



INFORME DEL GERENTE GENERAL SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2007

El año 2007, fue un año eminentemente político en donde la campaña del Presidente de la Republica no cesó pues trataba de conseguir el mayor número de Asambleístas para la Asamblea Nacional Constituyente que con el predominio de su Movimiento Político podía incluir innumerables cambios afines a su línea de pensamiento.

El primer cuatrimestre del año 2007 existió todavía un ambiente de tranquilidad en el país lo que motivo un incremento de las actividades económicas, sin embargo según avanzó el año se empezaron a sentir dificultades en el mercado y en la actividad económica lo que generó un inflación de 3,2% y el incremento del PIB de 2,7%.

En conclusión los indicadores Macroeconómicos del país fueron negativos. La Economía prácticamente se estacionó.

El país se encuentra en espera de las decisiones de la Asamblea Nacional Constituyente y del impacto que estas decisiones y cambios den a la economía del país. Por lo pronto se espera un año 2008 con una inflación aún más alta que el 2007 y con un crecimiento inferior que el año anterior.

DISTABLASA.-

Los cuatro primeros meses del año 2007 tuvieron un crecimiento muy fuerte pues se consiguieron ventas muy por encima del presupuesto en meses en que generalmente las ventas no son muy altas.

Sin embargo al transcurrir el año se presentaron dificultades ocasionadas sobre todo por la transición de la Fabrica de Novopan a la nueva planta que generaron drásticos e innumerables huecos de inventarios en el abastecimiento lo que le generaron a la compañía la imposibilidad de cumplir sus objetivos de mejor manera. DISTABLASA cumplió el presupuesto de ventas en el 92.80% y creció en el 12% respecto al 2006.

Durante el año 2007 las dos Agencias de DISTABLASA, la Agencia Centro y la Agencia Machala se consolidaron plenamente en sus respectivos mercados, al mismo tiempo que desde Mayo del mismo año empezó a operar la Agencia de DISTABLASA en Loja como una estrategia necesaria para la cobertura en las provincias de Loja, Zamora y Morona Santiago. Está Agencia consolidó la presencia y liderazgo de DISTABLASA en todo el sur del país, pues empezamos en esa zona con un 5% de participación de mercado y cerramos el año con el 33% de participación.

Como siempre DISTABLASA y sus colaboradores se preocuparon durante todo el año de cumplir con un estándar elevado de satisfacción de nuestros clientes, para ello se mejoraron los sistemas de transporte de la compañía, se mejoró los procesos de corte y canteado por intermedio de una matriz de corte, se supero ampliamente el indicador de

MATRIZ: Av. Octavio Chacón s/n y Miguel A. Narváez Esq. (Parque Industrial)
Telfs. fax: 286 3502 / 286 3503 / 286 3660 E-mail: distabla@etapaonline.net.ec Cuenca - Ecuador
SUCURSAL CUENCA: Av. R. M. Arízaga y Juan Montalvo Esq. / Telefax: 284 0305
AGENCIA MACHALA: Av. Las Palmeras 408 entre Octava y Novena Norte Telfs.: 296 3994 / Fax: 292 3316
E-mail: distablasa@easy.net.ec

m

horas de capacitación técnicas por intermedio de los Seminarios llamados DISTACARPINTEROS, de las charlas técnicas especializadas y de la asesoría directa en los talleres de nuestros clientes.

Al mismo tiempo se mejoró ostensiblemente la imagen corporativa de la compañía unificada en todas las Agencias así como de también la unificación de los showroom y toda la publicidad de la compañía.

También se dio un seguimiento constante al Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2000 para lo cual continuamos con dos Auditorías Externas y dos Auditorías Internas, además de un plan continuo de mejora.

VENTAS POR PRODUCTOS

Las ventas de PLYWOOD registraron un cumplimiento del 101% versus al presupuesto. Esto a pesar de que tuvimos meses muy complicados con el abastecimiento debido a la falta de disponibilidad de madera por la veda transitoria decretada por el Gobierno.

PLYWOOD MARINO tubo un cumplimiento del 72% sin embargo crecimos versus al año 2006 en un 35% apoyado fundamentalmente por el mercado de Loja.

En lo que se refiere a los tableros DECORATIVOS se fijó un presupuesto muy ambicioso que lamentablemente no se cumplió por problemas de abastecimiento, situación que confiamos sea corregido en el 2008.

El MDP con la nueva planta tuvo muy buen proceso de introducción en el mercado, pues a pesar de los continuos huecos y desfases de abastecimientos se cumplió el presupuesto en un 117% y se creció versus el año 2006 en un 40%.

En lo que se refiere al MDP TROPICAL se cumplió el presupuesto en un 81% y se creció versus el 2006 en un 3%.

En el MDPKOR, DISTABLASA cumplió el presupuesto en un 87% y se creció versus el año 2006 en un 12%.

El MDPFOIL cumplió su presupuesto en 58% debido a limitaciones en el abastecimiento de este producto.

En lo que se refiere al MDF el cumplimiento fue del 84%, en vista de no contar con el formato 6 x 8.

Lo que se refiere al FIBRAKOR la compañía cumplió el 77% de l presupuesto pues el 70% de las ventas son del FIBRAKOR RANURADO producto en el cual se presentaron dificultades de entrega.

MATRIZ: Av. Octavio Chacón s/n y Miguel A. Narváez Esq. (Parque Industrial)
Telfs. fax: 286 3502 / 286 3503 / 286 3660 E-mail: distabla@etapaonline.net.ec Cuenca - Ecuador
SUCURSAL CUENCA: Av. R. M. Arizaga y Juan Montalvo Esq. / Telefax: 284 0305
AGENCIA MACHALA: Av. Las Palmeras 408 entre Octava y Novena Norte Telfs.: 296 3994 / Fax: 292 3316
E-mail: distablasa@easy.net.ec

M3

En lo que se refiere al FIBROPANEL el cumplimiento se fijo en el 88% pero se consiguió un crecimiento del 46%. Será necesario afinar los pronósticos y coordinar con fábricas la entrega de este producto

En lo que se refiere a HERRAJES y FILOS se cumplió el 89% y 128% respectivamente.

RESULTADOS FINANCIEROS

En el año 2007 DISTABLASA mejoró considerablemente su patrimonio pues son tres años continuos en los que ha conseguido importantes ingresos por resultados positivos.

Las utilidades del 2007 antes de participación de empleados y de impuestos fue de 142.400 dólares que representan un crecimiento del 6% respecto al 2006.

La compañía cerró el año con una cartera de 1,231.000 dólares de los cuales la cartera vencida es de 380.000 dólares, representando un porcentaje vencido del 24.9 %, semejante al 2006, debido a que AKTUELL no mejoró sus pagos pues cerró el año con 68.384 dólares, y, la apertura de la agencia en Loja, demandó nuevos recursos.

Para concluir este informe, debo dejar constancia de mi agradecimiento a todo el personal de Distablaza y en especial al Dr. Marlon Zamora, Subgerente General de la empresa, a César Alvarez y a ustedes señores accionistas por el apoyo y confianza brindada.



Ignacio Bustamante Serrano
GERENTE GENERAL