

Quito, 31 de Marzo del 2011

Señores

ACCIONISTAS

PROMODOR CIA.LTDA.

Presente.-

Estimados Socios

Reciban un cordial saludo, me corresponde reiterarles que todas las acciones y actividades ejecutadas por esta administración han estado y estarán encaminadas al logro integral y al objetivo por el cual fue creada PROMODOR CIA,LTDA.

Como todos los inicios el primer año registró un balance negativo, profesionalmente, este año me ha servido para hacer una evaluación general de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, mismas que detallare en este informe.

Personalmente he aprendido muchas cosas, un año básicamente de familiarización con el mundo de las importaciones.

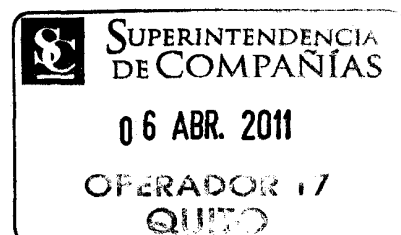
FORTALEZAS

PROMODOR IMPORTACIONES.- Desde mi punto de vista, la empresa tiene la principal fortaleza en su nombre, promocionar, eso es muy difícil colocar, el nombre con el sufijo elite no solo de vender sino de posicionarse y conseguir un lugar en el mercado nacional.

RELACION COMERCIAL.- Esta fortaleza que tiene con el fabricante SAFETY ECUADOR, empresa aliada donde mueve en forma regular y en volumen ha permitido a PROMODOR salir a flote con los materiales que está importando permitiéndole seguir creciendo en otras aéreas y con otros clientes.

OPORTUNIDADES

PROMODOR ha tenido la oportunidad de ingresar al mercado con nuevas marcas de representación autorizada, existe una demanda insatisfecha debido al crecimiento industrial y a la normalización en procesos de señalización y demás.



La nueva línea CASA BELLA nos permitirá avanzar en cadenas de distribución como Kiwy, sukasa, etc, la inexistencia de esta línea en el país nos permitirá crecer como tal.

AMENAZAS

La principal amenaza que detectamos en este año de aprendizaje es la guerra de precios en el mercado y el romper el esquema mental en la idea de los clientes que lo americano es lo mejor cuando en realidad son ellos los maquilados en países asiáticos, y los que no tienen nombre americano siendo maquilados en el mismo lugar pierden credibilidad, esto también viene siendo a la larga una OPORTUNIDAD para Promodor para desarrollar las marcas que representamos y posicionar en el mercado.

DEBILIDADES

La pérdida que se refleja en los estados financieros es justamente por la debilidad que tiene PROMODOR al ser una empresa con un año de existencia, no tener una trayectoria de experiencia, no tener consolidado un sistema de comercialización sólido a nivel nacional.

Inexistencia de pronósticos de venta para la correcta demanda en importación de diferentes materiales de rotulación y publicidad, la poca o nada información que tenemos por categoría de clientes, una cartera en proceso de formación, estimaciones en base a información del conocimiento del entorno de sus socios principales y aliados.

Tengamos presente que con lo avanzado del año en materia económica hasta la fecha, y el aprendizaje en el tema de importación y que hoy por hoy ya está superado, lo que definitivamente no afectará nuestra prosperidad y bienestar.

Es todo cuanto puedo decir en honor a mi lealtad al proyecto empresarial que estoy liderando y que me complace cien por ciento a mi vida personal y profesional.

Saludos Cordiales,


Ing. Alejandra Chavez
GERENTE GENERAL

