

INFORME DE LA ADMINISTRACION A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Aspectos generales de 1998:

Las actividades formalmente se iniciaron en junio de 1998, ya que antes de esta fecha, se concretaron el establecimiento y estructuración de la empresa, el lanzamiento del asterisco 311, fue el 01 de junio de 1998, el mismo que equivale al motor de Cellmart S.A.; antes de esto las actividades comerciales se encaminaron en la comercialización de accesorios a un grupo de reducido de distribuidores.

En general de año se desarrollo bien llegando al punto máximo en diciembre de 1998 cuando la venta fue superior a 400 millones de sucres, en venta de accesorios y teléfonos, los principales problemas que se enfrentaron para lograr los resultados esperados fueron el hecho de que contrario a lo planeado las ventas hechas a Conecell para la comercialización a menudeo en sus centros de atención sólo sirvieron para alcanzar un extremadamente lento desplazamiento de la mercadería ya que se carecía de un servicio especializado y por lo mismo rápido y eficaz, adicionalmente otro mercado fue el de los vendedores corporativos de Porta que al recibir una atención lenta y burocrática sumada al problema de precios ellos tendían a comprar en otros lugares.

A pesar de estos problemas se logro una participación exitosa en el año 1998 y se pudo identificar y erradicar estos problemas para iniciar correctamente en 1999.

Recomendaciones para 1999:

Basado en los hechos antes mencionados las recomendaciones serían las siguientes:

- ♦ *Venta a vendedores corporativos.- Se deberá vender a ellos con crédito a través de cheques a fecha, y precio distribuidor con una atención ágil directamente en nuestros locales*

CELLMART

QUITO: Av. De Los Shyris 912 y Holanda (Diagonal a la tribuna) Telefax: 251-682 • 443-078 Cel.: 09-565106 GUAYAQUIL: Victor Emilio Estrada 722 y Guayacanes, Ed. Columbus Telfs.: 888-566 • 888-569 Telefax: 888-568 Cel.: 09-564774 • 09-5647

- ◆ *Ventas al menudeo.- Cellmart debería tener presencia directa en todos los puntos de Porta para ofrecer una atención directa, ágil y especializada que se refleje en la mejora de imagen tanto de Porta como de Cellmart*
- ◆ *Ventas de distribuidor.- En el caso de distribuidores el incremento de ventas se ve complicado debido a la informalidad del mercado ecuatoriano de accesorios y teléfonos y al ser Cellmart una empresa se encuentra en una posición complicada para captar mercado debido a los precios, con una participación mayor.*

Atentamente,

Hans Heinz
Gerente General