

INFORME DEL GERENTE DE LA COMPAÑÍA INDUSTRIAS METÁLICAS BORJA INMEBOR S. A.

EJERCICIO ECONOMICO 2002.

Machala, Marzo 2003

Señor don
Hugo Borja Barrezueta
PRESIDENTE DE INMEBOR S. A.
Ciudad.

Señor Presidente:

Cuando recibí el encargo de realizar la distribución de los néctares lo hice en la confianza y la fe de que el producto era muy bueno, pero la comercialización se inició en el año 1999 cuando la economía ecuatoriana enfrentaba una fuerte crisis y el gobierno tomaba medidas para superar esta situación, entre ellas la ampliación del cobro de IVA., a más actividades y un aumento del porcentaje, la dolarización que causó incrementos en los costos de venta y administración este panorama determinado de la economía limitó el bolsillo del ecuatoriano que redujo sus gastos a sus necesidades más urgentes y los jugos no son urgentes en la canasta familiar.

Los ingresos promedios en nuestro país, no son la compensación generadora de ahorro en el trabajador que aumente el consumo y consecuentemente la demanda. Hago este análisis en mi aspiración de lograr que Uds. analicen el escenario en el que se desarrolló la comercialización de los néctares, ubicada frente a la imparable campaña publicitaria en todos los medios de comunicación, eventos y ferias, que efectuaron los competidores disputándose así una ubicación a cualquier precio.

Tengo la seguridad, porque la experiencia me da la razón, que la única forma de competir es mediante la publicidad y especialmente la publicidad radial y televisiva, complementados con el trabajo como promociones, degustaciones, junto al buen servicio que debe recibir el cliente estos son los factores decisivos que nos darán la fortaleza para ubicar a nuestro producto en un sitio de preferencia para competir. Si la marca no es conocida no podemos ser competitivos sin embargo, he seguido la política que impuso la Industria de no seguir gastando recursos económicos en publicidad pero en cambio estas limitaciones publicitarias provocaban las constantes quejas y la reducción de pedidos de los distribuidores, cadenas.

tiendas, vendedores y en general de los clientes, no fue por falta de ideas o por falta de dedicación y trabajo que no se pudo conseguir la rotación deseada, sino la falta de recursos. tuvimos iliquidez durante el desempeño de mi labor, porque el comercio requiere de crédito y cualquier factor como la falta de trabajadores o de vehículos hacia difícil la recuperación, cuesta mucho vender el producto pero cuesta mucho más hacer que lo consuman, no quiero dejar de expresar en este informe, porque lo considero de importancia, que los clientes reciben de los consumidores el pedido de que se incremente la variedad de sabores.

Durante todas estos años hemos sido débiles por la carencia de una buena campaña publicitaria que permita crear en el cliente el hábito de consumirlo, y mantenerlo dentro de sus preferencias, pero conseguimos integrar una plataforma de venta innegable por la cantidad de visitas realizadas en todo el país, en algunos lugares del Perú y Ventas en Galápagos, se conoció la marca, se hizo una siembra del producto muy pero muy buena y se creó expectativas no solamente ante los clientes sino ante nuestros competidores.

En lo que concierne a las ventas la distribución y seguimiento de rutas, elaboración de mapas de puntos de ventas, las facturas elaboradas de acuerdo a las exigencias del S. R. I., anotando en ellas los nombres y razón social, las direcciones y mas datos, de cada uno de los clientes, para las correspondientes cobranzas, como consta en los informes de clientes, distribuidos por sectores y rutas entregados a la Industria.

FERIAS

Todos los años hicimos el esfuerzo de participar en los eventos feriales, pero en el año 2002 no lo pudimos hacer porque el costo es demasiado alto, todas las Ferias dan pérdida, sin embargo reconozco, que es una buena vitrina publicitaria.

Las promociones son muy importantes pero no se obtienen ninguna rentabilidad si no podemos hacer publicidad de la promoción para que esta sea conocida, en las promociones realizadas por las cadenas, estas exigen mínimo de ventas y el pago de la publicidad que las cadenas contratan.

RESULTADOS:

Los resultados son negativos, por el reducido margen de beneficio que se obtiene entre el costo y el valor neto de la venta, debido a la poca rotación, por lo tanto este no cubre el valor total de los gastos de ventas y administración, gastos que demanda la comercialización, más aun si es a nivel nacional que incluso se vio agravada en el año 2002 con la Campaña de difusión e impulsación del producto en las ventas de J.C.C. en la ciudad de Cuenca.

Ante la decisión de suspender toda la publicidad disminuyó la rotación obteniéndose como resultado, especialmente en sectores externos a la Provincia del El Oro, devoluciones importantes de producto en mal estado, así lo llaman las cadenas, cuando el envase lo deteriora el medio ambiente, los niños y las personas que manipulan la mercadería en las perchas, además jugos caducados y otros alcanforados.

La depreciación de los vehículos, por su valor, afecta considerablemente a los resultados.

Otro riesgo que tuvimos que asumir es el cierre de los negocios que de la noche a la mañana se ausentaron del país y cerraron sus puertas causando perjuicio a todos los proveedores de

dichos puntos de ventas, otro inconveniente han sido las estafas realizadas por varios colaboradores, entre ellos, el que mayor perjuicio causó fue el Sr. Oscar Rodríguez quien cobró directamente a los clientes, siguiendo la ruta de nuestros vendedores en Guayaquil, San Carlos, Vinces y otros lugares de la Provincia de Guayas, quien presentó documentos falsos haciéndose pasar como Representante de la Compañía, para posteriormente ausentarse del país.

También tiene un costo considerable la participación de eventos deportivos, estudiantiles, a nivel de la ciudadanía, como los llevados a cabo en parques, coliseos, estadios, aniversarios de radios, etc. Con pancartas, música del comercial y la presentación de los distintos disfraces que además de ser una identificación de la marca atraen a los niños, este costo también es importante.

De igual manera tiene costos la movilización del personal de ventas, inclusive en las ventas locales.

Se cumplió durante todo el ejercicio económico un programa de degustaciones en las cadenas y comisariatos, distribuidores, tiendas grandes en las principales de la ciudad y del país.

Para apoyar las ventas se hizo la adquisición de dos vehículos, porque los consideré sumamente necesarios e importantes.

ASPECTOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS IMPORTANTES:

Como es de su conocimiento las oficinas funcionaron junto a las compañías relacionadas en el edificio H.B. ubicado en Juan Montalvo 22-24 e/ Bolívar y Pichincha.

Se efectúa el trabajo contable, inventarios, ventas y se elaboran documentos legales y de control de acuerdo a las especificaciones establecidas en la Ley.

En el juicio iniciado por AUTORUSIA, los Abogados de la Empresa han cumplido con todas las formalidades legales fundamentadas en pruebas de valor y en tiempo oportuno hasta que se logre la sentencia que esperamos determine las verdaderas responsabilidades que recaen en la compañía demandante y dar por terminado un litigio que se inició por prepotencia y mala fe.

ASPECTOS TRIBUTARIOS IMPORTANTES

Se ha cumplido con todos los aspectos tributarios, conforme a los que determina la Ley tanto en la elaboración de la facturación, guías de remisión, notas de crédito y débito, etc.

Hemos realizado las declaraciones mensuales de IVA y de las Retenciones en la fuente, además del Impuesto a la renta.

COSTOS DE VENTAS

Los costos de ventas corresponden a los valores que determina la productora INDUSTRIAS BORJA INBORJA S. A.

ASPECTOS LABORALES

La relación laboral entre la Gerencia y el personal que colaboró con la Comercializadora INMEBOR S. A. fue de armonía y respeto, por parte de esta Gerencia se ha *satisfecho* todas las obligaciones laborales de conformidad con la Ley y el Código del Trabajo, y el pago de los salarios se ha efectuado cumplidamente, correspondiendo de esta manera a la labor desarrollada por los trabajadores, no quedan problemas laborales para el futuro..

Los Estados Financieros y el Informe de los Comisarios de Cuentas darán a Uds. una visión clara de la situación económica y financiera de la Empresa.

La falta de recursos tanto económicos como humanos, no nos permitió llevar adelante un programa de mantenimiento de clientes como era mi aspiración. Durante los primeros meses del año no contábamos ni con vendedores, ni con vehículos, a partir del mes de Abril pudimos contratar vendedores, pero por los bajos sueldos, son rápidamente conquistados por otras empresas, a mediados de año pudimos contar con dos vendedores, un supervisor, un chofer, entregador, y un ayudante que a su vez realizaban labores de recaudación, entregas, impulsaciones, etc.

Se asistió de manera preferente la atención a las ventas de la Empresa J. C.C (Zhumir), realizado en Cuenca, durante los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre 2002, programa que fue asistido, muy eficientemente, por la Srta. Gabriela Maldonado y la Dra. Cecilia Manzo, por los resultados obtenidos, se confirma que la falta de una gran campaña publicitaria al nivel de las otras marcas, será el único medio para lograr los objetivos de vender sin perder.

He presentado mi renuncia porque considero que la meta que me propuse para llevar la marca Borja a un sitio de preferencia, ya que estimo que es un producto, por su calidad, competitivo, no lo he conseguido a pesar de haber cumplido con las estrategias trazadas, no se llegó al objetivo final que determine una rentabilidad que genere utilidades.

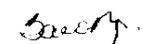
Esta es para mí una oportunidad valiosa para dejar expresa constancia, a todos los Accionistas, de mi especial agradecimiento por el apoyo recibido, al Presidente y Gerente de la Productora INBORJA S. A. Sres. Hugo Borja y Galo Borja respectivamente mi gratitud, su comprensión y confianza me dieron aliento para realizar las actividades de Comercialización.

Pongo a disposición de todos mi labor para que sea juzgada y se tome la decisiones más convenientes y sabias en bien del destino de los néctares BORJA.

Para los trabajadores, mi agradecimiento sincero..

Gracias, gracias a todos

Atentamente


Sara Borja Pérez
GERENTE