



## INFORME DE GERENCIA GENERAL

DICIEMBRE 2012

En el periodo 2012, las ventas de MARCIMEX S.A. cerraron en \$184'787.661 lo que significó un crecimiento del 11% frente al año anterior.

El negocio del Minoreo creció con 20 tiendas más en provincias, cerrando a diciembre 2012 con 85 tiendas a nivel nacional.

Se consiguió fortalecer la imagen de marca con un plan de comunicación constante durante todo el año 2012 que permitió acercarnos aún más a nuestros clientes con una oferta de valor, de facilidad de crédito y cobertura nacional.

En lo que respecta al negocio del Mayoreo se levantó un censo de mayoristas a nivel país lo que permitió aumentar la cobertura con nuevos clientes, así mismo se logró profundizar la relación con nuestros clientes actuales, esto ayudó a que las ventas en este canal se incrementen en un 5% frente al año anterior.

En el área de logística, se logró contar con frecuencias mayores de cobertura y reposición más frecuente para los dos canales: Minoreo y Mayoreo.

Marcimex al ser una empresa que está en constante crecimiento, para brindar un mejor servicio a sus clientes tanto internos como externos, desarrolló un software propio en función a sus necesidades, el mismo que salió a vivo desde el mes de agosto de este año con los módulos de ventas, cartera e inventarios, el módulo Financiero se encuentra en funcionamiento desde el mes de enero del 2011, el mismo ha permitido tener agilidad e información oportuna.

Los resultados alcanzados en el año 2012 son los que se presentan a continuación mismos que son comparados con el año 2011:

MARCIMEX S.A		
UTILIDAD PERIODO	2012	2011
Concepto	\$	\$
UTILIDAD EJERCICIO	16.699.226,06	18.743.257,98
(-) 15% TRABAJADORES	2.504.883,91	2.811.488,70
(-) IMPUESTO RENTA	3.361.404,67	3.898.022,16
SUBTOTAL	10.832.937,48	12.033.747,12
(-) RESERVA LEGAL	1.083.293,75	1.203.374,71
UTILIDAD DISPONIBLE	9.749.643,73	10.830.372,41

La estrategia para el año 2013, está enfocada en la consolidación de tiendas, buscando la eficiencia de las mismas, parte de ello es trabajar en la productividad por punto de venta que nos ayuda a generar una mayor utilidad.

Se busca brindar accesibilidad al crédito, el mismo que debe ser lo suficientemente flexible para que se adapte a las necesidades financieras de nuestros clientes.

En el mayoreo en este año la estrategia será profundizar con nuestros clientes, otorgándoles disponibilidad, crédito, logística y respaldo post venta.

Para lograr los objetivos planteados para el 2013 la propuesta de la administración con referencia a las utilidades del 2012 es solicitar a los accionistas una reinversión de las mismas.

El trabajo comprometido y en equipo por parte de cada uno de los colaboradores de la Empresa, nos permitirá alcanzar la estrategia propuesta para el año 2013.

Atentamente,

ING. ANDRES FEICAN C.

GERENTE GENERAL