

53371

PRODIESEL

Informe del Señor José María Ponce García Herreros, Gerente de Prodiesel C. Ltda a la Junta General de Accionistas, sobre el Ejercicio Económico del Año 2006

Estimados Socios Accionistas de Prodiesel Cia. Ltda.:

Por ser el 3r año consecutivo en que se mantiene el mismo paquete accionario de la compañía y con los mismos socios, quienes consecuentemente conocemos muy bien el giro del negocio y las actividades de la empresa, en el presente informe tratare de presentar de la manera mas resumida los hechos que a mi criterio fueron los mas importantes, y que tuvieron incidencia en el desarrollo y resultados de Prodiesel C. Ltda durante el año 2006.

Línea de Combustibles FPPF:

Ventas en Galones

Luego del bajón sufrido en el 2005 como consecuencia de la salida de Mercedes Villavicencio, la perdida del Tambor mensual de Ales, de loa cuenta del Condado por razones conocidas, y algunas otras tales como Pintex , etc., se logro en el 2006 repuntar para llegar casi a cumplir la meta planteada a principios de año en la ISO.

Esto es, de una meta fijada de 170 gls./mes se logro alcanzar un promedio de 166 Gls/mes, o sea, se cumplió un 92% de lo proyectado, después de un bajón del año anterior a 159 gls., lo que equivale a un incremento anual de 84 gls.

Petroshyris

Dentro de las estrategias propuestas desde el año antepasado, al fin se logro arrancar con el Proyecto de Petroshyris, a quien se le vendió entre distintos productos 229 Galones.

Aquí cabe aclarar que si bien el margen de utilidad en las ventas a Petroshyris es mínimo en comparación con lo que normalmente gana la empresa en sus ventas industriales, debido a que ésta al precio nuestro le vuelve a subir casi un 100%, y luego las gasolineras a las que le vende los productos le vuelven a subir otra vez casi un 50% más al precio de Petroshyris, sin embargo nos permitió adquirir un poco de experiencia en lo que es el mercado de gasolineras, se refiere, y empaparnos en lo que son los procesos de soplado de botellas, envasado y el mercado al detal o de consumo masivo, al que definitivamente deberíamos considerar eventualmente entrar con la línea completa de productos que gracias a Petroshyris nos vimos obligados a conseguir, envasar etiquetar y diseñar.

Para terminar este punto, cabe mencionar que lamentablemente por el mal manejo dado por Petroshyris a sus gasolineras, en lo personal no le auguro mayor futuro a este proyecto.

Formulación y Blending de Fuel Power:

Un gran logro conseguido en la línea de Aditivos de Combustible es que al fin se consiguió la formula del Fuel Power, por lo que simplemente estamos trayendo el concentrado de USA, del cual 1 tambor nos aguanta para mas de 6 meses, gracias a esto logramos reducir el costo de la materia prima en alrededor de un 50%, y sobre todo con la enorme ventaja de no tener que depender de las importaciones con sus consecuentes implicaciones de tiempo, capital y costos financieros. Todo lo anterior nos permite comprar los insumos necesarios en las cantidades requeridas apenas con unos pocos días de anticipación.

PRODIESEL

Dismarklube- Mobil:

No podemos dejar de mencionar que otra gran cuenta tanto en lo económico, así como en lo estratégico, es el haber firmado un contrato de asesoramiento industrial con Dismarklube, (los mayores distribuidores de Mobil para el Ecuador). Este contrato contempla en esencia darles la asesoría necesaria en análisis de combustibles, muestra de fondos de tanques mediciones con el Testo 350, calibración etc. a cambio de vender nuestros productos a los clientes industriales de ellos, con lo cual ellos por su lado logran también dar un valor agregado a su combustible.

Este proyecto esta caminando lento pero con pie firme, y de hecho estamos ya vendiendo galones a clientes de ellos así como también a ex clientes nuestros como el caso de Pintex.

Estratégicamente hablando, este contrato nos posiciona al igual que la ISO y la venta de nuestros productos a través de Petroshyris con una muy buena imagen, pues además la relación que hemos establecido con Mobil en otros campos esta empezando a consolidarse cada día más y más.

Línea de Filtros Puradyn

Esta línea es la Benjamín de la compañía, de la misma manera la de mayor inversión y la que mayor recursos económicos ha demandado.

La consecución de la misma, puesta en marcha e implementación hay que reconocer que es obra de Juan Javier.

los contactos necesarios para que Prodiessel consiguiera la distribución, la cual luego de una ardua pelea para la misma con Azul e intereses de John Deere USA para que le fuera adjudicada a Juan Fernando Navarro, logramos obtenerla. Esto se debió principalmente a la buena imagen y la certificación ISO con que cuenta Prodiessel, pues si revisamos cifras al lado de Azul somos un granito de arena.

En este punto cabe mencionar que dimos una imagen muy profesional y la simpatía de Juan Javier en su visita a fábrica definitivamente consolido nuestra posición y pudimos obtener la distribución.

Para poder realizar la 1ª importación tuvimos que hacer un primer desembolso cash que fue financiado inicialmente por mi (US.15,000) y luego tuvimos que obtener un crédito al Banco del Pichincha por US.30,000 mas, con lo cual se cubrieron todos los gastos, incluso de una 2da. importación .

De estos valores cabe mencionar que hoy en día debemos al Banco únicamente US.10,000 y US.15,000 que preste a titulo personal en junio del año pasado (sin intereses) para la 1ª importación, pero por otro lado tenemos una cartera solo de Puradyn de alrededor de US.32,000, además de un inventario realizable de mercadería que sumado todo supera ampliamente lo adeudado, siempre y cuando ese inventario se lo liquide durante los próximos 2 o 3 meses.

Como todos sabemos se empezó inicialmente contratando un Ing. Mecánico que lamentablemente no solo no sirvió para el trabajo que requeríamos, sino que ademas la experiencia y el tiempo nos demostró que aun no lo necesitábamos, por lo que fue despedido a los 3 meses.

La inversión inicial de este proyecto ha sido muy fuerte para las cifras que mueve Prodiessel. Inicialmente tuvimos que gastar en el viaje de Juan Javier a USA, cubrir como mencione anteriormente el 1er y 2do pedido (además de varios mas por avión), invertir en análisis de aceite con

PRODIESEL

la compañía Wear Check, cubrir ~~la estadía de Phill Behling aquí en el país~~, gastar ingentes cantidades de dinero en viajes y estadías en Galápagos, compra de herramientas, materiales piezas, etc. Obviamente como toda línea nueva demanda una inversión inicial, pero ésta además por lo técnica y específica de la misma requiere de ciertos gastos altos que obviamente han drenado nuestra liquidez.

No es menos cierto que los resultados obtenidos son muy buenos, y en ciertos casos espectaculares, lo cual augura que si se la trabaja bien esta línea puede ser la más importante de la compañía.

En lo que respecta a la comercialización de esta línea, cabe destacar 3 hechos importantes:

1) El Mercado de Barcos en Galápagos:

Aquí es donde se encuentra nuestra base grande de clientes y en la que nos encontramos como sabemos en una guerra a muerte con Trabol, en la cual hasta aquí hemos arrasado con ellos y Juan Javier ha realizado un excelente trabajo.

Contamos con barcos y flotas de 1er. orden como Metropolitan Touring, Klein Tours, Latin Tours, Rolf Willmer, etc.

Habría que moverse con mucha inteligencia y cautela para contrarrestar el amarre que ha hecho Trabol a nivel de Municipio al lograr meter las especificaciones de sus filtros en la ordenanza de Santa Cruz.

2) El contrato de distribución de nuestros filtros para el sector Petrolero con Azul:

Aquí también después de un análisis detallado no solo del producto, sino de Prodiessel, logramos ganarle el contrato y quitarle la subdistribución a Trabol, esto es algo verdaderamente importante, pues donde que este segmento reviente las cifras y volúmenes serian verdaderamente grandes.

3) Hemos logrado entrar en Mobil de Manta (Dismarklube) con la perspectiva de entrar a los barcos atuneros.

El único incidente negativo en esta línea es el acontecido con Sergio Vinuesa que todos conocemos lo acontecido y que realmente no tuvo nada que ver con el funcionamiento de los filtros, sino fue un claro boicot por intrerese turbios de uno de los mecanicos.

Mis observaciones pero de suma importancia en esta línea son las siguientes:

1) En Quito no hemos realizado prácticamente ventas, siendo nuestra principal plaza de acción.

2) Requerimos con urgencia abrir un distribuidor en Guayaquil, sobre todo para frenar el crecimiento de Trabol en su propia tierra.

3) En Quito Trabol ha abierto canales de distribución importantes como Filtros Oro, Hivimar, etc.

Lo cual simplemente no podemos seguir permitiendo que suceda.

En esto le he dado a Juan Javier luz verde para que si es necesario contrate vendedores que refuercen el crecimiento de esta línea, pero de una u otra manera es imperativo hacer esto lo antes posible.

Como ustedes saben se contrato un ingeniero de la Politécnica que fue un verdadero fracaso, no solo por su capacidad para el trabajo que en realidad necesitábamos, sino que además se lo contrato antes de tiempo sin que en realidad la empresa lo necesitara a tiempo completo.

PRODIESEL

Varios:

Cabe mencionar que del Testo 350 adquirido el año antepasado se ha cumplido religiosamente el pago de las cuotas quedando a la fecha únicamente 5 mas para terminar de cancelar en su totalidad el crédito.

En el mes de Noviembre se retiro de la empresa el Ing. Daniel Barros, lo cual obviamente nos afecto la logística y servicio al cliente sobre todo de la línea Fuel Power.

A raíz de la salida de Daniel, decidí cambiar la conformación de la División de Tratamiento de Combustibles, por lo que en diciembre procedí a contratar al Sr. Edison Chillagano, quien trabajaba en Chemen (donde trabajaba también Daniel) y quien entra como auxiliar de Neil principalmente por no decir casi exclusivamente para dedicarse a la toma de gases y ajustes de calderas con los Testos, pues este servicio al cliente del análisis de gases es mas bien el punto álgido de la empresa.

Obviamente toda la logística técnica que antes realizaba Daniel ha recaído principalmente en la Gerencia General de la empresa.

Consecuentemente, Neil ha pasado a ser la cabeza de la División y aprovecho para comentar que ha asumido su responsabilidad al 100%.

Otra persona que también salio, y por la estructura de Prodiesel ocasiono un cierto desequilibrio al comienzo, fue la secretaria general de la compañía, Evelyn Segarra, y luego su reemplazo Livia Bravo también tuvo que salir de la empresa 7 meses después, por lo que el fin de año, con la salida de Daniel, de la secretaria, y además la recertificación de la ISO en Diciembre fue un verdadero stress el cierre de año.

Respecto a la recertificacion de la ISO esta salio favorablemente, habiendo incluido en la misma además la línea Puradyn.

Stock de SFR:

El excesivo inventario que teníamos de SFR ha empezado a salir muy bien en el presente año (2007), gracias a las cuentas de barcos en Galápagos, estimo casi sin temor a equivocarme que este inventario casi se lo realizara en una gran parte sino en su totalidad en el presente año.

Lo que si debería ser motivo de preocupación de Juan Javier, es ver de que manera se puede liquidar el stock de grasas y aerosoles Protecta también de la marca SFR.

Ventas:

Las ventas de la compañía, debido al incremento de las mismas en la línea de combustibles, mas las ventas de SFR, y las nuevas ventas de los Filtros, y sus elementos, subió de de US. 143,394 a en el 2005 a US.195,526 en el 2006, esto es, un incremento del 36%, el cual creo que no amerita comentarios.

En lo que a los Costos de Ventas se refiere, los mismos subieron apenas de un 22% a un 24%, a pesar que la incidencia del costo en la línea Puradyn sobre su precio de venta es del 50% y la del SFR un 44%, lo que demuestra que realmente la que ha servido de colchón para aguantar este porcentaje es la

PRODIESEL

línea de Tratamiento de Combustibles, ~~en la que el costo es apenas un~~ 19% del total de ventas y sin tomar en cuenta que además ha generado otros ingresos menores por servicio de alrededor de US.10,000.

Gastos:

Por otro lado resulta interesante analizar que si a los gastos del ejercicio anterior, esto es al del 2005 le aumentamos US. 12,801 (correspondientes a Honorarios de JMP y arriendo de GM, y la licitación de Termoesmeraldas) que no se los registro en el Balance del año antepasado para no aumentar las pérdidas, los gastos del ejercicio del 2005 hubieran quedado en US.135,631. contra US.141,261 del 2006, esto significa apenas un incremento del 4%, lo cual no solo demuestra, sino confirma que en este sentido ha habido un manejo responsable y conservador de los recursos de la empresa, sobre todo si se toma en cuenta que han existido gastos nuevos tales como:

Pagina WEB	US.2,075
Repuestos de Puradyn (puestos al gasto)	US. 1,618
Pasajes Aéreos y Viáticos de Puradyn +/-	US. 3,000
Total	US.6,693

Si restáramos estos rubros nuevos al ejercicio del 2006, el incremento no hubiera llegado ni siquiera al 1%.

Todo lo anteriormente expuesto nos indica que estamos apuntando en la dirección correcta, y que los gastos de la empresa se encuentran totalmente controlados.

Objetivos para el 2007

Teniendo a la empresa en una situación estable, con sus gastos controlados, con productos de excelente calidad, con un pasivo moderado y con un nombre de prestigio en el mercado, lo único que nos falta para despegar y tener una operación altamente rentable, es incrementar nuestras ventas en las tres líneas:

1. Tratamiento de Combustibles
2. SFR
3. Puradyn

Eso sí, este incremento en ventas debe darse de la mano con un manejo reducido o controlado de inventario, caso contrario cualquier beneficio económico podría verse afectado en su liquidez.

Para esto nos hemos propuesto las siguientes metas:

1. Línea de Tratamiento de Combustibles:

Creer en el 2007 un 10% o sea llegar a un promedio de 183 gls/mes que equivalen a un incremento de 204 galones al año.

2. SFR:

PRODIESEL

Deberá ser nuestra prioridad ~~en esta línea lo de por lo menos liquidar el~~ inventario existente tanto en Prodiesel como en Texsa, y de esta manera hacer liquidez en gran parte con recursos propios y en buena parte cancelados a fabrica desde principios del año anterior.

El margen no es muy grande en esta línea, llegando apenas a un 44% sobre ventas, pero sin embargo al ser un producto estrella, complementa perfectamente nuestra gama de productos y principalmente le da un valor agregado a la línea Puradyn.

3.- Puradyn:

A pesar de ser esta una línea en la que todos hemos depositado nuestra esperanza, y que Juan Javier ha hecho un forecast de ventas de US. 12,000 / mes (US. 144,000 al año), me atrevo a pensar que mientras no se la consolide, abriendo distribuidores a nivel nacional al menos en las ciudades mas importantes, y no se estructure una fuerza de ventas para hacerle frente a la competencia de Trabold, el crecimiento sostenible y no esporádico de la misma será duro y estresante.

Administrativos:

Estrategia Corporativa:

Para poder crecer en las ventas de las distintas líneas de la compañía, la Gerencia personalmente ha asumido el reto de desarrollar una estrategia corporativa en la que se incluya una gran base de datos de potenciales clientes, así como también de la competencia, la que, una vez concluida será fundamental para la implementación de cualquier estrategia de ventas de la empresa.

De la mano con lo anterior, está el tratar de concluir hasta el ultimo trimestre del 2007 la implementación del Balance Scorecard, que nos servirá para arrancar el 2008 con un plan estratégico perfectamente medible y cuantificable en base al cual deberemos medir el funcionamiento y desempeño de todas las áreas y personas de la compañía.

Plan de Cuentas:

Se fijo como meta para el 2007 la implementación de un nuevo Plan de Cuentas para la contabilidad de Prodiesel, el cual se encuentra ya caminando y con saldos al 31 de marzo, es un plan muy claro, agrupado por línea de producto y que refleja con mucha simpleza y sencillez tanto el estado así como los resultados de la compañía.

Pagina Web:

Se encuentra funcionando perfectamente

Atentamente


Jose Maria Ponce
Gerente General