

# **INFORME DE GERENCIA GENERAL DE**

## **INACORPSA DE ECUADOR S. A.**

Los resultados alcanzados en el año 2012 fueron muy satisfactorios. En términos generales, sobrecumplimos las metas trazadas en el plan y continuamos con la revisión y refuerzo de procesos internos ligados a las variables que afectan al negocio. Como resultado los ingresos fueron más altos que el año anterior y las utilidades significativamente superiores que el mismo período.

Situación económica y política: La situación socio-económica del país siguió el comportamiento del año anterior por la permanente inyección de recursos por parte del gobierno central en la economía. La inflación alcanzó el 4.16% y el crecimiento económico según el gobierno central fue de casi el 5%. Los negocios en el sector corporativo han mejorado levemente y el gobierno, ha sido el mayor cliente en compras de tecnología.

Area Comercial: Mantuvimos el esquema de cobertura del año 2011, se reforzó la relación comercial con los clientes más importantes a través de visitas y compromisos de compra y de precios y las acciones de mercadeo que se fueron dando cada trimestre incrementaron el nivel de fidelidad de los canales y eso derivó un mayor número de transacciones en el año.

Con relación a las marcas que representamos, en todas ellas, excepto en HP cumplimos con los compromisos de compra y venta y hemos recibido reconocimientos en todos los casos.

IBM sigue siendo uno de los jugadores más importantes en los resultados de 2012, con un participación del 24%, crecimiento del 17% año sobre año y 102% de sobrecumplimiento del plan. El cuidado en los términos de venta y una atención más personalizada a los clientes mas grandes han dado los resultados obtenidos y una leve mejora en el margen.

En el caso de los productos de Lenovo, el comportamiento ha sido excelente. Las proyecciones realizadas y un manejo mas eficiente de los inventarios ha sido clave para conseguir los objetivos. Lenovo participa del 24% de los ingresos, se logró un crecimiento del 62% sobre los resultados de 2011 y se alcanzó el 143% sobre el caso de ventas. El margen de ventas se logró mantener igual al del año anterior con un mejor manejo de las importaciones.

Hewlett Packard ha sido uno de los problemas que tuvimos que enfrentar el año 2012. El fabricante no creció sus ventas sobre el año anterior y algunos errores de planificación de importaciones hizo que los resultados no fueran los esperados. HP participa del 11% de los ingresos, logramos un 78% del plan anual y hubo un decrecimiento sobre el 2011 del 10%.

En global, el negocio de Xerox representa un 33% de los ingresos que es igual a la participación del año anterior. En relación a equipos estuvimos muy cerca del plan con un logro del 99% que significa un crecimiento del 17% sobre los resultados de 2011. La incursión en algunos productos de líneas más sofisticadas ha ayudado y también una focalización en el reclutamiento de nuevos canales potenciales y la atención mejorada a los canales existentes.

En suministros Xerox tuvimos un crecimiento del 27% con respecto al año anterior y el cumplimiento fue del 106% sobre la cuota de ventas. Los negocios con el sector gobierno tienen una participación muy importante. Uno de los factores de éxito fue la planeación de importaciones y la disponibilidad de productos.

Redhat ha sido la marca de mejor comportamiento en el año 2012. La participación alcanza ya un 4% de los ingresos, logramos un 171% del plan de ventas y doblamos las ventas para obtener un crecimiento del 103% sobre el año 2011. La persistencia en la consecución de ciertas ventas importantes fue el factor de diferencia.

Nuevamente la cuota establecida para el área de servicios fue alta y la salida de un vendedor del área dio como resultado que sólo lleguemos al 66% de cumplimiento, y que mantengamos los mismos niveles de ingreso del año anterior.

Totalizando las cifras alcanzadas en comparación con el plan de operaciones, se obtuvo un 106% en ventas y 126% en utilidad neta y un crecimiento del 25% año sobre año

Area Financiera: Se han mantenido varias estrategias en los últimos años que incluyen crédito con Produbanco para capital de trabajo, la participación en oportunidades de negocios que se pudieron realizar a través de prepagos con los consiguientes réditos y el financiamiento a ciertos canales para ventas de montos importantes con el consiguiente ingreso por este concepto. Se siguió el proceso de medición de los índices de cobranzas a número de días y se hizo un esfuerzo adicional en la calificación de crédito para evitar problemas de cobranzas. Se ha recuperado un 87% de la cartera corriente en 30 días y el promedio alcanzó los 32 días de recuperación. El promedio de todos los productos es de 35 días lo cual nos da una rotación de casi 10 veces al año. Las diferencias fueron de menos del 1% y se castigó inventarios obsoletos. Se mantiene la política de dos importaciones mensuales que garanticen la rotación y mejoren el flujo.

Se ha cancelado las obligaciones a los proveedores en forma puntual, teniendo saldos consecuentes con la operación y cuadrados con cada uno de ellos.

Provisiones e Inventarios: Se han realizado las provisiones necesarias para contrarrestar las pérdidas por falta de pago de clientes, para obsolescencia y diferencias en el inventario.

Personal: Las disposiciones gubernamentales relativas a incrementos de salarios y cambios en la composición de los mismos fue acatado en su totalidad, lo cual impactó a la base de gastos. Al fin del período contamos con 45 empleados de los cuales, 15 están en el área administrativa y el resto en la parte comercial y técnica. Las obligaciones patronales han sido cumplidas a cabalidad en tiempo y en forma.

Auditoría Externa: Se realizó la auditoría externa por parte de Grant Thornton y los informes entregados no contienen ninguna observación de relevancia.

Adjunto los estados financieros correspondientes y cualquier información adicional que requieran está a su disposición.