

INFORME DE GERENCIA

EMPRESA CUARMUEBLES S.A.

DICIEMBRE 2017

El 2017 corresponde al tercer año de operación de la empresa Cuarmuebles.

Aun la empresa está en su fase de estabilización, se estima que el 2018 será el año en el que se llegaría al punto de equilibrio. El factor económico y político jugó un papel preponderante en los resultados de la empresa, puesto que al ser año electoral el sector de la construcción continuó reprimido en al menos un 50%. Las expectativas están para el año 2018 donde la eliminación de la ley de la plusvalía apunta a dinamizar éste sector.

Luego de los estudios de mercado realizados en el año anterior, el 2017 la empresa se enfocó en los segmentos y clientes objetivos: Constructores con oferta de instalación, Distribuidores específicos que generen volumen, anclarse en negocios conjuntos para puntos de exhibición, en los mercados de Cuenca, Quito, Guayaquil, Santa Elena y Manta.

Se estructuró el equipo comercial para apuntalar la estrategia: Nuevo Jefe comercial y vendedores en Guayaquil, Quito y Cuenca especializados, además de potenciar el equipo de instaladores.

El 2017 se logró una participación del 24% del mercado de cuarzo en el país tomando en cuenta que las importaciones eran apuestas anteriores de los importadores debido a aprovechar un poosible incremento arancelario.



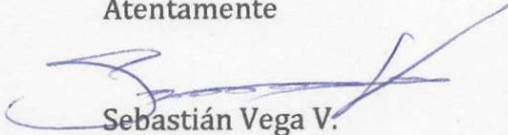
En cuanto a la línea de tinas de baño se ha trabajado e optimizar los tiempos de producción mejorando y construyendo nuevos moldes, con lo cual se incrementó eficiencia. El primer semestre se tuvo un decrecimiento en las ventas, tiempo en el

que se realizó el trabajo de moldería, logrando un crecimiento del segundo semestre.

Los resultados obtenidos en la compañía en base a lo indicado inicialmente muestran una pérdida de \$431.719,69 dólares un 20% menos que el año anterior. A pesar de que ha sido nuevamente un año de pérdida, el segundo semestre hubo una recuperación pasando de pérdidas mensuales de 50.000 dólares a promedios de 15.000 dólares. Es importante resaltar las acciones estratégicas implementadas en el área comercial lo cual permitió incrementar el volumen en base a las estrategias mencionadas anteriormente.

El año 2018 sería un año ya de apuntalar el punto de equilibrio y generar utilidad basados en la profundización de producto por las acciones internas realizadas tanto en producción como en lo comercial sobre todo en el año 2017.

Atentamente



Sebastián Vega V.
Gerente General