

**INFORME DEL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA
TECNOLOGÍAS Y PRODUCTOS PARA LA
CONSTRUCCIÓN TPC Cia. Ltda.
A LA JUNTA ORDINARIA DEL
24 DE MARZO DEL 2010**



Tecnologías y Productos para la Construcción

AÑO FISCAL 2009

Preparado por: Ing. DARWIN AUZ CH



INDICE

- 1.- INTRODUCCION
- 2.- ANÁLISIS DEL MERCADO
- 3.- ANÁLISIS FINANCIERO
- 4.- PROYECCIONES PARA EL 2010

ANEXOS

- I.- BALANCES



1.- INTRODUCCIÓN

El inicio del 2009 estuvo fuertemente influenciado por las consecuencias de la crisis financiera internacional, cuyos efectos se hicieron evidentes con el transcurrir de los meses y a lo largo de todo el año. La caída de los precios del petróleo, la reducción en la demanda de materias primas y productos suntuarios y la merma de las remesas enviadas por los inmigrantes, hacían presagiar que enfrentaríamos un periodo difícil. Por otro lado, afrontábamos un año político con todas sus consecuencias, por las elecciones presidenciales y para integrar la Asamblea Nacional previstas para junio, aunque los pronósticos señalaban al Presidente en funciones, Rafael Correa, como el favorito, y a que podría conseguir una cómoda mayoría en la legislatura, todo lo cual se cumplió. Según los analistas, el objetivo se logró estimulando la economía con un elevado gasto público que compensó los fenómenos exógenos, al equilibrar la reducción de ingresos por la venta de petróleo y la caída de remesas. El incremento del gasto público se lo financió reduciendo las reservas y aumentando los índices del endeudamiento interno y externo.

De acuerdo a los indicadores económicos provisionales para el 2009 del Banco Central, el año no estuvo caracterizado por una recesión: el crecimiento económico se situó en el 0,2 por ciento, la inflación anual fue del 4,37 por ciento y el desempleo afectó al 9 por ciento de la población económicamente activa. En el marco de una crisis económica mundial y frente a la situación registrada en otros países de la región, el balance en Ecuador no es malo. Sin embargo, la percepción ciudadana discrepa de las cifras oficiales, el desempleo se habría incrementado y, para algunos analistas, en el 2009 se perdieron alrededor de 200.000 empleos, un fenómeno que afecta en mayor medida a la población, pues la desocupación extrema merma la moral general. Y, respecto a la inflación anual, estimada oficialmente en el 4,37 por ciento, la percepción es que el incremento en los precios en la canasta familiar es mayor.

Para afrontar la crisis económica mundial, además del incremento de la inversión pública, se esperaban iniciativas como el incentivo a la inversión privada, la disminución de tributos y la flexibilización de las leyes laborales. La acción gubernamental tomó la dirección contraria. De acuerdo a diversos análisis, las consecuencias se sentirán en el mediano y largo plazo, cuando se agoten las reservas y se reduzca la capacidad de endeudamiento.

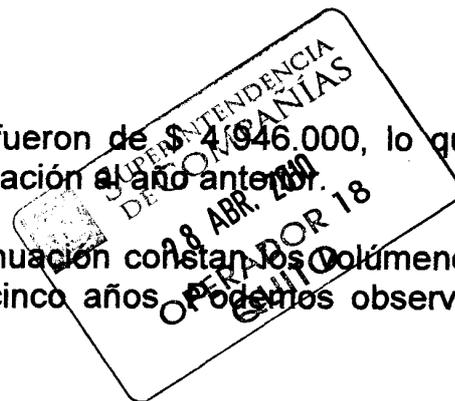
Para TPC Cía. Ltda. el año 2009 se proyectó un año sin crecimiento en ventas y con incremento en los gastos con respecto a la situación en el 2008. Los resultados en el 2009 estuvieron dentro de los pronósticos.

El sector de la construcción en el Ecuador, fue uno de los que más sintió el efecto de la crisis, debido a la restricción de créditos para los la compra de nuevas viviendas y para el emprendimiento de nuevos proyectos de edificaciones. Los constructores se centraron en terminar obras que se encontraban en marcha y las nuevas ideas se quedaron en espera hasta una nueva mejora en el entorno macroeconómico.

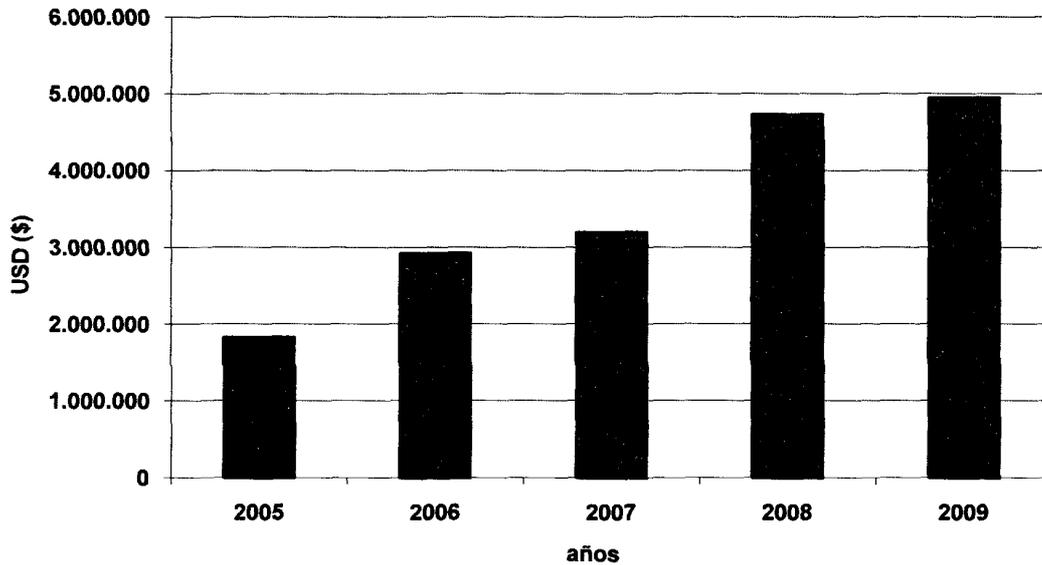
2. ANÁLISIS DEL MERCADO

Las ventas del TPC en el año 2009 fueron de \$ 4.046.000, lo que representa un crecimiento del 5% en relación al año anterior.

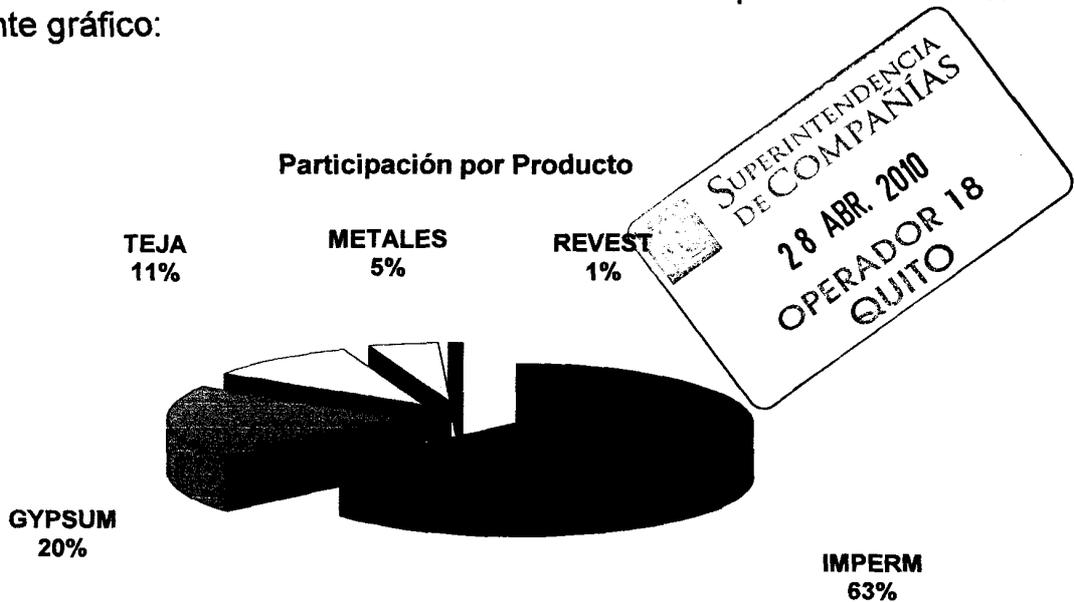
En el cuadro que presentamos a continuación constan los volúmenes de ventas en dólares de los últimos cinco años. Podemos observar que la tendencia es creciente.



Ventas Totales

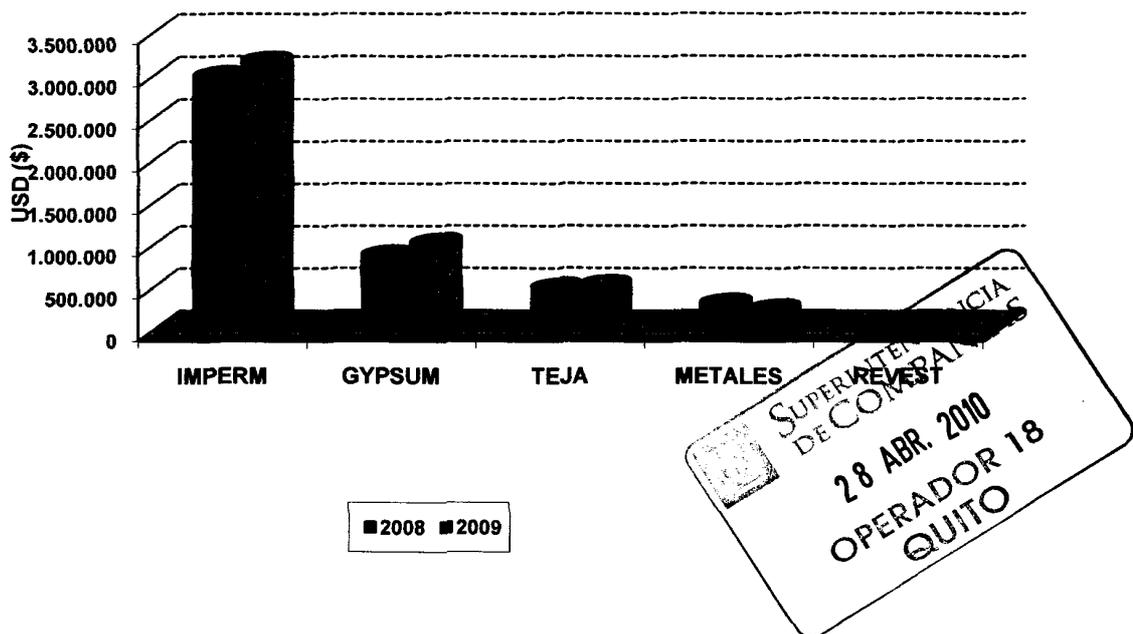


En la distribución de ventas por líneas de productos, la impermeabilización representó el 63%, la teja americana 11%, los tableros de construcción liviana (gypsum) 20%, los metales 5% y los revestimientos acrílicos 1%. Esta distribución se presenta en el siguiente gráfico:



Dentro de las líneas de productos, es importante destacar constante crecimiento de la línea de construcción liviana (gypsum), que logra un crecimiento del 16% en relación al año anterior, convirtiéndose por segundo año consecutivo, en la segunda unidad de negocio por su aporte en ventas dentro de la compañía. Las tejas asfálticas americanas, también logran un crecimiento del 7%, así como la línea de impermeabilización con el 6%.

El comportamiento de las ventas de los diferentes productos se detalla en el siguiente gráfico:



En la línea de construcción liviana se incorporaron otros productos complementarios como cielos falsos de yeso y fibra mineral, estas incursiones aportan al crecimiento de este negocio, cerrando al año 2009 con una participación del mercado del 15%. La compra en volumen ha sido una estrategia adecuada con el proveedor, de esta forma han incrementado nuestros márgenes y se han podido mantener precios. Se ha fortalecido la relación con constructoras y empresas

instaladoras, logrando que se especifique en las obras la marca Panel Rey por su percepción de calidad de producto.

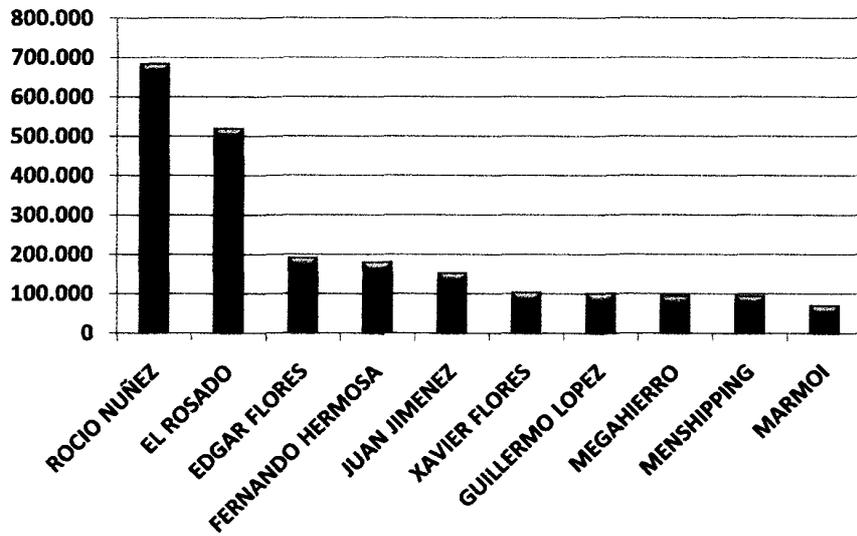
El negocio de teja asfáltica americana de marca Certainteed, logra un crecimiento del 7%. Se ha logrado mayor penetración en el mercado de Guayaquil de viviendas residenciales unifamiliares. Por otro lado en el mercado de la Sierra, se va notando cambios en los sistemas constructivos, con una orientación de cubiertas planas hacia proyectos nuevos de tendencia moderna, disminuyendo el uso de teja.

La línea de impermeabilización de la marca Chova creció este año en el 6%. Para fines de año se retomó el mercado ferretero en Guayaquil, incrementado los puntos de venta y mejorando la relación con clientes importantes. Cerramos el año 2009 con una participación del mercado del 47%. El trabajo cercano con freelance (socios con acuerdo comercial) ha contribuido en crecer indirectamente en el mercado de instalación participando en obras importantes a nivela nacional.

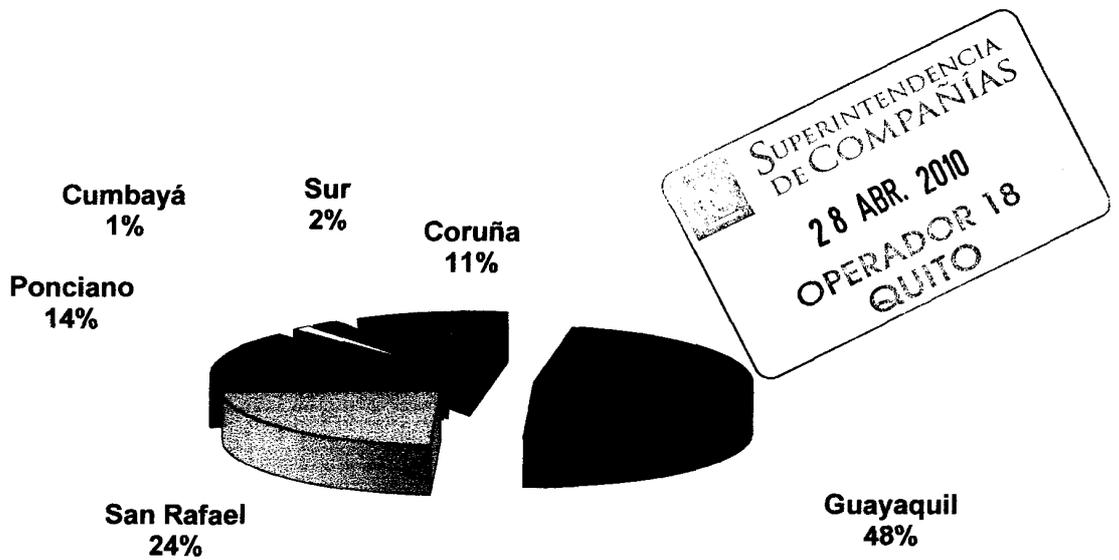
Los productos metálicos y acrílicos no tuvieron muy buen performance este año. Debido a la recesión en el sector de la construcción, las fábricas de paneles metálicos atacaron directamente las obras, restándonos competitividad al momento de la negociación. Y la demanda de productos acrílicos, principalmente de costa, ha disminuido. Por otro lado nuestra estrategia fue priorizada en mantener y desarrollar las otras líneas de negocio que generan mayor volumen y rentabilidad.

Las ventas en la costa fueron el 48% y en la sierra el 52%. El principal cliente en este año fue la Franquicia de Ponceano (Roció Nuñez), quien representa el 14% de las ventas totales. En segundo puesto se encuentra Importadora el Rosado con el 11%. El cliente Edgar Flores, de la línea de Construcción Liviana ocupa el tercer puesto con el 4%, seguido de Fernando Hermosa y Juan Carlos Jiménez.

A continuación se presenta los diez mejores clientes del año 2009.



En cuanto se refiere a la contribución por cada uno de los almacenes, la distribución de ventas es la siguiente:



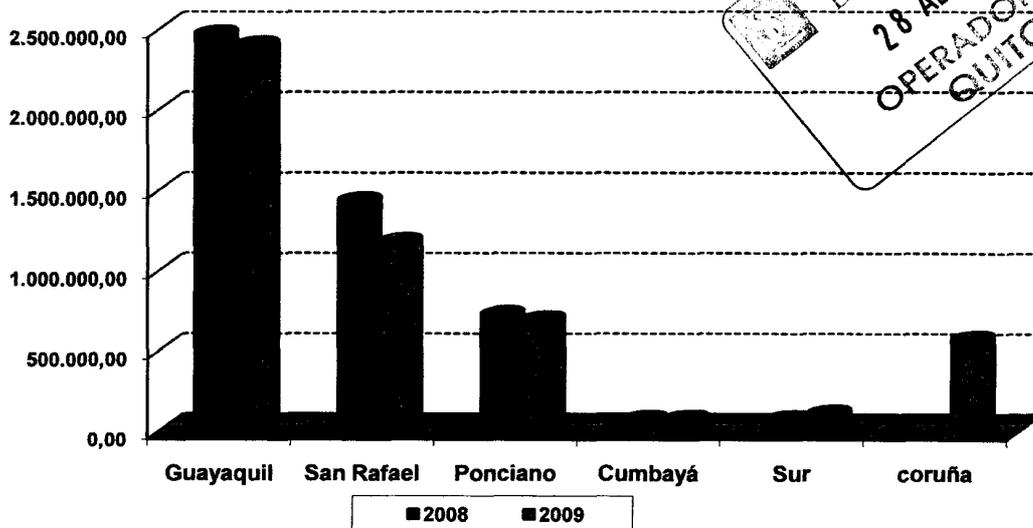
El almacén de la Coruña inicia su primer año de ventas, representando el 11% del total. Desde este punto se abastece a clientes ferreteros y freelance de las diferentes líneas de negocio.

Guayaquil decrece el 3% en relación al año anterior, a pesar que se logra una mayor penetración en el mercado ferretero, incrementado los puntos de venta a nivel provincial. El negocio de Teja en esta región crece sustancialmente el 140%, impulsando por las ventas, no solamente en Guayaquil sino en otras provincias como Manabí y Los Ríos.

Ponceano representada el 14 % de las ventas totales. Dentro de este almacén se canalizan las ventas a ferreterías de Quito, que representan el 50% de las ventas de Ponciano.

Los puntos de venta del Sur y Cumbaya crecieron el 50% y 2% respectivamente. En su conjunto representan el 3% de las ventas totales.

El punto de venta de San Rafael decrece 18% en relación al año 2008, no por un problema de mercado sino por una redistribución de clientes con el almacén de la Coruña.



3.- ANÁLISIS FINANCIERO

En la siguiente tabla se resume algunos indicadores operativos y financieros:

Tecnologías para la Construcción TPC Cía. Ltda.								
Rubros	2008		2009				Variación	
			Actual		Presup.		08/09	09/pre09
	US\$ x 1000	%	US\$ x 1000	%	US\$ x 1000	%	%	%
Ventas/Otros Ingresos	4,729		4,946		5,024		5	(2)
Costo de Ventas	3,954		4,168		4,270		5	(2)
Utilidad Bruta	775	16	778	16	754	15	0	3
Gastos Administrativos	142	3	172	3	163	3	21	6
Gastos de Ventas	343	7	396	8	367	7	16	8
Gastos Financieros	9	0	9	0	4	0	3	130
Utilidad Oper. Antes Imp.	282	6	201	4	219	4	(29)	(8)
Utilidad Neta Operativa	181	4	126	3	140	3	(31)	(10)
Gastos Corporativos	0	0	2	0	20	0		(90)
Utilidad Antes de Imp.	282	6	199	4	199	4	(29)	(0)
Utilidad Neta	181	4	124	3	127	3	(32)	
Capital de Trabajo	369		384				4	
Activos Totales	1,171		1,497				28	
Pasivos Totales	647		1,009				56	
Patrimonio	425		489				15	
Indice de Liquidez	1.66		1.43				(14)	
Indice Acido	1.43		1.15				(19)	
Rent. / Patrimonio	34%		25%				(25)	
No Empleados	14		20				43	
Ventas x Empleado	336		247				(27)	
Costos RRHH/ Ventas	2%		3%				33	

En el año 2009 las ventas fueron 4'946.000, creciendo un 5% en relación al año anterior. El costo de ventas representó el 84%; similar al del año anterior y un punto por arriba del presupuesto. Los gastos administrativos, ventas y financieros representan el 11.7% de las ventas; 1.7% más que el año anterior y 0.7% por arriba de lo presupuestado. Las cuentas de gastos tuvieron variaciones en relación al período anterior: nómina por el incremento en personas del almacén de la Floresta, incremento en los gastos de la operación en Guayaquil, incorporación de gastos legales, provisión de desahucio e incobrables, y auditorías externas, entre las principales.

La utilidad antes de impuestos y participaciones es el 4%, dentro del presupuesto pero 2% menos que el año anterior.

La utilidad neta es el 3%, dentro de lo presupuestado y 1% menos que el año anterior. El ROE (retorno sobre el patrimonio) fue del 25%.

Las principales inversiones realizadas en este año son: Montacargas USD \$25.000, equipos de computación USD \$15.000 y para fines de año se asignaron recursos con deuda bancaria, por USD \$60.000 para capital de trabajo de nuevos productos, concretamente los paneles de aluminio compuesto, considerando iniciar ventas en el 2010. También se compró a la Empresa Prodasfalt S.A. mobiliario, equipos de oficina e inventarios de materiales por el valor de USD \$ 25.000.

4.- PROYECCIONES PARA EL AÑO 2010

La lenta recuperación del sector de la construcción preocupa al ritmo del negocio luego de un año de crisis; principalmente por la asignación de créditos para vivienda por parte de los bancos. La confianza de la gente el ambiente macroeconómico será también importante para que las personas decidan invertir en casas nuevas o remodelaciones. A pesar de estas consideramos creemos que el año 2010 deberá ser de recuperación para esta industria.

Se proyectan ventas de USD \$ 6.100.000 y una utilidad neta de USD \$ 180.000. La estrategia para este año, buscará incrementar la cobertura a nivel nacional con una fuerza de ventas misionera y motivada.

Se tiene considerado la apertura de un nuevo almacén en la ciudad de Cuenca para incrementar nuestra identificación de marca y posicionamiento en esa zona del país.

Se tiene planificado consolidar la estrategia de desarrollo de franquicias, asignando recursos financieros y humanos para el éxito de esta gestión.

La identificación de marca tendrá una renovación. Se realizarán acciones de mercadeo para transmitir al mercado la nueva imagen.

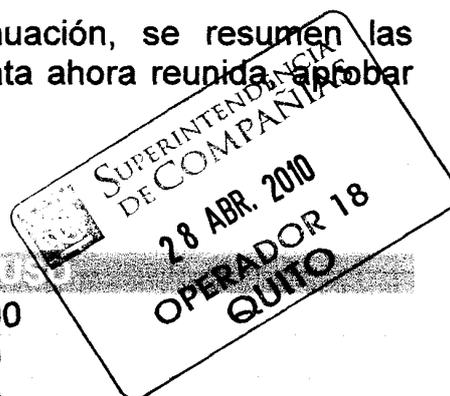
El impulso hacia los nuevos productos tendrá mucha atención, principalmente en la línea de fachadas con los paneles de aluminio compuesto, introduciéndolo en el mercado tanto en Quito como en Guayaquil.

Se tiene planificado la readecuación de las bodegas de Guayaquil, incrementando la capacidad de bodega y mecanizando la manipulación de materiales, para lo cual se requiere la compra de un montacargas.

Para lograr el crecimiento en ventas se requiere de una inversión en capital de trabajo que permitirá financiar las necesidades operativas de fondos para el período 2010.

En el cuadro que se presenta a continuación, se resumen las inversiones propuestas y se solicita a la junta ahora reunida aprobar estas inversiones:

INVERSIONES	VALORES
Capital de Trabajo	\$ 110.000
Montacargas Guayaquil	\$ 25.000
Fachada, exhibición y rotulación Guayaquil	\$ 10.000
Equipos de Computo	\$ 10.000
Exhibición y Publicidad almacén Cuenca	\$ 15.000
TOTAL	\$ 170.000



Para finalizar quiero resaltar nuestra contribución al crecimiento y desarrollo de la compañía, agradeciendo al Personal y a sus Socios por el esfuerzo y confianza que pusieron para desarrollar las actividades y alcanzar los resultados.



DARWIN AUZ CH.
Gerente General
TPC Cia. Ltda.

