

**INFORME DEL GERENTE GENERAL A LOS  
SOCIOS DE DECOCINA CIA. LTDA  
SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA  
EMPRESA EN EL AÑO 2006**

Las ventas de la empresa se han incrementado en el año 2006 en el 34% en relación al año anterior, pero es importante resaltar que este incremento se produce en la línea de herrajes en tanto que las ventas de artefactos se han mantenido exactamente iguales sin experimentar crecimiento alguno y esto es motivo de preocupación para nosotros.

Como ya habíamos previsto en el informe del año anterior, la marca que experimenta gran crecimiento durante el año anterior dentro de la línea de herrajes es la marca Blum de Austria que sigue siendo una novedad para nuestros clientes y que nos ha servido de soporte a nosotros como empresa.

En el año 2006 nuestra empresa cubrió los presupuestos de ventas que se había trazado en las diferentes líneas que importa especialmente desde Italia, esto es en las marcas NARDI: hornos; placas de cocción y lavavajillas; Sirius en campanas decorativas de extracción de olores; Jet-Air con extractores de olores bajo mueble; Plados en fregaderos de cuarzo, granito e inoxidable y Argo con griferías de monomando para los fregaderos de cocina.

Todos estos productos los comercializamos, como ustedes conocen, en forma directa desde nuestro local en la calle Portugal y República de El Salvador; así como también a través de nuestros distribuidores los fabricantes de muebles de cocina. La proporción en la que se realizan las ventas es más o menos equivalente: la mitad la vendemos en forma directa y la otra mitad a través de distribuidores.

Una estrategia importante dentro del esquema de mercadeo para mantener motivada a nuestra clientela, es el poder ofrecer la gama más completa posible de artefactos y accesorios que tengan relación con la cocina. Dentro de este esquema y dada la limitación que tenemos de importar refrigeradoras y hornos microondas, hemos recurrido a importadores mayoristas que disponen de estos artefactos para comprar en el mercado local y realizar una subdistribución sin que los resultados hayan sido, hasta la fecha, satisfactorios. Realmente son pocas las empresas nacionales serias en las que se puede confiar para tenerlos como proveedores.

Existe también la necesidad permanente de asistir a ferias especializadas internacionales en las que se puedan observar la oferta de nuestra gama de productos, tratando siempre de incrementar novedades a nuestra variedad.

En el afán de multiplicar los canales de ventas de artefactos estamos ofreciendo a algunos constructores de edificios ubicados en los sectores más exclusivos de Quito, la posibilidad de equipar sin costo sus departamentos modelo con artefactos empotrables. Este equipamiento es temporal mientras se termine la construcción de los mismos. De esta forma abrimos en los compradores de departamentos la opción de incluir en estas viviendas nuestras marcas.

En noviembre del año pasado se nos presentó la oportunidad de arrendar un local comercial más grande a pocos metros del local actual en el Ed. Gabriela 2 y lo hemos arrendado a partir del 15 de diciembre.

Las ventajas que he visto para arrendar este local adicionalmente son: el nuevo local tiene un mezanine amplio en el que podemos instalar las oficinas que hasta la fecha las hemos tenido separadas del local comercial lo que nos ha resultado siempre inconveniente. Otra ventaja es la cercanía inmediata con la panadería Cyrano, al que concurren diariamente clientes importantes para nuestra empresa y la tercera razón para dar este paso ha sido la necesidad de refrescar nuestra imagen frente al mercado y al consumidor.

Para aprovechar la amplitud de este nuevo local vamos a incrementar la oferta de productos con una marca de fregaderos inoxidable para la cocina y una nueva marca de artefactos.

Para presentar estos nuevos productos a nuestros clientes estamos preparando un stand en la feria Madexpo, cuyo organizador es AIMA, la asociación de madereros, que se llevará a cabo entre el 13 y el 22 de abril en el recinto ferial de CEMEXPO en la mitad del mundo.

Todos estos pasos los estamos dando para enfrentar la situación actual del mercado que se presente difícil y que lograremos superar sólo con la ayuda de Dios y de cada uno de nuestros colaboradores.

Quito, febrero de 2007

  
**Reinaldo Hidalgo R.**  
**GERENTE GENERAL**