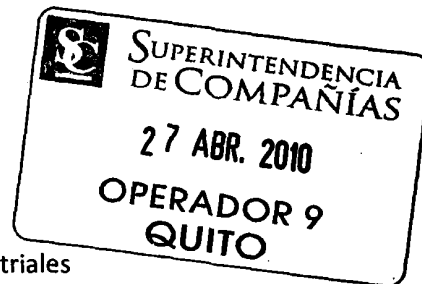


Quito, a 24 de Abril del 2010



Señores,

Accionistas de ACSUIN S.A. Acabados y Suministros Industriales

Estimados.-

En cumplimiento a las normas vigentes en la ley de compañías así como a los estatutos de la empresa, tengo el agrado de presentar el informe de labores correspondiente al ejercicio 2009 al mismo que para su mejor comprensión, adjunto el estado los balances de resultados.

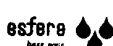
Debido a la recapitalización de la empresa en los últimos años, la empresa ha sido merecedora a la ratificación el crédito por nuestro principal proveedor, BASF BRASIL. Esto otorga relativa tranquilidad, buena imagen y presencia en el mercado de la línea, de re pintura automotriz GLASURIT, una muy irregular participación de SALCOMIX y SUVINIL, el crecimiento en la industria por la excelente calidad de los productos de nuestra representada española, VALRESA sumando la mejor afinidad y apoyo del nuevo ejecutivo de la compañía 3M Ecuador y otros complementarios de firmas locales.

Con la primera línea de trabajo se presentaron pequeños problemas que se solucionaron con la contratación de Lorenzo Vinicio Rodriguez que por sus conocimientos en el manejo de talleres la si logra engranar positivamente en el grupo "GLASURIT" así también días más tarde se acepta el retorno de Héctor Rodriguez.

TRABAJOS PUNTUALES EN ASPECTOS POSITIVOS

a.- Se trabaja con los técnicos de Glasurit en el conocimiento y el correcto manejo de los productos, en los portafolios de productos, Alemán y Brasílero, el mercado acepta con muy buen agrado la calidad de Alemania, sin embargo el precio es un factor limitante para seguir compitiendo con las marcas locales que si bien tienen menor calidad pero también, los precios son muy bajos.

b.- Se termina la construcción de dos laboratorios para la línea Glasurit y Valresa, más la sala de capacitación y la ampliación de las bodegas en la matriz; para este periodo contamos con el aporte del tecnólogo Fredi Aguilar, quien tiene a cargo enseñar y asesorar la formación del personal en la utilización de los medios de comunicación electrónica.



c.- Las constantes motivaciones a los clientes mediante las nuevas estrategias de marketing con los nuevos productos mantienen y fortalecen el posicionamiento de la marca, mejorando la imagen y seguridad en el cliente al momento de elegir por una línea de productos, sumando la calidad y el servicio.

ASPECTOS NEGATIVOS

Todo nuestro trabajo realizado en conjunto entre los técnicos y gerencia se ven comprometidos en una situación difícil por el fuerte incremento de las invasiones de nuestros compañeros importadores que llego a perjudicar nuestras ventas en 30% esto fue muy grave porque el cliente motivado por un mejor costo y su afán de búsqueda de mejores alternativas accede a la tentación de compra de otras plazas, evadiendo o con ningún respeto o relación al apoyo de nuestra empresa. Para contrarrestar esta situación. Debimos reducir en determinados clientes el margen de utilidad.

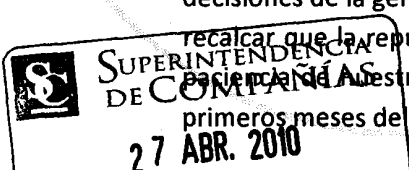
Enfrentamos fuerte presión en concesionarias de: PPG – COLPISA - ROBERLO - SIKKENS, debido a la mejor propuesta de la competencia los clientes aceptaron cambiar de proveedor, se produjo la pérdida de tres talleres importantes, dos concesionaria y uno multi marcas, con la reducción de nuestro presupuesto de facturación mensual.

Con la mejor intención de recuperar nuestra participación de ventas del mercado, mejoramos la estrategia del acompañamiento técnico al cliente, implementando con cada uno el mejoramiento de consumos y gestión de taller, con resultados aceptables se incrementaron los descuentos en promedio al 5% en ciertos puntos de distribución, generando una relativa conformidad en varios

Mantener el mercado de la línea SUVINIL, constituye una difícil tarea, conlleva mucho tiempo y dinero, este trabajo consigue su objetivo parcialmente y no es de total satisfacción de ACSUIN ni de BASF BRASIL, aparecen un proyecto muy importante EL NUEVO AEROPUERTO que por temas políticos se paraliza.

La evaluación general es que estos resultados son producto de la imagen generada en años anteriores, sin embargo en conversaciones con Brasil dejamos la puerta abierta para en el 2010 trabajar las otras zona del país, para mejorar la posibilidad de acceso implantado una buena imagen de la marca que sirvan de referencia para la recuperación de lo perdido y sin dudas sumen nuestros montos de ventas.

En la concerniente a las herramientas y medios de control el sistema contable "CADILAC" avanza muy lentamente en los ajustes y correcciones de los módulos integrados para los que se cancela por anticipado \$1960, sin que se entregue el programa por parte del Ing. Franklin Días, limitando la capacidad del buen criterio y velocidad de repuestas en la toma de decisiones de la gerencia, Sin embargo a fin de año pudimos tener los balances a tiempo; debo recalcar que la repuesta y bondad del programa es buena, espero que en poco tiempo y con el apoyo de nuestro lado, el sistema estará terminado a nuestra entera satisfacción en los primeros meses del 2010..



Quito: Superintendencia de Compañías, entre 10 de Agosto y 6 de Diciembre • Telf.: 2476575 / 2476570 / 2805232 / 2476543 fax ext.: 115
Sur: 2611290 / 26151851 ; Luz 2406414 / 2407412 ; Cotacollao: 2594876 / 2591303 servicios@acuinsa.com / www.acuinsa.com



Acabados y Suministros Industriales

Acuin S.A.

Con la política económica general de Rafael Correa, ~~el Ecuador enfrenta con grandes~~ incertidumbres asambleístas que confunden e irrespetan las leyes creando una decepción, en la población punto que pone al Ecuador en un alto riesgo. (Según datos entregados por el Banco Central del Ecuador.)

Los desaciertos de Rafael Correa, su mala conducta con los estratos productivos y el errado manejo político nacional e internacional, conducen a la economía del país por una constante incertidumbre social, y permanente especulación inimaginable, con incidencia directa en la recuperación de cartera.

Tratando la parte comercial reporto que, se debió arriesgar otorgando nuevos créditos por la renovación de puntos de distribución en la ciudad de Cayambe afectando positivamente y directamente a las ventas y la atención de los clientes. Creamos las políticas de descuentos por pronto pago en procura de mejorar el costo del sub distribuidor, de esta manera ACSUIN mejoro la posición del mercado, recuperación de cartera y siendo posible cumplir con sus obligaciones nacionales e internacionales.

Debo expresar mis felicitaciones y agradecimientos a la empresa, Española VALRESA que, esta innovando permanentemente su tecnología reflejada en el desarrollo de productos de calidad insuperable y de alto rendimiento. Es importante valorar su política de apoyo a la distribución para mantener sus clientes a través su representante ACSUIN S.A.

Las ventas e importaciones de la línea maderera Española VALRESA, mejoraron en promedio de 24%, de igual forma y favorecidos por la estabilidad de euro frente al dólar, nuestro margen de utilidad subió en promedio al 7.72%.

En el mejoramiento de la imagen de la empresa, la publicidad se considera un punto prioritario se mantiene fortalecida, con la implementación del dpto. de publicidad encargado a Diego Valencia y Jervis Estrella, reemplazado a principios año por Pablo Trujillo en que se creó altas expectativas y que no cumplió con las mismas sin embargo se atendió a cada distribuidor, taller o concesionaria en buena forma, oportuna y costo similar que con Jervis, es decir, está justificado y acorde a nuestro presupuesto.

Las acciones tomadas en periodo laborado se reflejan en el estado de resultados del ejercicio económico 2009, el mismo es aceptable, tenemos una variación por línea un entre las que se debe considerar, el incremento de VALRESA en el 24% y el decrecimiento del 3% en Glasurit, mismo que resulto bajo ya que se esperaba una baja del 15% al 20%.

Superando todos los problemas anteriormente expuestos, la empresa ha logrado obtener los siguientes totales generales por ventas en relación al periodo 2008, que significan un crecimiento del 5.85% equivalente a \$192.268,79 dólares americanos y en la participación de utilidades un crecimiento del 7.72% que significa la suma de \$114.850,04.

Estado de resultados por las ventas y gastos totales del periodo 2009 están detallados en el cuadro comparativo, periodos 2008- 2009

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
27 ABR. 2010

OPERADOR 9
QUITO

Oficina: Santo Domingo 1-85 entre 10 de Agosto y 6 de Diciembre • Telf.: 2476575 / 2476570 / 2805232 / 2476543 fax ext.: 115
Sur: 2601200 / 2656851 ; Luz 2406414 / 2407412 ; Cotacollao: 2594876 / 2591303 servicios@acsuinsa.com / www.acsuinsa.com



	AÑO 2008	PORCENT.	AÑO 2009	PORCENT.	VARIACION	PORCENT.
VENTAS NETAS	3.279.151,12	100%	3.471.419,91	100%	192.268,79	5,86%
Margen Bruto	913.442,38	27,86%	1.068.513,27	30,78%	155.070,89	16,98%
UTILIDAD OPERACIONAL	263.988,59	8,05%	329.167,84	9,48%	65.179,25	24,69%
UTILIDAD ANTES PARTICIP.	178.626,33	5,45%	217.174,09	6,26%	38.547,76	21,58%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	106.616,28	3,25%	114.850,04	3,31%	8.233,77	7,72%

En atención a la permanente necesidad de solucionar los problemas de liquides, fortalecer la imagen de la empresa poder crecer en la participación del mercado, así como la rápida respuesta con nuestros proveedores en la parte económica, expongo mis recomendaciones; mantener la tendencia de recapitalización, reinvertir \$.35.000, para alcanzar \$.505.000 USD de capital suscrito y pagado, los que deberán ser tomados de las utilidades del ejercicio 2009.

Seguro de Haber realizado el mejor esfuerzo a favor de la empresa, se ha detallado el presente informe del periodo con las diferentes acciones y resultados del ejercicio 2009, la veracidad de lo dicho es absoluta; espero que el mismo sea de su total conformidad, también considero a este reporte el espacio oportuno para expresar a todos los accionistas de la empresa, mis agradecimientos por la total confianza entregada.

Atentamente,

Edgar Beltrán Zapata

