

ANTECEDENTES

A mediados del año 2004, una vez concluido el proceso de compra del 50% de acciones pertenecientes a la familia Lasso Beaven que hasta entonces formaban parte de la nómina de accionistas de Martel Cia. Ltda., se conformó una empresa más sólida preparada para afrontar el futuro escenario del mercado como consecuencia del fenómeno de globalización y la firma del tratado de libre comercio con Estados Unidos, pues este nuevo escenario incentivaría la inversión en nuestro País de grandes capitales pertenecientes a empresas americanas que intentarían establecerse en Ecuador constituyéndose en una fuerte amenaza para el desarrollo y crecimiento de nuestra inversión de más de 12 años.

Con este nuevo escenario se establece un cronograma de actividades que permitan de una manera planificada y organizada cumplir las actividades normales de la empresa en especial lo relacionado con el cumplimiento de metas de venta y reorganización del Recurso Humano. Este objetivo fue cumplido con éxito a finales del año 2005.

Las principales tareas ejecutadas se indican a continuación:

1. Reducción de los costos fijos de operación, a través de la unificación de las áreas administrativa-financiera, adquisiciones y carteras, incluyendo el punto de venta Guayaquil, y centralizando sus operaciones en una sola oficina en la ciudad de Quito.
2. Readecuación del área de oficinas de Quito, que permita dar cabida a todo el personal de las áreas antes indicadas, al equipo de vendedores I y al nuevo personal de ventas que se contrate.
3. Selección y reducción paulatina del recurso humano existente acorde con la nueva Cultura Organizacional y luego de una evaluación de resultados individuales obtenidos hasta la fecha.
4. Disminución del espacio físico hasta entonces requerido en las oficinas de Martel Quito y Guayaquil, obteniendo una reducción del 50% del valor del alquiler mensual en ambos casos y manteniendo los puntos de venta como Mariana de Jesús y Guayaquil.
5. Fortalecimiento de relaciones comerciales con los principales clientes y proveedores de la empresa.
6. Consecución de una línea de crédito en Produbanco que permita cumplir con los compromisos adquiridos con los proveedores locales y extranjeros comunes para Martel de esa manera garantizar el despacho de mercadería hacia nuestras bodegas.
7. Reorganización y mejora del proceso de adquisiciones que permita la llegada a tiempo de la mercadería necesaria para cumplir con los objetivos de venta propuestos evitando desabastecimiento de los principales productos de alta rotación.
8. Cierre de la Sucursal Mariana de Jesús en junio del 2006.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DE VENTA

A continuación se presentan en detalle el comportamiento de los resultados de ventas desde el año 2003 hasta el 2006.

	MARTEL
2003	790,533.19
2004	962,792.06
2005	1,038,202.57
2006	1,829,187.81

ANALISIS DE RENTABILIDAD

Si bien los resultados de ventas del 2006 no han superado a aquellos alcanzados durante el año 2004, es importante realizar también un análisis de la rentabilidad obtenida en esos mismos períodos. A continuación se presenta una tabla comparativa que detalla estos resultados.

Al analizar los datos presentados en la tabla se demuestra que la rentabilidad total obtenida durante el año 2006 es completamente superior a cualquiera de años anteriores, inclusive si se revisan aquellas desde los años 1992 y 1996.

Una de las situaciones que influyeron en la consecución de la rentabilidad indicada para el año 2006, fue el incremento en el precio del cobre a nivel mundial, lo que ocasionó un alza del 50% en el precio del cable que fue trasladado a los clientes manteniendo el margen de contribución al 30% aproximadamente.

SITUACION FINANCIERA DE MARTEL AL CIERRE DEL AÑO 2006

Se anexan a este informe los estados financieros de Martel correspondientes al año 2005 y 2006 en lo que respecta a Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias. Adicionalmente se incluye un análisis de los principales índices financieros.

Al respecto se puede comentar lo siguiente:

La utilidad bruta sobre ventas creció del 26.68% en el 2004 al 28.78% en el 2005 y 34.35% en el 2006. Es decir se vende aproximadamente un 8% más caro que va en beneficio directo de la rentabilidad neta.

Finalmente es importante mencionar que el Estado de Pérdidas y Ganancias del año 2006 anexado a este informe indica una utilidad operacional de US\$ 137.346,46.

RESUMEN DE HECHOS EXTRAORDINARIOS

1. Implementación de un Laboratorio para Cableado Estructurado en la Universidad San Francisco de Quito, con lo que se espera involucrar a estudiantes y profesionales en la utilización de productos marca PANDUIT, siendo Martel el único distribuidor autorizado.
2. Participación por primera vez en la Feria de Informática y Afines Guayaquil 2006.
3. Remodelación completa de las oficinas en Quito, obteniendo una mejora notable y sin precedentes en cuanto a imagen, distribución espacial y comodidad para trabajar en un ambiente digno y moderno.

POLITICAS Y OBJETIVOS PARA EL 2007

1. Concluir con el proceso de transferencia de las oficinas de Cablecomsa hacia Martel a través de un Leasing inmobiliario a 5 años plazo con el Banco del Pichincha.
2. Reincorporación de la línea de equipos de conectividad, suspendida de Martel a partir de enero del 2006, con lo cual se aspira a conseguir un volumen de ventas de US\$ 180.000 dólares anuales.
3. Remodelación de las oficinas de Guayaquil que permitan contar con el espacio necesario para la incorporación de 3 vendedores y un bodeguero. La incorporación del nuevo personal de ventas es parte de las acciones necesarias para la consecución del objetivo de ventas propuesto para Guayaquil (US\$ 600.000 dólares anuales).
4. Desarrollar actividades comerciales en las provincias del Norte y centro del País, con lo que se espera generar un volumen de ventas adicionales de US\$ 180.000 dólares anuales.
5. Analizar la posibilidad de incorporar productos OEM con marca propia.

6. Consecución de una meta de ventas a nivel nacional de US\$ 3'000.000 de dólares anuales para el año 2007.
7. Mantener el costo de ventas a un promedio del 70% del volumen de ventas (30% de utilidad bruta) durante el año 2007.
8. Fijar el presupuesto de gastos operacionales en US\$ 600.000 dólares anuales.

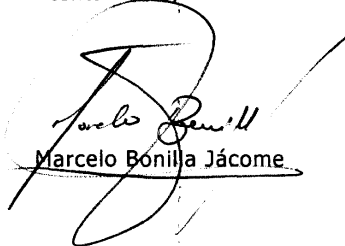
CONCLUSIONES

La empresa MARTELCablecom, mantiene la filosofía inicial , basado en principios de honestidad y compromiso, lo que nos ha beneficiado con la confianza y respaldo de nuestros clientes por alrededor de 16 años de historia comercial.

Vale la pena mencionar la frase de Thomas A. Edison, escrita en el Smithsonian Institute en Washington D.C. *"IF YOU WANT TO SUCCEED...GET SOME ENEMIES"* , Si deseas superarte, consíguelte algunos enemigos. Al final creo que esto sucedió.

Finalmente deseo agradecer la confianza depositada por todos los socios y colaboradores de Martel y muy especialmente el soporte y cariño de mi esposa, mis hijos, padres, hermanos y abuelitos, que siempre estuvieron alentándome para seguir adelante. Así mismo un agradecimiento para mis hermanos Ligia y Roberto, por su labor y dedicación al engrandecimiento de MARTELCablecom.

Atentamente,



Marcelo Bonilla Jácome