

Quito, 26 de Marzo de 2010

Estimados Accionistas:

A continuación presento a ustedes, el informe de actividades cumplidas, y los resultados obtenidos por la compañía Alvarez Barba S.A. durante el Ejercicio Económico del año 2009:

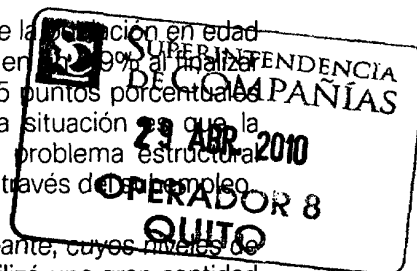
1. ENTORNO EMPRESARIAL:

El año 2009 fue el tercer año de gobierno de Rafael Correa, y si bien su período presidencial debía terminar originalmente en el año 2011, a raíz de las reformas políticas impulsadas por el Gobierno a través de la Asamblea Nacional, se produjo en el mes de Abril de 2009 la reelección del actual presidente, lo que le permitirá mantenerse en el poder hasta el año 2013. Rafael Correa fue reelegido para un segundo mandato en abril de 2009, y fue la primera vez en treinta años que el país reeligió a un Presidente, quien ganó por un amplio margen sobre los otros siete candidatos, teniendo un 52% de los votos, y su rival más cercano, Lucio Gutiérrez obtuvo el 28%. El partido de Gobierno también obtuvo el mayor bloque legislativo de la Asamblea Nacional, aunque no la mayoría. Correa fue juramentado en la Presidencia el 10 de agosto de 2009.

A mediados del año 2009, el gobierno Nacional decidió eliminar el sistema de cuotas de importación que había implementado desde el inicio del 2009, el cual lo reemplazó por un nuevo tributo a las importaciones denominado "salvaguarda", el cual para vehículos se fijó en un 12%, con la consecuente afectación sobre el precio de los vehículos que comercializamos, posteriormente a finales del mes de enero 2010, el Gobierno decidió realizar una reducción periódica hasta su eliminación total en el mes de julio de este año.

A continuación, realizaré una breve reseña de los aspectos macro económicos más importantes del año 2009:

- En general podemos decir que lamentablemente el Ecuador, ha vivido nuevamente un año de estancamiento económico e, inestabilidad política e institucional, lo cual se ve reflejado en los principales índices económicos.
- El Banco Central estima que el crecimiento económico cerró en el 2009 en un 0,39%, crecimiento particularmente afectado en el último trimestre del año, debido a los apagones que se dieron por la falta de previsión del gobierno ante los problemas de estiaje en el Austro ecuatoriano. Este estimado sin embargo es muy optimista si lo comparamos con los estimados del FMI que afirman que la economía ecuatoriana en realidad decreció en un -1,0%
- El Empleo colapso en el año 2009, puesto que a pesar de que la población en edad de trabajar se incrementó en un 3,2%, el desempleo se ubicó en 12,9% al finalizar el año. En promedio, la tasa de desempleo en el 2009 fue 1,5 puntos porcentuales más altos que la registrada en el 2008. Lo grave de esta situación es que la evolución del mercado laboral no evidencia una solución al problema estructural asociado con los altos niveles de informalidad que se reflejan a través del desempleo.
- El manejo de las finanzas públicas es igualmente muy preocupante, cuyos niveles de gastos siguen estando sobre record históricos. También se utilizó una gran cantidad de dinero acumulado de las reservas monetarias, sin que con esto se haya evidenciado un impulso a la producción o a la actividad económica en general, se trata de un gobierno que basa su legitimidad en las encuestas y en el resultado de



consultas populares que van a convocarse periódicamente, y que necesita incrementar constantemente los subsidios, incrementar su imagen en los medios de comunicación, y elevar salarios para mantener satisfecho a su electorado. Esto hace probable, el que los gastos corrientes pronto comiencen a sobrepasar a los ingresos corrientes, lo que requeriría que se destinen ingresos petroleros para cumplir con el rol de pagos, así como con la cuenta creciente por intereses, ya que habrá una política agresiva de endeudamiento externo. En esto se fundamenta el que sea probable que ocurran frecuentes reformas tributarias para cubrir gastos corrientes, con incrementos de impuestos para cubrir su hueco fiscal.

En conclusión, el entorno económico del 2009 fue poco favorable para Alvarez Barba, y debimos realizar un gran esfuerzo para mantener activas y rentables a todas las líneas de negocio.

El panorama para el año 2010, tampoco es del todo alentador, los cambios en las leyes tributarias que empezarán a regir este año, sumados al estancamiento económico que se prevé debido al consumo de las reservas son muy poco alentadores.

A pesar de estas perspectivas poco alentadoras, nunca dejamos de confiar en las fortalezas que tenemos al ser una empresa sólida, con gran experiencia en todas sus líneas de negocios, y con un personal altamente motivado para conseguir los objetivos y metas planteados. Estamos seguros que con nuestro esfuerzo y la ayuda de Dios podremos lograr otro año exitoso, pese a las muchas dificultades que se nos presentan.

A continuación pasamos a examinar en detalle los resultados obtenidos por la empresa durante el año 2009.

2. INDICES FINANCIEROS:

Los índices financieros en general se denota que aunque en este año la empresa tuvo una utilidad operativa menor que la obtenida en el año anterior debido a la disminución de ventas del 5%, los índices de gestión siguen siendo alentadores gracias a una adecuada gestión de recuperación de cartera, manejo de inventarios y en general la optimización del uso de activos de la empresa.

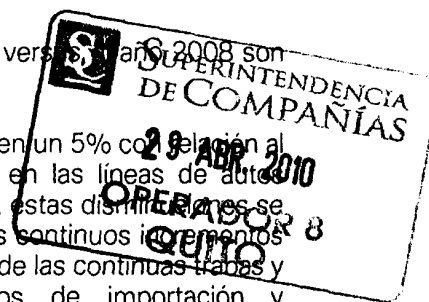
En conclusión los índices reflejan una posición líquida y sólida de la empresa lo cual significa que Alvarez Barba S.A. sigue manteniendo excelentes parámetros en su estructura financiera.

3. VENTAS, COSTOS Y GASTOS:

Las cifras comparativas del estado de resultados del año 2009 versus el año 2008 son las siguientes:

Las ventas netas incluidas comisiones disminuyeron en el 2009 en un 5% con relación al año anterior. La disminución se debe principalmente a que en las líneas de autos Porsche y Dior disminuimos en el 54% y 16% respectivamente, estas disminuciones se deben a varias razones, entre las cuales se puede mencionar los continuos incrementos de impuestos desde enero del 2008 y durante el 2009; además de las continuas trabas y procedimientos burocráticos establecidos en los procesos de importación y nacionalización.

La disminución de ventas hubiese sido mayor de no haberse incrementado las ventas en las otras líneas de negocio.



A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' followed by a flourish.

El costo de ventas en el año 2009 fue del 75% de las ventas incluidas comisiones, el cual con respecto al año anterior disminuyó en un punto (año 2008 76%), esto ha dado lugar a que nuestro margen de rentabilidad bruta del 24% se incrementó al 25%.

Los gastos de operación sobre las ventas y comisiones en el año 2009 se incrementaron en un punto porcentual con respecto del año 2008, es así que del 10% pasó al 11%; esto se debe a que existen gastos fijos que debieron incurrirse para el normal desenvolvimiento de las actividades comerciales, sin embargo debido a la política de un control adecuado de gastos en cada una de las líneas éstos se incrementaron en valores absolutos en un 4% al compararlos con los incurridos en el año 2008.

Dentro de este rubro de gastos de operación como es usual, tuvieron un importante peso las acciones de mercadeo y eventos realizados en cada una de las líneas en el transcurso del año. El rubro publicidad fue importante para todas las áreas comerciales, se realizaron publicaciones en periódicos y revistas, eventos, promociones, entre otros, los cuales fueron dirigidos dependiendo de nuestro *target* de clientes en cada una de las líneas.

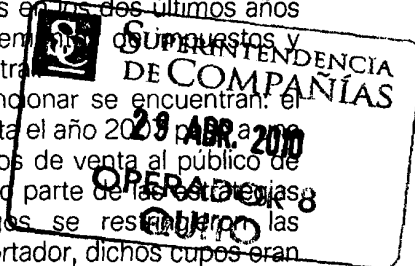
Otro rubro importante, continúa siendo la inversión que se realiza por capacitación en el exterior, el mismo que ascendió en este año a aproximadamente USD 32 mil dólares, dichas capacitaciones han sido orientadas al personal operativo y gerencial sobre todo de las marcas BMW, Porsche y Dior. Adicionalmente se han llevado a cabo cursos in-house y capacitación local e interna para el personal operativo y administrativo.

Con relación a los gastos administrativos en el año 2009, éstos representaron el 5.8% sobre las ventas y comisiones, los cuales fueron ligeramente mayores a los incurridos en el año 2008 que fueron del 5.5%, resultando en una disminución en valores absolutos del 1% en el año 2009 con relación al 2008, esto se debió principalmente a que se ha mantenido en general el mismo número de personal en los departamentos que dan soporte a las áreas de ventas y a un control minucioso de gastos administrativos.

El rubro de Otros ingresos tanto en el año 2009 como el 2008 representó el 3% sobre las ventas y comisiones, y una disminución de valores absolutos del 13% con respecto al año anterior.

4. DEPARTAMENTO DE AUTOMOVILES:

Las ventas del año 2008 con relación al 2007 disminuyeron en un 55% y las ventas del año 2009 con relación al 2008 en un 5%; estas disminuciones en los dos últimos años se ha visto afectadas principalmente por los constantes incrementos en los impuestos y cambios a la ley aduanera realizados por parte del gobierno central. Entre los principales cambios impositivos que podemos mencionar se encuentran: el incremento en la tasa del ICE el cual del 5.15% mantenido hasta el año 2007 pasó a una tabla creciente de tasas de hasta 35% en función a los precios de venta al público de cada unidad; adicionalmente a partir de enero de 2009 y como parte de las estrategias del gobierno para regular la Balanza Comercial de Pagos se restringieron las importaciones a través de la creación de cupos para cada importador, dichos cupos eran controlados por la aduana por partida arancelaria, de manera trimestral y anual. Esta medida que concluyó en junio de 2009, afectó nuestras operaciones normales durante los primeros seis meses del año, por cuanto nos vimos obligados a restringir las ventas de ciertos modelos sobre todo de los SUV's para nuestros clientes como para los de nuestro Concesionario en Guayaquil.



A handwritten signature or mark, possibly a stylized letter 'A' or a similar symbol, located at the bottom left of the page.

Con la eliminación de cupos antes indicada, se implementó una nueva Salvaguardia misma que representó un pago del 12% adicional calculado sobre el valor CIF, debemos recordar que el ICE al ser un tributo calculado sobre derechos arancelarios, también se vio incrementado indirectamente. Estas medidas por tanto encarecieron aún más el precio de nuestros productos debiendo sacrificar nuestro margen para mantener precios competitivos, lo cual fue compensado con la venta de vehículos que se encontraban en stock y que fueron adquiridos previo a la creación de la salvaguarda.

Otro aspecto importante que se debe mencionar y que generó la disminución de ventas de vehículos sobre todo en el segundo semestre, fue la introducción al país de 1.233 de automóviles híbridos de varias marcas. Estos vehículos, debido a sus exenciones arancelarias e impositivas (IVA e ICE), han creado una fuerte competencia al ser más económicos en su precio de venta.

En el año 2009 en número de unidades, se facturaron 74 vehículos BMW.

En cuanto a Porsche, se facturaron un total de 7 vehículos, estas unidades representaron una disminución del 50% con respecto a las ventas del año anterior que fueron de 14 unidades, y un cumplimiento del 47% con relación al presupuesto del 2009 que fue de 15 unidades.

Con relación a la división de automóviles usados en el año 2009, se facturaron comisiones por la intermediación de 26 autos y 3 motocicletas, es decir 29 unidades con relación a 33 unidades del año 2008, lo que significó una disminución del 12%.

En el año 2009, Alvarez Barba ha continuado dando una importante relevancia en la organización de eventos, demostraciones, promociones, entre otros, todos realizados con el objetivo de mantener nuestra imagen, fidelizar clientes e incentivarlos a adquirir nuestros productos.

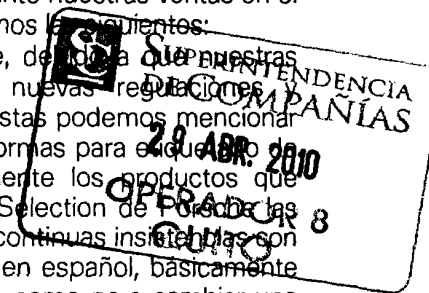
Como parte de la publicidad tanto para autos y motocicletas BMW y Porsche, durante el año se realizaron varias publicaciones en revistas especializadas relacionadas con el segmento automotriz, además de publicaciones en prensa en los principales periódicos de Quito y envío de mailing directo de publicidad y promociones, envío de tarjetas de cumpleaños a clientes, entre otros.

5. DEPARTAMENTO DE PARTES Y ACCESORIOS:

Durante 2009 no pudimos incrementar de una manera importante nuestras ventas en el departamento de repuestos, entre las principales razones tenemos las siguientes:

Las ventas en algunos productos bajaron considerablemente, debido a que nuestras importaciones se vieron limitadas al establecimiento de nuevas regulaciones y restricciones aduaneras por parte del gobierno central, entre éstas podemos mencionar la imposición para presentar certificados INEN que incluyen normas para etiquetar los productos textiles completamente en español, lamentablemente los productos que comercializamos de las líneas Motorrad, Life Style de BMW Selection de Porsche las etiquetas solamente se fabrican en inglés, a pesar de nuestras continuas insistencias con las fábricas no hemos logrado que las etiquetas se impriman en español, básicamente debido a que el Ecuador es un mercado demasiado pequeño como para cambiar una política a nivel mundial.

Otra de las limitaciones que tuvimos en el año anterior se debe a que las importaciones de repuestos tales como pastillas de freno, lubricantes, vidrios, parabrisas entre otros de alta rotación, requieren de la presentación de certificados INEN específicos, los cuales



no siempre pueden ser proporcionados por las fábricas en las condiciones que las autoridades aduaneras ecuatorianas han dispuesto.

Las ventas desde nuestra estación de servicio disminuyeron de USD 996 mil en el año 2008 a US\$937 mil en 2009, es decir un 6%.

Las ventas de mostrador de partes y accesorios representaron en el año 2009 y 2008 el 19% de las ventas totales.

Las ventas del departamento, con respecto al presupuesto significaron un cumplimiento del 87.4%.

El costo financiero de mantener los inventarios de partes y accesorios no se encuentra contabilizado, por cuanto su registro no es una práctica contable de general aceptación.

6. DEPARTAMENTO DE ESTACION DE SERVICIO:

Las ventas de la Estación de Servicio en el año 2009 al compararlos con el 2008 crecieron en un 6%. La relación del costo con las ventas ha disminuido en dos puntos con respecto al año 2008, esto y el incremento de ventas ha permitido que nuestro resultado operativo se haya incrementado al 8%.

Los principales rubros que impactaron en los gastos operativos del año 2009 fueron remuneraciones del personal, pago de licencias y servicios técnicos de equipos de diagnóstico de BMW y Porsche, el cargo de las depreciaciones del equipo de diagnóstico denominado ISIS, el cual fue adquirido en el año 2007 para las operaciones de taller de los autos BMW y de los demás componentes de este equipo los cuales fueron adquiridos e implementados totalmente hasta finales del año 2009. El presupuesto de ventas del año 2009, fue cumplido en un 96%.

En virtud de la tendencia tanto de BMW como Porsche al desarrollo de la electrónica, continuamos orientando las habilidades y competencias del personal técnico de Posventa a cumplir con este requerimiento.

A continuación, procedemos a detallar los principales factores que afectaron positivamente al nivel de las operaciones de la estación de servicio:

- El incremento del ICE y la revalorización de autos usados, ha hecho que los clientes mejoren las condiciones de su vehículo y den al mismo un mejor mantenimiento.
- Los avances tecnológicos de BMW, se han constituido en una barrera de entrada a posibles talleres informales de servicio, lo que resulta en una mayor fidelización de nuestros clientes, sobre todos de modelos intermedios, sin que ello signifique que los talleres alternos hayan dejado de existir.

Pero también existen factores que afectan negativamente a nuestra estación de servicio, entre ellos cabe destacar:

- Los intervalos de mantenimiento poco frecuentes según requerimientos de fábrica.
- En promedio, los trabajos a realizarse son más cortos, debido al cambio de tecnología.
- La disminución de frecuencia en trabajos pesados tales como reparaciones de motor, cajas de cambio, amortiguadores, etc..



A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' followed by a horizontal line.

En cuanto a capacitación, el personal de la Estación de Servicio continuó participando en cursos fuera del país, organizados por BMW, Porsche y Motorrad orientados a reforzar los conocimientos técnicos, electrónicos, al uso de los nuevos equipos de diagnóstico, nuevos modelos de vehículos, entre otros. El costo de estas capacitaciones ascendió a aproximadamente a USD12 mil.

7. DEPARTAMENTO DE MADERA:

Las ventas y comisiones en dólares del año 2009, disminuyeron en un 3% con relación a las ventas del año 2008 y representaron el 19,43% y el 19,06% sobre las ventas totales y comisiones en el año 2009 y 2008 respectivamente. En cuanto al volumen, las ventas alcanzaron durante el año 2009 a 4.041 metros cúbicos, en relación a 4.124 metros cúbicos vendidos en el año 2008, lo que representa una disminución del 2%. El producto que tuvo mayor crecimiento este año fue Novoply en el 27% con respecto al año anterior y el de mayor disminución fue el MDF con el 31% con respecto al año anterior debido principalmente a la disminución de descuentos a distribuidores con la finalidad de mejorar la rentabilidad en este producto y mayor impulso al MDP, el cual mantiene una tendencia a ser un sustituto del MDF.

En este año, nuestro cumplimiento del presupuesto en volumen fue del 70% sobre la base de 5.340m3. Nos vimos afectados en gran parte por la alta rotación del personal en los puntos de venta.

En cuanto al mix de productos tanto en el año 2009 y 2008, Plywood tuvo una participación del 40% del total de ventas, el MDF del 22% bajó al 15%, y en MDP Ply y MDP Kor pasó del 38% al 45%.

Con relación a los gastos de operación, éstos se han incrementado en apenas un punto porcentual, a pesar de que por seis meses del año 2009 se incurrieron en gastos salariales del jefe de la división maderas, lo cual fue en parte cubierto con el apoyo de Novopan, al momento dicha vacante aún no ha sido contratada, esperamos concluir este proceso hasta el mes de abril 2010 y con esto consolidar la estructura del área.

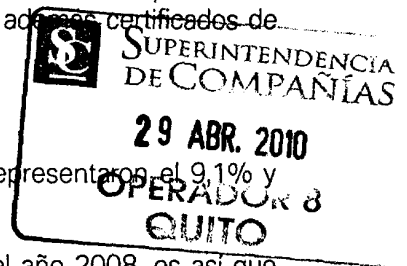
Con respecto a los gastos administrativos, éstos se han mantenido en un 6% sobre las ventas totales, sin embargo en valores absolutos sí se vieron incrementados con respecto al año anterior, debido principalmente al crecimiento en la participación de las ventas de esta división sobre las ventas totales de la empresa.

Durante el mes de diciembre participamos como auspiciante en la Feria de Artesanos realizada en la Cámara de Artesanos por aproximadamente dos semanas, con esta ocasión se entregó diverso material publicitario y se entregaron además certificados de participación de los clientes.

8. DEPARTAMENTO DIOR:

Las ventas de este departamento en los años 2009 y 2008 representaron el 9,1% y 10,6% de las ventas totales de la empresa respectivamente.

Las ventas de esta división mantuvieron un crecimiento hasta el año 2008, es así que con relación al año 2007 las ventas crecieron en un 8%, éstas ventas con relación al año 2006 crecieron en un 28% y las ventas del año 2006 con relación al 2005 crecieron en un 14%. En 2009 sin embargo tuvimos una disminución de ventas del 16% con respecto al año anterior.



A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'A' followed by a flourish.

Las ventas de perfumería y tratamiento disminuyeron en un 25% y 15% respectivamente con respecto al año anterior, las ventas en maquillaje se incrementaron en un 9%.

La principal razón para la disminución en ventas en esta línea se debe a los constantes incrementos de impuestos aduaneros creados por el Gobierno, es así que además del ICE que es un impuesto implementado en el 2008, en junio de 2009 y debido a la eliminación de cupos de importación mencionada en la sección de automóviles, se implementó la creación de una salvaguardia del 12%, misma que ha encarecido el precio de los productos afectando consecuentemente a nuestras ventas. Adicionalmente hemos tenido drásticos incrementos en las listas de precios de Dior.

El presupuesto de ventas del año 2009 fue de USD 1.396 mil, lográndose un cumplimiento del 76%, esta baja en ventas nos ha afectado en la rotación del inventario el cual del 3.56 disminuyó a 2.36 veces, razón por la cual hemos tomado los correctivos necesarios para mejorar este índice.

En cuanto a capacitaciones, en el 2009 se desarrollaron dos actividades al año (semestre) por parte del maquillador internacional, evento que fue dirigido para el personal de los diferentes puntos de venta de Supermaxi, Aromas y De Prati. Adicionalmente se han realizado varias capacitaciones por parte del personal local de la división de Dior de acuerdo con los requerimientos de nuestros clientes.

En el mes de Junio dos personas de división participaron en el Seminario de Marketing 2009, el cual se desarrolló en Francia con la participación de varios países importadores de esta marca. En este evento Alvarez Barba S.A. recibió un reconocimiento por parte de Dior a través de una placa representativa por el excelente desarrollo local de los catálogos virtuales del Día de la Madre y del Padre.

9. CAPITAL SOCIAL:

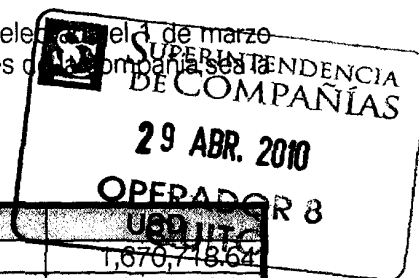
Con el último aumento de capital legalizado en septiembre de 2008, el capital social de Alvarez Barba S.A. asciende a USD 5.800.000 (cinco millones ochocientos mil 00/100 Dólares de los Estados Unidos de América, distribuidos en 5.800.000 acciones ordinarias y nominativas de USD 1,00 cada una, distribuidas a prorrata del capital que cada accionista posee.

10. DISTRIBUCION DE LAS UTILIDADES:

El Directorio de Alvarez Barba S.A. por unanimidad, en reunión celebrada el 1 de marzo de 2010, propone a los accionistas que la distribución de utilidades de la compañía sea la siguiente:

(Expresado en dólares)

DESCRIPCION	USD MIL
Utilidad del periodo	1,676,748.64
Menos: Participación laboral	238,156.05
Provisión de Impuesto a la Renta	272,441.69
Utilidad después de Impuestos antes de reserva legal	1,160,120.90
10% de Reserva Legal	116,012.09
UTILIDADES DEL EJERCICIO Y DISPONIBLES PARA	



DISTRIBUCION	1,044,108.81
Utilidades de ejercicios anteriores de libre disposición	727.89
SALDO DE UTILIDADES RETENIDAS DE LIBRE DISPOSICION	1,044,836.70
Utilidades a distribuir a accionistas en 2010 (propuesta)	650,000.00
SALDO DE UTILIDADES RETENIDAS	394,836.70

El saldo de utilidades del ejercicio 2009, neto de participación a empleados, impuesto a la renta, reserva legal, y distribución de dividendos, se mantendrá como utilidades retenidas de libre disposición.

La utilidad en el año 2008 (neta de participación a empleados, impuesto a la renta y reserva legal) más una gran parte de las utilidades remanentes de años anteriores por el valor de US\$600.000 y por disposición de los accionistas fueron declarados como dividendos a ser pagados durante el año 2009. Hasta fines del año 2009 estos dividendos han sido cancelados en un 99%.

11. ASUNTOS ADMINISTRATIVOS:

Al finalizar el año 2009 Alvarez Barba S.A. contaba con 71 empleados distribuidos en los diferentes departamentos, es decir el mismo número de empleados que teníamos hasta el año 2008, sin embargo quedaron pendientes las contrataciones de ciertas posiciones en los diferentes departamentos. Este año ha sido muy crítico, inclusive más que el año 2008, debido principalmente a que las medidas del gobierno han afectado a nuestras líneas de producto y por tanto al negocio en general, aún así hemos logrado mantener la misma estructura organizacional, con el objetivo de reforzar el crecimiento de nuestras operaciones en las diferentes áreas.

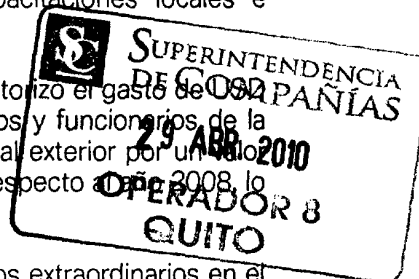
Se realizaron varias contrataciones de personal, para el área de Posventa en octubre de 2009. Adicionalmente se cubrió temporalmente desde junio a diciembre la vacante de la Jefatura de la División Maderas, aún no se ha concretado la contratación de la nueva persona para ocupar esta plaza. A finales del año nos encontramos en la búsqueda de un ejecutivo de venta para la línea BMW, misma que fue concretada a inicios de 2010.

Las relaciones entre el personal y la administración de la empresa se mantienen en buenas condiciones.

La administración está consciente de la importancia que tiene la capacitación y motivación del personal de la Empresa en todos los niveles, por esto, se ha procurado la capacitación en las áreas más necesarias, se han organizado capacitaciones internas, y se ha financiado la participación de los trabajadores en capacitaciones locales e internacionales.

La Junta General Ordinaria celebrada el 17 de Marzo de 2009 autorizó el gasto de USD 60,000 para viajes al exterior por capacitaciones de los ejecutivos y funcionarios de la Empresa. Contando con esta autorización, se efectuaron viajes al exterior por un monto total de USD 31.912, es decir una disminución de USD 18.932 respecto al año 2008, lo que significó una disminución del 14%.

Cabe señalar que durante el año 2009, no se presentaron asuntos extraordinarios en el área legal, los juicios y procesos administrativos- tributarios, que tenemos entablados contra la SRI/CAE por diferencias en impuestos de importación, aún no se han resuelto en última instancia, y mantenemos un estricto seguimiento sobre los mismos.



Desde el año 2008 y durante el año 2009 seguimos con el proceso de reclamo ante la Dirección Nacional de Tránsito, con la finalidad de recuperar la pérdida en la venta de 10 motocicletas tipo policial producida por el incremento de los aranceles en 10 puntos a finales del 2007 y del ICE en el año 2008, rubros que no fueron considerados en la fijación del precio de las motos, al momento de la presentación formal de la oferta, y que nos vimos obligados a respetarlo a pesar de la pérdida generada, para evitarnos problemas por incumplimiento con el estado. Las posibilidades de recuperación de este valor son bajas.

Finalmente me permito manifestar que la compañía ha dado cumplimiento a las normas de propiedad intelectual y derechos de autor.

12. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS PARA EL EJERCICIO ECONOMICO 2009:

Al igual que en años anteriores, hemos adquirido importantes compromisos con las marcas que representamos y comercializamos, compromisos que tienen como principal objetivo mantener e incluso incrementar su representatividad en el país. El 2010 se presenta como un año de muchos retos para Alvarez Barba S.A., por las circunstancias del mercado, sin embargo con nuestro mejor esfuerzo esperamos cumplir con nuestros objetivos.

Nuestro objetivo global, con las marcas BMW y PORSCHE es, mantener el liderazgo en el segmento de los vehiculos de lujo, gracias a todas nuestras inversiones en capacitación, infraestructura, marketing e introducción de nuevos modelos, y claro está la colaboración de nuestros empleados, todo esto acorde a las exigencias de las marcas que representamos.

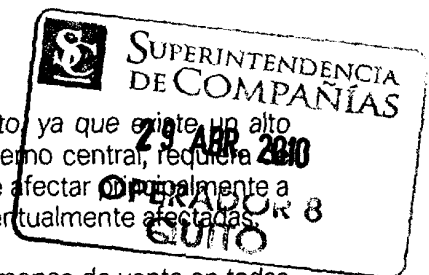
Para el año 2010, en el departamento de maderas contamos con el apoyo de las fábricas para desarrollar nuevas campañas y un nuevo sistema de prospección con la finalidad de llegar más eficazmente a nuestro cliente. También se pondrá mayor énfasis en lo que a capacitación de nuestro personal de ventas para reforzar nuestro servicio al cliente.

En el departamento de DIOR continuaremos con los entrenamientos al personal, se realizarán eventos y lanzamientos bimensuales, aprovecharemos la publicidad de DIOR, con el objetivo de fidelizar y de conquistar nuevos clientes. Además se debe considerar que para este año 2010 partimos de precios elevados debido a los impuestos adicionales y salvaguardas, generados en periodos anteriores, para este año la salvaguarda tiene una disminución periódica en el lapso de 6 meses partiendo desde el mes de enero. Adicionalmente, en marzo recibimos las nuevas listas de precios de Dior las mismas que implican un incremento de precios a ser transferidos a nuestros clientes finales.

CONCLUSIONES:

El panorama político y económico para el año 2010 es incierto, ya que existe un alto riesgo de que el exceso en el gasto público por parte del gobierno central, requiera incrementos impositivos y dada la política del actual gobierno de afectar principalmente a los productos suntuarios, las líneas de negocio podrían estar eventualmente afectadas.

Requeriremos un gran esfuerzo para lograr cumplir con los volúmenes de venta en todas las áreas de negocios, especialmente en el área automotriz que es muy representativa en la rentabilidad de la empresa.



Continuaremos incrementando nuestros contactos con la finalidad de ampliar nuestras opciones de venta, así como continuaremos realizando contactos con actuales, potenciales y a clientes especiales como son cuerpos diplomáticos y ONG.

Reforzaremos nuestra gestión en las áreas de postventa, partes y accesorios, aprovechando la oportunidad de desarrollar nuestras ventas, en función a una mayor preocupación de los usuarios de nuestras marcas de vehículo dado el alto precio de reposición.

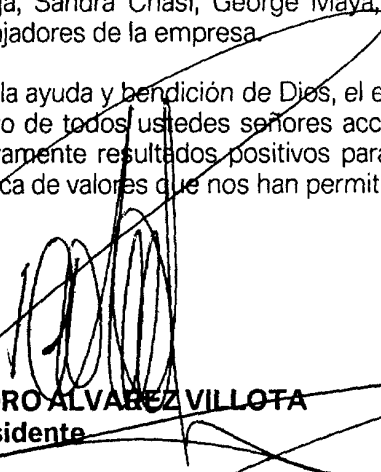
En el caso de Dior, dadas las circunstancias, el 2010 será un año de crecimiento, pero no en la misma magnitud de años anteriores debido a los precios que han tenido grandes impactos por las cargas tributarias e incrementos directos de Dior. Afortunadamente contamos con un buen posicionamiento e imagen de marca en el mercado, además de un punto de venta directo acorde con la imagen y exigencias de Dior y una red de distribución bien atendida.

La línea de maderas deberá cumplir con sus premisas de ventas en función a presupuestos y rentabilidad esperados. Continuaremos orientando nuestras ventas en mayor proporción a los clientes finales y menos a los intermediarios. Igualmente es sumamente importante el apoyo de las fábricas Plywood y Novopan, para el desarrollo de las operaciones, capacitación e inclusive asesoría y servicio al cliente en caso de ser necesario y apoyo en gestiones de marketing.

Agradezco a todos los ejecutivos y funcionarios de la empresa que, con su entusiasmo y fructífero trabajo del día a día, hacen posible los resultados positivos de la compañía. Nuestro agradecimiento especial para la señora Jacqueline Cevallos, Gerente General de la Empresa, por su decidida y valiosa colaboración.

Incluyo en este agradecimiento a todos los ejecutivos de la compañía: Señores Susana Alvarez de Chiriboga, Diego Galindo, Humberto Sandoval, Silvia Delgado, Homero Escobar, William Ramírez, María Cristina Dávila, Fabián Jarrín, Augusto Navas, Cecilia Albuja, Sandra Chasi, George Maya, Edison Muela; y, en general a todo el resto de trabajadores de la empresa.

Con la ayuda y bendición de Dios, el esfuerzo y dedicación de nuestros trabajadores, y el apoyo de todos ustedes señores accionistas, estoy seguro que en el 2010 lograremos nuevamente resultados positivos para nuestra Empresa, manteniendo siempre nuestra política de valores que nos han permitido crecer.


PEDRO ALVAREZ VILLOTA
Presidente

