

Quito, 30 de marzo del 2011

INFORME DEL AÑO 2010 A LA JUNTA DE ACCIONISTAS DE NABLATEL SA

1. Cumplimiento de los objetivos económicos del 2010

Gracias al óptimo manejo en la disminución de los costos de importación, el manejo de compras locales, el incremento de clientes, el año 2010 se ha podido cerrar con un incremento en las ventas del 10% con respecto al año 2009.

Pudimos comercializar nuestros productos a un mejor precio, de acuerdo al movimiento del mercado local, buscando las mejores alternativas de precios y productos tanto en compras locales como importaciones.

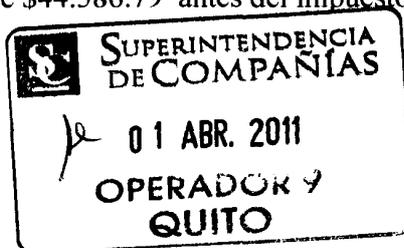
Se mantuvo mayor cuidado en el otorgamiento de créditos por lo que no se ha tenido mayor problema en el cobro de cuentas.

2. Informe sobre hechos extraordinarios producidos durante el ejercicio en los ámbitos administrativo, laboral, y legal.

En lo laboral se trató de contar con personal técnico de planta pero los requerimientos de servicio técnico que tiene la empresa no ameritan personal permanente por lo que se desistió de esta idea y se continua con el servicio de técnicos externos.

3. Situación financiera al cierre del ejercicio y los resultados anuales, comparados con los del ejercicio precedente.

En relación al año 2009 se logra aumentar las ventas aproximadamente en un 10%, esto es, en el año 2009 se vendió \$426.736,00 y en el año 2010 las ventas se cerraron en \$471.446.34, generando una utilidad de \$44.586.79 antes del impuesto a la renta.



4. Propuesta sobre el destino de las utilidades en el ejercicio económico

Se destinara las utilidades a fortalecer la posición de NABLATEL SA en el mercado, importando servidores y partes para poder dar un mejor servicio y tener la disponibilidad de partes para alquileres y ventas, de igual manera seguir optimizando los costos en las importaciones para poder tener precios competitivos en el mercado local.

5. Recomendaciones a la Junta de políticas y estrategias para el siguiente ejercicio económico.

Fortalecer las políticas de otorgamiento de crédito, recepción de cheques, entrega de mercadería sin respaldo.

Mantener un permanente escrutinio sobre la cartera de la empresa y los clientes.

Se recomienda insistir en la apertura de mercado hacia las provincias, para lo cual se recurrirá al marketing directo con las empresas más representativas, en Cuenca, Guayaquil, Manta, Machala, Esmeraldas, Loja principalmente.

Fortalecer la venta a través de internet por medio de Mecado Libre y la página web de la empresa.


Ing. Guillermo Estrella
GERENTE GENERAL

