

GRUPO MICROSISTEMAS JOVICHSA S.A.
INFORME DE GERENCIA
AÑO 2012

Estimados miembros de la Junta General de Accionistas de Grupo Microsistemas Jovichsa S.A.:

Por medio de la presente expongo ante ustedes el informe de Gerencia correspondiente al Ejercicio Económico del año 2012.

El año 2012 fue de grandes retos para la empresa, en medio de inversiones significativas en varios frentes, contracción de márgenes y flujo, y resultados comerciales ligeramente debajo de las expectativas. Si bien estos factores hicieron del año un ejercicio complicado, se establecieron bases sobre las cuales se podrá obtener un crecimiento muy positivo. Aún con los retos, cerramos el año con ventas de \$5.814K (un incremento superior al 20%), aunque la utilidad contable bajó a \$114K (poco más de la tercera parte de lo logrado en el 2011).

Resultados de ventas vs. presupuesto (en miles de USD)

	TOTAL			NUEVO			RENOVACION		
	Real	Presp	%	Real	Presp	%	Real	Presp	%
ALLOT	128	200	64%	123	176	70%	5	24	21%
ARANDA	153	100	153%	131	64	205%	22	36	61%
ASTARO	1,319	1,120	118%	963	760	127%	356	360	99%
CLOUD	52	80	66%	23	23	102%	29	57	51%
CONSULTORIA	255	300	85%	255	300	85%	0	0	n/a
DESARROLLO	173	170	102%	173	170	102%	0	0	n/a
DLP	30	110	27%	30	110	27%	0	0	n/a
GENEXUS	261	220	119%	132	124	106%	129	96	135%
ISP	1,042	1,070	97%	62	135	46%	980	935	105%
KASPERSKY	2,299	2,540	91%	940	1,174	80%	1,359	1,366	99%
QUALYS	0	40	0%	0	40	0%	0	0	n/a
SEGCEN	5	10	48%	1	7	20%	3	3	104%
VIDYO	27	40	67%	27	40	67%	0	0	n/a
Z-REP.GASTOS	70	0	n/a	70	0	n/a	0	0	n/a
TOTAL	5,814	6,000	97%	2,930	3,122	94%	2,884	2,878	100%

Los resultados de venta fueron satisfactorios, logrando el 97% del presupuesto. El mayor déficit estuvo en Kaspersky, particularmente en ventas nuevas (80%). Se sobredimensionó el espacio disponible en un mercado que ya hemos ocupado a gran medida (realizamos un estudio de mercado que indica una participación superior al 30% en el mercado corporativo de 10 usuarios para arriba). Deficiencias en el equipo de trabajo (especialmente en el Jefe de Línea) también afectaron las ventas nuevas. Se destaca el desempeño de la línea de Astaro (ahora Sophos), con un excedente cercano a \$200k. Dentro de este resultado se refleja la gestión como mayorista regional de la marca (cubriendo Venezuela, Colombia, Perú y Venezuela), aunque el volumen por ese rubro es menor al 10% del resultado de la línea. No se tuvo los resultados deseados en líneas menos maduras como Allot, DLP (Safend), y Consultoría. Sin embargo, en este último caso el incremento en relación a años anteriores fue muy significativo, marcando la dirección estratégica deseada de colocar un mayor volumen de servicios propios.

	QUITO			GUAYAQUIL			CUENCA		
	Real	Presp	%	Real	Presp	%	Real	Presp	%
ALLOT	88	92	96%	40	75	53%	0	32	0%
ARANDA	77	48	160%	72	36	202%	3	16	21%
ASTARO	894	804	111%	367	261	141%	57	54	105%
CLOUD	52	73	72%	0	7	0%	0	0	n/a
CONSULTORIA	129	124	104%	113	139	82%	13	38	33%
DESARROLLO	173	170	102%	0	0	n/a	0	0	n/a
DLP	0	33	0%	30	77	39%	0	0	n/a
GENEXUS	267	220	121%	-6	0	n/a	0	0	n/a
ISP	811	825	98%	224	245	91%	7	0	n/a
KASPERSKY	1,306	1,378	95%	870	947	92%	123	216	57%
QUALYS	5	22	21%	0	18	2%	0	0	n/a
SEGCEN	7	6	129%	20	4	452%	0	0	n/a
VIDYO	0	28	0%	0	12	0%	0	0	n/a
Z-REP.GASTOS	70	0	n/a	0	0	n/a	0	0	n/a
TOTAL	3,880	3,824	101%	1,731	1,821	95%	203	356	57%

El cumplimiento por región muestra una marcada debilidad en Cuenca, donde el equipo comercial y la supervisión a distancia desde Guayaquil no dieron los resultados buscados. En Guayaquil se llegó cerca al presupuesto (95%), pero el déficit es considerable en monto (\$90K). Si bien Quito logró su presupuesto, el cumplimiento dependió de un excedente en renovaciones. En general, problemas de conformación del equipo comercial (rotación de ejecutivos y dificultades en la contratación de reemplazos), fueron una constante a lo largo del 2012.

Resultados de utilidad bruta vs. presupuesto (en miles de USD)

	Venta	Costo	UB	Presp UB	%
ALLOT	128	99	30	72	42%
ARANDA	153	97	56	27	206%
ASTARO	1,319	820	499	481	104%
CLOUD	52	0	52	47	111%
CONSULTORIA	255	107	149	239	62%
DESARROLLO	173	26	147	122	120%
DLP	30	22	8	38	21%
GENEXUS	261	161	100	96	105%
ISP	1,042	834	208	300	69%
KASPERSKY	2,299	1,278	1,022	1,070	95%
QUALYS	0	0	0	11	0%
SEGCEN	5	3	2	8	29%
VIDYO	27	16	11	11	97%
Z-REP.GASTOS	70	40	29	0	n/a
TOTAL	5,814	3,501	2,313	2,522	92%

El mayor factor en la reducción de utilidades fue la contracción de márgenes en relación a lo presupuestado. Mientras el cumplimiento del presupuesto de ventas fue del 97%, el cumplimiento de utilidad bruta fue solamente del 92%. En ciertas líneas se logró un mejor margen del estimado (por ejemplo en Kaspersky, donde se logra el 95% de la utilidad bruta a pesar de vender solamente el 91% de lo presupuestado). En otras el margen fue considerablemente menor, como el caso de Astaro/Sophos, donde el excedente en ventas (18% por encima de presupuesto), solamente generó un excedente del 4% en utilidad bruta. Esto se debió principalmente a la venta de algunos proyectos inusualmente grandes que exigieron de una estrategia comercial más agresiva (menor margen), la cesión de márgenes a favor de canales, y los costos de venta asociados con la logística para atender a canales en múltiples países. El mayor apretón de márgenes se da en la línea de ISP, donde un cumplimiento del 97% del presupuesto de venta nos generó solamente el 69% de cumplimiento en utilidad bruta. Esto responde a la realidad del mercado de Internet, donde el servicio se ha convertido un commodity, los proveedores tienen mayor presión de competir por precio, y los carriers tienen menos espacio para traspasarnos mejores márgenes.

Resultados de gastos vs. presupuesto (en miles de USD)

Rubro	Real	Presp	Diferencia	%
Personal	1,318	1,463	145	90%
Publicidad, Eventos, Gastos por Clientes	263	238	-25	111%
Viajes y Movilización	118	83	-36	143%
Arriendo de Oficinas	102	92	-10	111%
Luz, Agua, Teléfonos, Internet, Correos	101	93	-8	109%
Depreciación	61	71	10	86%
Otros Gastos y Gastos No Deducibles	54	11	-43	500%
Servicios Profesionales	50	51	1	97%
Capacitación y Eventos Internos	46	45	-1	102%
Impuestos, Cargos Financieros, Importaciones	30	30	0	100%
Útiles de Oficina, Aseo, Cafetería	26	26	0	99%
Arriendo y Mantenimiento de Equipos Y SW	9	12	3	75%
Seguros	7	8	0	95%
TOTAL	2,186	2,222	36	98%

El presupuesto de gastos logró cumplirse con bastante precisión, logrando un pequeño ahorro (98%). Sin embargo, idealmente se hubiese podido recortar los gastos a mayor medida considerando el incumplimiento del presupuesto de utilidad bruta. Como es natural en la estructura de gastos de GMS, el mayor rubro fue el de personal, en el cual se mantuvo un valor considerablemente menor al presupuestado (90%). Esto se debe a dos factores principales. Primero, a la aplicación de esquemas variables de remuneración que evitaron el pago de bonificaciones posibles al no cumplirse con el presupuesto. Segundo, al frenar la contratación de personal adicional (tanto por decisión al medir resultados como por la inhabilidad de ubicar candidatos idóneos, especialmente en el área comercial).

El ahorro en el rubro de personal ayudó a cubrir el exceso de gasto en relación al presupuesto de otros rubros. El de mayor desbalance fue el de "Otros Gastos" que incluye cuentas incobrables, donde se dieron de baja facturas del 2007 que debieron haberse presupuestado. El siguiente rubro de mayor impacto fue el de "Viajes y Movilización", en el cual las actividades de distribución regional, GMS Colombia, y mayor intercambio entre las ciudades en Ecuador crearon una mayor presión para viajar, la cual no fue debidamente controlada. En publicidad

también se tuvo un gasto considerablemente mayor al presupuestado, principalmente por la ejecución de eventos promocionales a gran escala (ver dato en notas sobre crecimiento organizacional). El último rubro con un exceso de al menos \$10K fue el de arriendos, en el cual se reflejan departamentos en Quito y Guayaquil arrendados para hospedar a personal movilizad. Si bien esto generó un desvío frente al presupuesto, el impacto fue menor a la alternativa de contratar un mayor volumen de noches de hotel.

Resultados de utilidad vs. presupuesto (en miles de USD)

	Real	Presupuesto	%
Ventas + otros ingresos	5,816	6,000	97%
Costos	3,501	3,478	101%
Utilidad Bruta	2,315	2,522	92%
Gastos + otros	2,201	2,222	99%
Utilidad Neta	114	300	38%

El pequeño déficit en ventas, sumado al excedente de costos y equilibrio en gastos, significa un resultado final considerablemente por debajo del presupuesto (38%). Cabe destacar que los valores indicados reflejan el esquema de control previo a la implementación de las NIIFs (ver comentario en notas sobre crecimiento organizacional), para efectos de comparación con el presupuesto. Los balances finales tienen una distribución distinta entre costos y gastos, debido principalmente a la asignación de valores de nómina al costo (mientras que en los cuadros indicados la nómina se refleja enteramente dentro del gasto). Otras variaciones por NIIFs (tales como provisiones patronales) se reflejan dentro de "otros", justificando la diferencia entre el cuadro de resumen de Gastos y el de Utilidad.

Notas sobre el crecimiento organizacional

El 2012 fue un año de inversiones para crecimiento futuro. En cuanto a organización interna, se decidió robustecer considerablemente la infraestructura humana en posventa, especialmente en recursos dedicados a la correcta administración del ciclo de atención al cliente (mesa de ayuda). Este esfuerzo ha asegurado el mantenimiento de nuestros estándares de calidad y por ende los buenos resultados en renovaciones.

Dos otros elementos importantes de inversión son la continuidad de importantes iniciativas que arrancaron en el 2011: GMS Colombia y la construcción de una red regional de canales para Astaro/Sophos. Ambos frentes han exigido de recursos económicos y humanos, los cuales han tenido un costo de oportunidad. Sin embargo, la perseverancia en los mismos permite pensar en buenos resultados para el 2013.

Un elemento externo de crecimiento organizacional ha sido la creación de la empresa ESCON Ecuador, en joint-venture con ESCON Enterprises (de origen venezolano y con presencia regional). GMS es accionista de un 40% de esta nueva empresa, la cual fue constituida en abril con un capital de \$60.000 e inició operaciones en mayo. ESCON ofrece soluciones de infraestructura informática, principalmente con Oracle y Symantec (exclusivamente en la línea de respaldos). ESCON Ecuador opera desde las oficinas de GMS y se apalanca sobre su trayectoria para abrir oportunidades comerciales. Si bien respaldar el inicio de las operaciones de ESCON Ecuador ha sido un reto para GMS, con resultados mínimos durante el 2012, se logró establecer una base de oportunidades altamente estratégicas y de dimensiones mucho mayores a las manejadas por GMS que podrían generar grandes beneficios en el 2013.

En posicionamiento comercial, GMS realizó una fuerte inversión en organizar un evento a gran escala, celebrado en abril tanto en Quito como en Guayaquil. Denominado "Conferencia GMS", fue la primera edición de lo que se espera sea un evento anual. Se logró la participación de todos nuestros proveedores (salvo Transecq), quienes aportaron auspicios significativos. Con una asistencia de aproximadamente 400 personas en Quito y 300 en Guayaquil, logramos hacer de la Conferencia GMS el evento más grande de seguridad informática en el país.

En cuanto a sistemas y automatización, el gran logro del 2012 fue poner en marcha nuestro nuevo sistema contable desarrollado internamente (SPC). Si bien el proceso de ajuste tuvo sus complicaciones, al cierre del año logramos contar con procesos automáticos en varios puntos clave (particularmente facturación), mejores controles y mayor visibilidad de resultados. Adicionalmente, el nuevo sistema contempla todos los requisitos de las NIIFs, cuyo proceso de implementación se completó satisfactoriamente.

Reconocimientos internacionales

GMS nuevamente logró conseguir algunos reconocimientos internacionales de importancia en el 2012 que se destacan a continuación:

- Sophos UTM Partner of the Year 2012 – Latinoamérica; otorgado por Sophos (antes Astaro) en mayo del 2012 en su conferencia anual de partners celebrada en Las Vegas.
- Kaspersky Enterprise Partner of the Year 2011 – Emerging Markets; otorgado por Kaspersky Lab en mayo del 2012 en su conferencia anual de partners celebrada en Sicilia. Emerging Markets abarca Latinoamérica, África, Medio Oriente y Europa del Este. Este es el cuarto premio de su naturaleza en los últimos cinco años y tercero consecutivo.

Quedo a disposición por cualquier consulta o detalle adicional que los accionistas puedan requerir sobre la gestión y resultados del año 2012.

Atentamente,



Esteban Lubensky
Gerente General
Grupo Microsistemas Jovichsa S.A.