo vendido el 50% en tres 3 meses.

Se espera conseguir más clientes con interés en esta línea, especialmente constructoras.

Es de gran importancia mencionar que a finales del anterior año y principios de este, he mantenido contacto con ciertos proyectos (en especial departamentos y áreas decorativas), algunos fueron completados con ayuda de técnicos en instalación del sistema DRYWALL, pero por otro lado por falta de personal confiable y responsable no se pudo concretar los proyectos restantes.

He visto con alegría la proyección que tiene esta línea para este nuevo año siempre y cuando se incluya a nuestra empresa la parte del servicio de instalación y asesoría.

PLÁSTICOS RIVAL

TUBERÍAS Y ACCESORIOS

Luego de seis meses de comercializar a línea puedo decir que la proyección para el periodo 2007-2008 es muy prometedora. Durante el tiempo que ha estado esta línea en el mix de la empresa, ha contribuido con la comercialización de otras líneas similares como las tuberías SALADILLO H3 y los accesorios IPS.

En la zona de Santo Domingo y sus alrededores esta tubería en especial la económica tiene una acogida espectacular y sumando beneficios al tubo-sistema, he incorporado la línea de accesorios inyectados.

En la zona norte de Quito se ha trabajado con paciencia y manteniendo un bajo perfil por motivos impuesto por PLASTIGAMA, cuyo caso especial ya conocemos.

Aún incluso con ciertos factores adversos como el mencionado, ésta línea completa está rindiendo frutos fortaleciendo de esta forma la rentabilidad de nuestra empresa.

Se está realizando un trabajo conjunto con la fábrica para remediar el problema de la distribución de sus productos. Uno de los objetivos principales es que el mercado nos reconozca como uno de sus distribuidores importantes tanto en la Sierra como la Costa, es por ello que se está presionando a la fábrica para que el canal de distribución tenga nuestro perfil para el abastecimiento del producto.

GERFOR

TRANSLUCIDAS LUMINIT

Pongo a su conocimiento que ésta es nuestra mejor línea de productos debido a:

1. Bajo costo
 2. Precios aceptables en el mercado
 3. Buena rentabilidad
 4. Variedad de colores y medidas
- Cabe mencionarles también que realicé un sondeo en varias zonas en las cuales ofrecemos nuestros productos y creo es muy necesario añadir otro tipo de translúcidas como las de policarbonato brindando una opción de mejor calidad dentro de esta misma línea de productos.
 - Se está trabajando en el abastecimiento continuo de este producto, dado que existe una alta demanda.
 - Se ha incrementado el stock del producto ya que tenemos la posibilidad de introducir este producto con mayor fuerza en la zona de Santo Domingo y el nuevo local en Ambato.

GRIFERÍA

Debo ser muy claro al momento de informarles que ésta no es nuestra mejor línea, se ha intentado ingresar esta línea en el mercado, atacando nuestros principales puntos de abastecimiento pero existen en el mercado marcas como F.V. que se encuentran muy bien posicionadas.

SALADILLO H3 - IPS

TUBERÍA Y ACCESORIOS

En cuanto a gestión comercial se refiere se ha puesto una atención especial a este producto, aun no se tiene la aceptación esperada en el mercado debido a la constante resistencia a la compra de la tubería a pesar de contar con precios sumamente comerciales. Respecto a los accesorios la ganancia no es la esperada ya que la competencia vende casi a nuestro costo:

- ▶ Competencia desleal
- ▶ Mala presencia del producto en el mercado

GINOVART

LAVAPLATOS Y CUBETAS

Al final del año 2006 hemos vendido casi todas las unidades de lavaplatos, esta línea ha sido muy útil y nos ha permitido abrirnos campo en el mercado debido a sus bajos costos y calidad.

Pero en conversaciones mantenidas con la fábrica y debido a la elevación del acero en el mundo, el incremento de sus precios ha impedido la importación de un nuevo pedido. La competencia en esta línea es muy fuerte y muy pocos comparan la calidad con el precio.

Es por esta razón que deseo someter a decisión conjunta su nueva importación y consecuentemente el mantenimiento de esta línea.

RESULTADOS

Los resultados se pueden medir en el análisis financiero entregado a todos ustedes y espero realicen los comentarios necesarios y puntos de valor para el mejoramiento de resultados.

En el mes de octubre se realizó la Feria de la Construcción, exponiendo líneas como: ETERBOARD, ETERPLAC, SALADILLO H3 y ACCESORIOS IPS.

Es de mi agrado informarles que la feria ha dado frutos y muchas empresas tanto constructoras como ferreteras han pedido nuestros servicios, pero ratifico que el apoyo recibido tanto por las fábricas ETERNIT y RIVAL en cuanto a respaldo publicitario y capacitación ha sido de gran ayuda para impulsar y encaminar LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIO.

Ing. Carlos A. Trujillo M.
GERENTE GENERAL
