

REPORTE DE GERENCIA
Quito, 30 de marzo del 2008

ECUADETALLES S.A. es una empresa de comercio electrónico, constituida el 24 de noviembre del 2004 con el objetivo de servir a los clientes, cuyo recurso más escaso es el tiempo y por lo mismo no pueden acudir a un centro comercial para realizar sus compras, pero si pueden adquirirlos ingresando a www.quedetallazo.com para escoger la mejor opción según su presupuesto y de acuerdo a las preferencias de sus homenajeados. La creatividad y calidad transforman productos utilitarios en obsequios originales que causan sorpresas agradables a sus receptores y más aún cuando la persona que entrega se viste con un disfraz de corazón o carita feliz!

Nuestra empresa nació con responsabilidad social al incluir entre sus proveedores a instituciones que necesitan ayuda de la comunidad para generar trabajo para cubrir sus necesidades, como el Instituto de Audición y Lenguaje "Enriqueta Santillán", la Fundación para la Integración del Niño Especial F.I.N.E., y CONGOMA en Santo Domingo de los Colorados, para la provisión de artículos de madera, de barro, y de papel reciclado de fibra de plátano, elaborados por sus educandos.

Durante el 2007 se amplió la gama de arreglos florales y se incluyeron fresas con chocolate por demanda del mercado, lo cual generó una venta anual de US\$ 44.000.00, siendo diciembre el mes más alto por la venta de canastillas navideñas corporativas que representa el 27% de la venta anual. Si bien es el tercer año de pérdida consecutiva, la del 2007 ha sido considerablemente menor debido a la reducción en sueldos, alquiler y publicidad y a la disminución de inventario. Los accionistas han inyectado un préstamo total acumulado US\$ 40.892.00 desde el inicio de la empresa para solventar los gastos fijos mensuales. El servicio corporativo sigue siendo un importante rubro en ventas para fechas específicas.

Las aspiraciones de ECUADETALLES S.A. para el 2008 son las siguientes:

1. Promocionarse a través de trípticos y publicidad radial.
2. Facilitar la adquisición de productos utilizando tarjetas de crédito nacionales.
3. Utilizar el correo electrónico como medio para promocionar sus productos en fechas claves como San Valentín, Día de la Madre, Día del Padre y Navidad.
4. Incrementar la base de datos mediante telemarketing.
5. Desarrollar obsequios en el rango de US\$ 20.00 – US\$ 25.00, que es lo que el mercado demanda.
6. Reducir el número de productos para no incurrir en incremento de inventario.
7. Fomentar la adquisición de productos elaborados por las fundaciones para agasajar a los clientes internos y externos de las empresas que, por el volumen, disponen de un presupuesto reducido.


MONICA MIÑO
Gerente General