

MIRACOM S.A.

INFORME DE GERENTE GENERAL A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA UNIVERSAL DE ACCIONISTAS POR EL PERÍODO 2010

En cumplimiento con lo establecido en el Estatuto Social de la compañía, presento a consideración de los señores accionistas, el informe de Gerente General con relación al ejercicio económico enero – diciembre 2010.

Al dar inicio al presente informe, considero de capital importancia señalar que la estrategia para el año 2010 fue principalmente propender al incremento de los volúmenes de ventas, con la prudencia y adecuada calificación de créditos, con el propósito de precautelar el principal activo de la empresa consistente en las cuentas por cobrar de clientes.

Para la consecución de este principal objetivo, se continuó con la comercialización de líneas tradicionales de la empresa en los segmentos de electrodomésticos, tanto en la línea blanca de cocinas, lavadoras, secadoras y equipos de refrigeración, como en la línea café de equipos de reproducción de música y otros productos de fotografía y video.

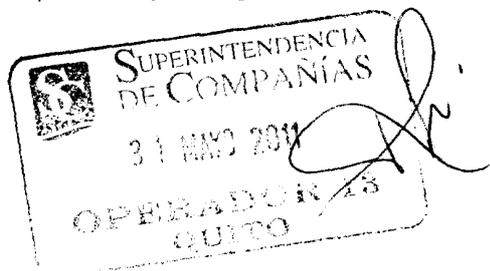
Por otra parte, se trató de mantener la tendencia de crecimiento a través de las líneas de comercialización de motocicletas, alcanzando una participación total del 33 % distribuido en la marca Suzuki con el 24% y la marca Thunder con el 11 %. Cabe indicar que los niveles de participación no fueron más significativos, en razón de las dificultades sobre la provisión de producto en las dos marcas.

Es necesario enfatizar que durante el período, el despacho de la línea principal de motos Suzuki por parte de nuestro proveedor Comandato S.A mantuvo un comportamiento irregular, constituyendo un serio limitante en la consecución de volúmenes de ventas programados, tanto en unidades como en valores. Lo señalado se evidencia en la reducción en unidades vendidas en el 2010 por 1.714 en comparación con las 2.121 comercializadas en el período anterior. Se mantuvieron varias reuniones con los ejecutivos principales de Comandato quienes nos han manifestado que durante el año 2.011 estarán en capacidad de superar este problema y ofrecernos la entrega de producto de manera normal; a la fecha, persisten los inconvenientes en provisión de producto pese al compromiso realizado.

En lo relacionado a la marca Thunder, con base a estrategias conjuntas con el proveedor, de forma paulatina se había logrado mantener una tendencia hacia el crecimiento de ventas; de tal forma que en el mes de abril, se alcanzó el nivel máximo de ventas de 130 unidades desde el inicio de esta línea de negocio. Lamentablemente, la provisión de producto decayó en forma significativa afectando nuestra relación en el mercado. Las ventas de 878.408 dólares representan una participación del 11% sobre la facturación total. Las condiciones de crédito de esta línea hacen que Miracom requiera de capital propio para financiarla, al momento el proveedor otorga 30 días de plazo mientras nosotros por exigencia de mercado debemos otorgar hasta 6 meses.

Es necesario realizar una mención especial a la línea de electrodomésticos Electrolux – Frigidaire, la misma que alcanzó un volumen de ventas de USD\$ 3.607.589 que corresponde a una participación del 43% sobre la facturación total. Debo informar que este proveedor en el último semestre adoptó una estrategia de ventas con precios contra los cuales no teníamos una real posibilidad de competir.

Como consecuencia, de esta estrategia, los clientes más importantes y de larga trayectoria, fueron captados por precio como clientes directos de Electrolux.



Ante esta situación, la administración en varias reuniones con los altos ejecutivos de Electrolux e incluso algunas de ellas con la participación de los miembros del comité de Miracom, demostró documentadamente que el negocio para Miracom no estaba en las condiciones originalmente pactadas en las cuales se nos garantizaba un margen mínimo del 12% en compra local y por lo menos 4 o 6 puntos más en importación; lamentablemente, no hubo apertura por parte de Electrolux a los reclamos presentados y se mantuvo la misma estrategia, con una incidencia negativa en la generación de ventas y su repercusión en la rotación de inventario y generación de flujo de caja de esta línea de negocio. En busca de una solución a estos graves inconvenientes, se propuso un plan de pagos que incorporaba la entrega parcial de inventario. Este planteamiento aceptado por Electrolux, fue formalizado por medio de convenio suscrito entre las partes.

Con el alto impacto que la ausencia de esta importante línea representa para Miracom, se han impulsado alternativas tendientes a cubrir de manera progresiva este desfase.

En primer término se negoció con el Señor Juan Carlos Espinosa de Cuenca, la distribución de motos Daytona y a la emisión de este informe, están en camino otros proyectos que detallo a continuación:

Desarrollo de nuestra marca propia HOMELINE en el segmento de refrigeradoras y cocinas, las mismas que serían producidas por la empresa HACEB de Colombia. El plan de negocios integral se lo presentará la primera semana del mes de junio y se espera iniciar la comercialización para el mes de Septiembre impulsando la marca para la segunda temporada alta del negocio, en el canal de distribución mayorista e incursión en el negocio importante de cadenas.

Con relación a línea café, al momento se están realizando negociaciones con proveedores locales que nos ofrezcan condiciones de precio y plazo que nos permitan mantener una razonable participación en el mercado. Se analiza la alternativa de comercializar línea café con nuestra marca Homeline con el fabricante de la marca Riviera, la cual tiene una presencia interesante en el mercado.

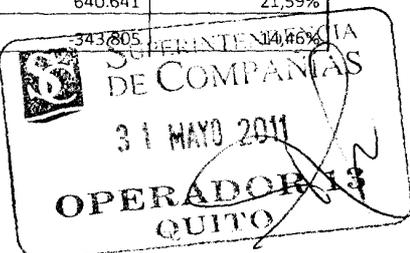
A continuación me permito explicar las principales cuentas con relación a los resultados del período:

Los ingresos por Ventas Netas ascendieron a 8.380.135 dólares, determinando un importante crecimiento del 29.8% en comparación al monto de 6.454.788 alcanzados en el período 2009.

El margen de contribución ha merecido una permanente atención y cuidado por parte de la administración, considerando las situaciones de mercado y la agresiva competencia en este tipo de negocio. El margen bruto generado de 1.206.380 dólares que corresponde a 14.4% refleja una disminución de 1,5% comparado con el año anterior. Sin embargo, como consecuencia del importante crecimiento del rubro de ventas, en valores absolutos fue mejoró sustancialmente en una cifra de 179.429 dólares que representa un 17,5 %.

En el año 2010, y como ha sido ya señalado, a pesar de no contar de manera regular con la provisión de motos, se trató de mantener una equilibrada composición de ventas, lo que se demuestra por medio de los cuadros comparativos que se presentan a continuación, en los que se refleja la distribución de las ventas por marca y por cada agencia que mantiene la empresa.

MIRACOM S.A VENTAS POR MARCAS						
Línea/Marca	AÑO 2010		AÑO 2009		PORCENTAJE	
	VENTA	% PART	VENTA	% PART	VARIACIÓN	VARIACIÓN
ELECTROLUX	3.607.589	43,05	2.966.948	45,97	640.641	21,59%
MOTOS SUZUKI	2.033.931	24,27	2.377.736	36,84	-343.805	-14,46%



MOTOS THUNDER	878.408	10,48	288.851	4,47	589.557	204,10%
TECNOLOGIA	336.281	4,01	179.478	2,78	156.803	87,37%
PIONEER	463.128	5,53	69.494	1,08	393.634	566,43%
FIBROACERO	224.290	2,68	201.194	3,12	23.096	11,48%
OTROS	836.508	9,98	371.087	5,75	465.421	125,42%
TOTAL	8.380.135	100,00	6.454.788	100,00	1.925.347	29,83%

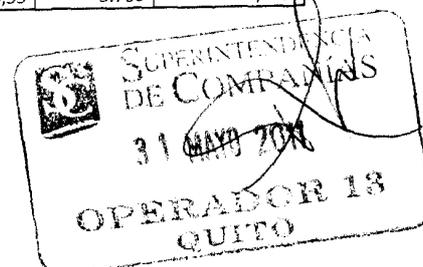
MIRACOM S.A VENTAS POR AGENCIAS						
AÑO 2010			AÑO 2009			
AGENCIA	VENTA	% PART	VENTA	% PART	VARIACIÓN	% VARIACIÓN
QUITO	4.357.670	52,00	3.451.309	53,47	906.361	26,26%
GUAYAQUIL	2.597.842	31,00	2.081.281	32,24	516.561	24,82%
CUENCA	1.089.418	13,00	556.306	8,62	533.112	95,83%
LOJA	335.205	4,00	365.892	5,67	-30.687	-8,39%
TOTAL	8.380.135	100,00	6.454.788	100,00	1.925.347	29,83%

La compañía produjo una pequeña utilidad de 21.520 antes de participación de empleados. Una vez deducido el valor de participación legal de empleados de 3.228 dólares, la utilidad del período fue de 18.292. Sin embargo, debido al impacto de valor calculado de acuerdo a la base legal por anticipo de impuesto a la renta por 45.056 se refleja una Pérdida en el período de 26.764 dólares.

El nivel de gastos totales experimentó un incremento del 7,3 % en comparación con el período anterior. La incidencia más importante está relacionada con el incremento de gastos por provisión para cuentas de dudosa recuperación, con base a una política muy objetiva de reforzar esta cuenta. El gasto por este concepto ascendió a 59.278,83 dólares. Por otra parte, el incremento del 1% al 2% por concepto de Impuesto a la Salida de Divisas ISD representó una diferencia de 8.715 y la variación por gastos de transporte que fue de 13.880.

En el siguiente cuadro se puede apreciar la evolución de los resultados de la compañía, mediante análisis comparativo de los periodos 2010 y 2009.

DICIEMBRE	2010	%	2009	%	VARIACION	VARIACIÓN %
VENTAS	8.380.135	100,00	6.454.788	100,00	1.925.347	29,83%
COSTO DE VENTAS	7.173.755	85,60	5.427.837	84,09	1.745.918	32,17%
MARGEN BRUTO	1.206.380	14,40	1.026.951	15,91	179.429	17,47%
GASTOS FIJOS	796.127	9,50	707.441	10,96	88.686	12,54%
GASTOS VARIABLES	279.784	3,34	295.074	4,57	-15.290	-5,18%
TOTAL GASTOS	1.075.911	12,84	1.002.515	15,53	73.396	7,32%
GASTOS FINANCIEROS	42.307	0,50	48.949	0,76	-6.642	-13,57%
RESULTADO DE LAS OPERACIONES	88.162	1,05	-24.513	-0,38	112.675	-459,65%
OTROS INGRESOS/EGRESOS NETO	-66.642	-0,80	6.235	0,10	-72.877	-1168,84%
RESULTADO ANTES IMP Y PART	21.520	0,26	-18.278	-0,28	39.798	-217,73%
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	3.228	0,04	0	0,00	3.228	
IMPUESTO A LA RENTA	45.056	0,54	2.777	0,04	42.279	1522,47%
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO	-26.764	-0,32	-21.055	-0,33	-5.709	27,12%



A continuación, se presenta un análisis comparativo de los Estados Financieros por los ejercicios económicos 2010 y 2009.

<u>ESTADOS FINANCIEROS COMPARATIVOS</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>Diferencias</u>
ACTIVOS			
Fondos disponibles	69.919	123.998	-54.079
Inversiones temporales	300.000	0	300.000
Cuentas por cobrar clientes neto	2.561.110	2.122.721	438.389
Deudores varios	40.423	29.116	11.307
Otras cuentas por cobrar	195.114	377.754	-182.640
Inventarios	956.241	693.422	262.819
Importaciones en Tránsito	0	84.739	-84.739
Gastos prepagados	10.792	13.499	-2.707
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	4.133.599	3.445.249	688.350
Activo Fijo Neto	48.382	53.098	-4.716
Otros Activos	6.542	7.741	-1.199
TOTAL ACTIVO FIJO	54.924	60.839	-5.915
TOTAL DE ACTIVOS	4.188.523	3.506.088	682.435
PASIVOS			
Obligaciones bancarias			
Proveedores	2.767.046	1.753.966	1.013.080
Impuestos por pagar	133.051	91.521	41.530
Relacionadas	85.109	352.977	-267.868
Pasivos acumulados	26.297	23.493	2.804
Otras cuentas por pagar	36.806	78.100	-41.294
TOTAL DE PASIVO CORRIENTES	3.048.309	2.300.057	748.252
Reserva jubilación patronal	101.520	93.575	7.945
Obligaciones Relacionadas largo plazo	131.613	178.610	-46.997
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	233.133	272.185	-39.052
TOTAL PASIVO	3.281.442	2.572.242	709.200
PATRIMONIO			
Capital Social	1.113.000	1.113.000	0
Reserva legal y otras	14.349	14.349	0
Resultados Ejercicios anteriores	-193.504	-172.448	-21.056
Resultados Ejercicio	-26.764	-21.055	-5.709
TOTAL PATRIMONIO	907.081	933.846	-26.765
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	4.188.523	3.506.088	682.435

<u>PRINCIPALES INDICES FINANCIEROS</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>Diferencias</u>
Capital de Trabajo	1.085.290	1.145.192	59.902
Indice de Solvencia	1,36	1,50	0,14
Prueba Acida (Liquidez Inmediata)	1,04	1,20	0,15
Indice de Endeudamiento	3,62	2,75	-0,86
Indice de Endeudamiento Largo Plazo	0,26	0,29	0,03



El Capital de Trabajo de 1.085.290, así como el Índice de Liquidez de 1,36 que miden la capacidad y solvencia de la empresa para su normal operación, se mantienen en niveles razonables.

El Índice de Endeudamiento de 3,6 que relaciona el total de Pasivo contra el Patrimonio se mantiene en un nivel prudente. Cabe destacar que la principal fuente de apalancamiento se origina en los pasivos con proveedores.

En vista de que uno de los principales activos de la empresa es la Cartera, a continuación se presentan cuadros comparativos mediante los cuales se demuestra que a pesar del importante crecimiento de ventas, se ha logrado estabilizar los niveles de cartera vencida.

Se continuarán con los máximos esfuerzos con el fin de reducir los niveles de cartera vencida por medio de la gestión interna que permanentemente se realiza, complementada con las gestiones extrajudiciales y judiciales de recuperación de cuentas por cobrar.

MIRACOM S.A. COMPOSICIÓN DE CARTERA									
AGENCIAS	AÑO 2009			AÑO 2010			DIFERENCIAS		
	VIGENTE	VENCIDO	TOTAL	VIGENTE	VENCIDO	TOTAL	VIGENTE	VENCIDO	TOTAL
QUITO	573.836	237.940	1.211.776	1.045.300	281.416	1.327.736	71.464,45	44.475,16	115.959,61
QUAYACUIL	415.677	236.548	652.225	717.008	201.874	918.882	301.330,72	-24.673,56	276.657,16
CUENCA	158.193	47.719	205.908	301.232	57.772	359.005	143.037,04	10.057,06	153.094,10
LOJA	95.264	49.896	145.160	10.576	56.802	67.377	-84.688,33	6.905,33	-77.783,00
TOTALES	1.642.970	572.101	2.215.071	2.074.236	600.864	2.675.100	431.266	28.764	460.029

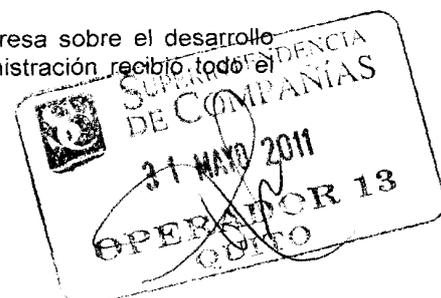
MIRACOM S.A. Cartera vencida por edades al cierre de los años 2009 y 2010														
MES	30 DIAS	60 DIAS	90 DIAS	120 DIAS	150 DIAS	180 DIAS	210 DIAS	240 DIAS	270 DIAS	300 DIAS	330 DIAS	360 DIAS	Más 360 DIAS	TOTAL
dic-09	167.904	28.346	29.072	11.602	12.231	14.425	16.710,00	14.887,00	9.220,00	9.419,00	6.550,00	3.468	144.214,00	501.102
dic-10	256.366	47.960	20.796	12.222	5.218	3.546	1.370,00	1.887,06	1.662,00	329,67	382,72	1.284	241.769,06	501.667
VARIACIÓN US\$	68.461	19.614	7.724	690	-7.016	-10.483	-14.347	-13.030	-6.765	-9.083	-5.999	1.416	-2.451	28.762
VARIACIÓN %	36,43%	69,30%	59,09%	5,99%	-57,36%	-72,65%	-85,82%	-87,47%	-72,53%	-96,39%	-91,56%	40,83%	-1,00%	5,03%

En referencia al manejo de Inventarios, como consecuencia de las dificultades originadas en la línea Electrolux, se experimentó una salida más lenta de inventario, Esta distorsión se verá superada una vez se entregue el producto acordado con este proveedor.

MIRACOM S.A. INVENTARIO POR EDADES										
MES	30 DIAS	60 DIAS	90 DIAS	120 DIAS	150 DIAS	180 DIAS	210 DIAS	360 DIAS	Más 360 DIAS	TOTAL
dic-09	349.078	105.856	66.563	71.759	5.537	45.590	6.046,00	17.578	28.026,00	659.408
dic-10	318.508	139.701	146.106	166.182	63.510	1.371	25.459,00	37.077	26.926,00	659.242
VARIACIÓN US\$	-24.151	33.846	76.523	93.393	87.581	-44.209	19.410	19.499	923	262.816
VARIACIÓN %	-7,04%	31,97%	111,58%	130,15%	1475,17%	-96,99%	320,88%	110,93%	3,18%	37,90%

El área financiera ha brindado un eficiente apoyo que ha permitido a la gerencia contar con información oportuna, herramientas de análisis y seguimiento para una adecuada toma de decisiones.

Se ha mantenido debidamente informado al comité ejecutivo de la empresa sobre el desarrollo económico de la compañía en las reuniones para el efecto. La administración recibió todo el



apoyo necesario de los principales directivos de la compañía para un mejor desarrollo de su gestión.

Es necesario señalar que se ha dado cumplimiento a las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor contenidas en la Resolución 04.Q.IJ.001 publicadas en Registro Oficial 289 de marzo 10 2004.

Al concluir el presente informe me permito recomendar a los señores accionistas que la pérdida generada por el valor de 26.764,30 dólares, se registre contablemente en la cuenta PERDIDA ACUMULADA EJERCICIOS ANTERIORES.

Atentamente,



Rafael Larrea Egüez
Gerente General
Miracom S.A.

Quito DM, 10 de Mayo del 2.011

