

INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE
SERVICIOS Y ASESORIA TECNICA COMERCIAL S.A. SATCOM

EJERCICIO ECONOMICO 2017

Quito, marzo 5, 2018

Cumpliendo con las normas legales y estatutarias, me permito presentar a ustedes señores accionistas, el informe de las actividades desarrolladas por la empresa SERVICIOS Y ASESORIA TECNICA COMERCIAL S.A. SATCOM durante el año 2017 y someto a su consideración los Estados Financieros correspondientes al año concluido.

Durante el Ejercicio Económico 2017, se siguió apostando por el mercado interno a pesar de la grave contracción que siguió afectando al país, tal como había ocurrido en los dos años anteriores y que llevaron incluso a un proceso de recesión en el país, en medio de la afectación por las elecciones presidenciales y posteriormente el inicio de la inestabilidad producida por los juicios a altas autoridades del anterior y el nuevo gobierno por corrupción.

Paralelamente, se decidió dedicar un fuerte esfuerzo para abrir mercados internacionales con los productos propios de Satcom: mySatcom y iPOS, esfuerzo que empezó a dar sus frutos a finales del año.

Con grandes esfuerzos en recorte de gastos, en gestión de venta, con la formalización de la venta de la oficina 105, y el recorte, a partir de octubre en 50% de las comisiones que se reconoce al personal, se logró cerrar el año con una modesta utilidad.

1. En relación con los Estados Financieros, debo informar a ustedes que el Estado de Resultados del Ejercicio Económico del 2017 refleja un total de ingresos de USD\$ 905.036,36 y un total de egresos de USD\$ 888.998,37, declarando un utilidad para el ejercicio 2017 de USD\$ 16.037,99

La pérdida neta del año 2016 fue de USD \$1.360,07, y en el ejercicio 2017 se tuvo una utilidad neta de USD\$ 16.037,99 lo que muestra una recuperación, que entre otras cosas permitió seguir contando con el apoyo del sector financiero para obtener créditos que nos ayudaron a enfrentar algunos momentos de iliquidez, y mantener nuestra práctica constante de honrar nuestros compromisos tanto con los entes financieros como con nuestro personal en lo que se refiere al puntual cumplimiento de todas nuestras obligaciones.

El valor de las ventas del año 2017 fue de USD \$ 787.656,62. Al comparar con las ventas del año 2016 que fueron de USD \$ 730.145,79 podemos constatar un aumento de 57.510,83 (7.87%) que sin embargo, comparadas a las ventas del año 2015, que fueron de USD\$ 1.043.063,41, siguen mostrando el impacto de la desaceleración de los mercados internos, pues representan una disminución del 24.5%.

EJERCICIO ECONOMICO 2017

2. En relación a las estrategias que se plantearon para el año 2017, estas se cumplieron con resultados parciales como se analiza a continuación:
- a. **Fortalecimiento del equipo de ventas:** efectivamente se asignó a 3 personas de otras áreas al área de ventas, las que se reemplazaron con contrataciones para el área de proyectos y operaciones.
Se trabajó fuertemente en capacitar al nuevo personal de ventas en los diferentes productos, y se hicieron varias estrategias para empezar a salir agresivamente a ofrecer nuestros productos, sin embargo el resultado obtenido no fue el esperado fundamentalmente por el serio deterioro de la economía del país, que recién hacia el último mes del año empezó a dar muestras de recuperación dada la tranquilidad que se empezó a sentir en el mercado por el manejo político sin el nivel de agresividad del gobierno anterior. Sin embargo, evidentemente las medidas económicas tomadas por el nuevo gobierno han seguido sin mostrar una clara tendencia de un plan económico orientado a fortalecer la productividad y la empresa privada.
 - b. **Apertura de mercados internacionales:** durante el años 2017 efectivamente, a partir del mes de abril se encargó formalmente a la directora del área de Marketing que se haga cargo de la apertura de mercados internacionales, para lo cual se hizo una primera gestión en Colombia y Costa Rica. Al detectar que Costa Rica estaba muy avanzada en el proceso de definir su ingreso a facturación electrónica, se enfocó todo el esfuerzo en abrir mercado en ese país, y paralelamente, a desarrollar la "localización" de mySatcom a los requerimientos fiscales de Costa Rica.
Después de un arduo esfuerzo se logró concretar contratos con 3 hoteles de la cadena Intercontinental, con grandes concesiones pues estaban abriéndonos las puertas y por sobre todo en contra de la "recomendación" de Oracle de contratar con una empresa mexicana con la Oracle hizo una alianza para la provisión de la solución de facturación electrónica integrada a Opera y Micros. Hacia el fin del 2017 empezaron a llamarnos muchos clientes de Costa Rica y además visitamos Colombia que también entra ya en Facturación Electrónica en 2018, por lo que el panorama para 2018 es muy prometedor en estos dos países.
Se concretó un acuerdo de distribución con POSPAN para cubrir 5 países de Centroamérica, para nuestros dos productos mySatcom e iPOS, pero al fin del año podemos decir que la alianza no está dando los frutos que se espera, por lo que se deberá evaluar esta alianza durante el 2018.
 - c. **Consolidación de nuevos productos propios y TCPOS, en Ecuador:**
 - i. En cuanto a mySatcom, el producto se ha consolidado muy positivamente, y la evaluación es que en Ecuador ya se ha recuperado la inversión.



INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE
SERVICIOS Y ASESORIA TECNICA COMERCIAL S.A. SATCOM

EJERCICIO ECONOMICO 2017

- ii. En cuanto a IPOS, no se ha logrado consolidar el producto, y aun cuando se desarrolló una agresiva campaña no es un producto que ha tenido la receptividad que se esperaba.
- iii. En relación a TCPOS, si se ha ido consolidando, y se han empezado a hacer muchas demos del producto, y por ser en renta vemos un alto potencial para este producto en el 2018.
- d. **Alianzas con empresas para mercado masivo:** se hizo gestión para lograr alianzas, sobre todo para iPOS, pero ninguna de ellas se concretó en ventas. Se está a la espera del resultado de una gestión en ese sentido con una empresa que tiene un mercado de 7.000 minoristas, B-WISE, pero es un proceso muy lento que podrá rendir frutos en el segundo semestre del 2018.
- e. **Alianza con EPSON:** Se ha mantenido una buena relación con EPSON, sin embargo dado que el producto iPOS no ha tenido el éxito esperado, no se ha cosechado de esta alianza ni local ni internacionalmente. Se desarrolló la "localización" de IPOS para El Salvador, pero ha tomado más tiempo del esperado, y tan pronto esté terminado se podrá evaluar si se logra comercializarlo en ese país.

3. Estrategias sugeridas para 2018

- a. **Mercado internacional:** Los países de Centro y Sudamérica están paulatinamente integrándose al proceso de facturación electrónica, por lo que el potencial de mercado para mySatcom es muy grande. Se sugiere reforzar la capacitación de implementadores internacionales para estar seguros de poder atender la creciente demanda que alcanzamos a ver, sobre todo en Costa Rica y Colombia este año, y Panamá para fin de año. Igualmente, seguir decididamente apoyando la gestión de mercadeo internacional.

Es necesario, para este mercado, delinear las estrategias, en el sentido de si se va a seguir proponiendo el contar con Distribuidores locales, o hacer ventas directas desde Satcom Ecuador, o formar empresas filiales en cada país. La tendencia de las empresas de software y de servicios es la de tener distribuidores locales, y es lo que esta gerencia sugiere como primera opción, aun cuando el distribuidor en Centro América no ha dado los resultados que se esperaba, pero pensamos que eso se debe a una circunstancia puntual de Pospan Costa Rica, que tiene una mala imagen entre sus clientes. Hay que seguir trabajando en lograr que POSPAN mejore su imagen y pueda desarrollar ese mercado que es potencialmente muy grande.

- b. **Mercado local:** alcanzamos a ver que 2018 va a reactivarse la economía, considerando que hay un mejor ambiente para el desarrollo de la empresa privada, por lo que es indispensable reforzar las áreas de soporte a la base

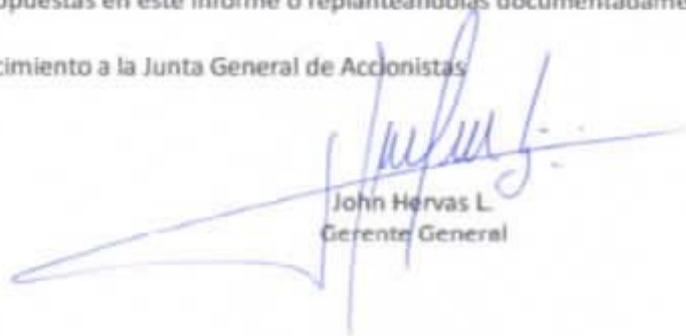
INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE
SERVICIOS Y ASESORIA TECNICA COMERCIAL S.A. SATCOM

EJERCICIO ECONOMICO 2017

instalada, de desarrollo para mantener y crecer en las aplicaciones propias que ameriten, y la de comercialización para seguir creciendo nuestra base instalada sobre todo de servicios recurrentes.

- c. **Financiamiento:** Dado que se sigue invirtiendo en la localización de nuestros productos, sobre todo mySatcom, para los diferentes países, a fines de 2017 se gestionó un nuevo crédito en la CFN con 1 año de gracia, para tener la liquidez suficiente que permita desarrollar los nuevos mercados. Este crédito es por \$64.000, que serán destinados puntualmente a lo definido.
 - d. **iPOS:** entendemos que en el 2018 se va a entrar en Ecuador en el esquema de impresora fiscal, lo que representa una oportunidad para que iPOS sea considerado, junto con las impresoras inteligentes, una solución avalada por el SRI. Se recomienda desarrollar este producto.
 - e. **ASSA ABLOY:** durante 2017 nos contactó esta empresa para evaluar la posibilidad de darnos la representación de la marca. Se trabajó todo el año en proporcionar toda la información, y a inicios de 2018 se ha confirmado que nos dan la representación, lo que incluye toda la base instalada en el Ecuador. Se recomienda definir una persona que se haga cargo de esta línea en el área técnica, pues en un nicho de negocio de alto desarrollo comercial.
4. Se recomienda a la Junta General de Accionistas definir las políticas y estrategias que deba seguir la administración para el ejercicio 2018, aprobando las estrategias propuestas en este informe o replanteándolas documentadamente.

Mi agradecimiento a la Junta General de Accionistas



John Hervas L.
Gerente General