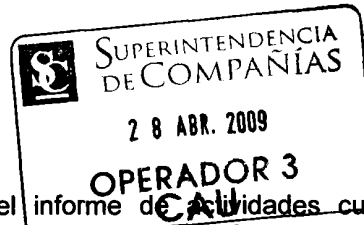


Quito, 26 de Marzo de 2009

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 2008:

1. ENTORNO EMPRESARIAL:

El año 2008, segundo año consecutivo del gobierno del Econ. Rafael Correa, la Asamblea Constituyente, organismo que reemplazó al Congreso Nacional, emitió una nueva Constitución además de leyes, reglamentos y decretos implementando cambios en el entorno socio-económico del país, entre los que tenemos:

- La emisión de la Ley de Equidad Tributaria con vigencia desde el 1 de enero de 2008, con la que se dictan importantes modificaciones e incrementos de impuestos tales como: herencias, impuesto a la renta de personas naturales, incremento del ICE, impuesto a la salida de capitales, impuestos a las propiedades agrícolas, implementación de un nuevo esquema de anticipos de impuestos, entre otros;
- Existen reformas sustanciales en el código tributario que dan poderes adicionales al SRI y sanciones más fuertes a los evasores;
- Se establece la declaración patrimonial para las personas naturales cuyo patrimonio sobrepase US\$200,000 con la finalidad de controlar la evasión fiscal;
- Se crean nuevas reglas en relación a los precios de transferencias y créditos externos;
- Se expide el Mandato No. 8 por medio del cual se eliminó el sistema de tercerización laboral y contratos por horas;
- Se expide la nueva Constitución de la República, la cual fue aprobada mediante consulta popular en septiembre de 2008, donde se introducen varios cambios como la reelección presidencial, reformas territoriales, reformas en las que se promueve la independencia de las instituciones como la Corte Suprema; se incluyen nuevos conceptos como la economía solidaria, entre otras modificaciones;
- Se continúan dictando leyes como: la Ley de Soberanía Alimenticia, la Ley de Aguas, la Ley de Empresas Públicas, la Ley de Minería que permiten la explotación a gran escala controlada por el Estado y establece un sistema de concesiones.

A continuación pasaremos brevemente a mencionar los aspectos relevantes de la economía durante el año 2008 y algunas de las acciones ejecutadas por el régimen:

- Se establecieron políticas de subsidios y obras;
- Se deterioró la seguridad jurídica y relaciones internacionales, expropiando y expulsando a varias compañías extranjeras, debido a esto el gobierno mantiene juicios legales en su contra en el CIADI (Centro Internacional de Arreglos a las Inversiones) por US\$12,6 billones; el presupuesto ecuatoriano para 2009 es de US\$10,4 billones;
- Se dio un endurecimiento de las relaciones con Colombia;
- Se declaró moratorias de la deuda externa;
- Se promovió el reingreso del Ecuador a la OPEP;
- Hubo un excesivo gasto público.

Los factores mencionados, además de otros en los que se incluye la reducción de ingresos debido a la crisis internacional, han afectado seriamente a la economía del país. Más aún al considerar la alta dependencia que tenemos sobre las exportaciones

del petróleo (40% del total), la drástica caída del precio por barril, la reducción de las remesas de emigrantes en un 30%, la disminución del financiamiento externo, la desconfianza de inversionistas extranjeros y nacionales. Todas estas situaciones y otras contribuyeron a la descompensación de la balanza comercial para lo cual el gobierno procedió a dictar medidas drásticas para el 2009, las cuales resumimos a continuación:

- Solicitud de certificados de origen para cada importación y producto, los mismos que deben ser acreditados por empresas certificadoras internacionales en el Ecuador-OAE (Organismo de Acreditación Ecuatoriana);
- Establecimiento de cupos de importación para vehículos y perfumería los cuales fueron asignados en base al 65% y 70% de las importaciones del año 2008; y rigen desde los embarques del 23 de enero 2009;
- Incremento de aranceles de hasta el 30% de una serie de productos importados;
- Incremento del Impuesto a la salida de divisas al 1% y eliminación de todo tipo de extensión incluyendo los pagos por concepto de importaciones;
- Creación del Impuesto del 1% anual a los activos en el exterior de las entidades privadas, bancos, aseguradoras;
- Otorgamiento de incentivos encaminados a proteger la producción nacional.

Durante el primer semestre del 2008, el dólar, en relación a las principales monedas mundiales, mostró nuevamente una tendencia de depreciación, así al inicio de año el tipo de cambio de venta del Euro fue de 1,46 USD/€UR, y finalizó en 1,58 USD/€UR, es decir una depreciación del dólar de 7,6%. Sin embargo en el segundo semestre se revalúo la moneda que de 1.58 USD/€UR finalizó en 1.40 USD/€UR.

El crecimiento del PIB en el año 2008 fue del orden del 5,32%, (2,65% año 2007), se prevé que para el año 2009 este caerá al 3% o menos.

El índice de inflación del 2008 cerró en 8,83% con relación al 3,32% del año anterior, para el 2009 se estima cerrará en 5%.

La tasa activa referencial cerró en 9.14%, inferior en 10,5 puntos porcentuales al cierre del año 2007 que finalizó en 10.1%. Por su parte, la tasa referencial pasiva cerró en 5,09%, con una disminución de 3,96 puntos porcentuales en relación a diciembre 2007 que fue de 5.3%. En cuanto a las tasas de interés del segmento de consumo bajo la cual se encuentran los créditos realizados por nuestros clientes de la línea automotriz, la tasa activa máxima referencial cerró en el año 2008 en el 16.30% versus el 22.45% del año 2007, y la tasa efectiva fue del 15.76% versus el 18% del año 2007.

Por otro lado el precio de barril a finales del año fue de \$44.60 en comparación con \$82.26 que finalizó en diciembre de 2007; en junio de este año el precio del barril llegó a cotizarse incluso en US\$140 siendo uno de los más altos de la historia.

En conclusión, los entornos político y económico del año 2008 fueron aún más difíciles que años anteriores para Alvarez Barba, especialmente por la implementación de cargas tributarias (vehículos, perfumería, entre otros). Adicionalmente las instituciones financieras direccionaron sus créditos a la producción, restringiendo por tanto los créditos de consumo lo que afectó en forma importante a la decisión de compra de los usuarios de nuestros productos y consecuentemente, al considerar que nuestras líneas de vehículos y perfumería constituyen el 75% del negocio se vieron afectados y disminuidos sustancialmente los resultados del año. Por todas estas razones debimos realizar grandes esfuerzos para mantener activas y rentables a todas las líneas de negocio.

A continuación pasamos a examinar en detalle los resultados obtenidos por la empresa durante el año 2008.

2. INDICES FINANCIEROS:

Los índices financieros en general denotan que aunque en este año la empresa tuvo una utilidad menor que la obtenida en el año anterior debido a la disminución de ventas en un 38%, 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 2008 versus el año 2007 son las siguientes:

Las ventas netas incluidas comisiones disminuyeron en el 2008 en un 38% con relación al año anterior. La disminución se debe principalmente a que en las líneas de autos BMW y autos Porsche se redujeron en el 54% y 69% respectivamente, estas bajas están relacionadas con el incremento sustancial del ICE el cual del 5.15% vigente hasta el año 2007 pasó al 35% en el 2.008. También se disminuyeron las ventas de la línea de maderas en el 7%.

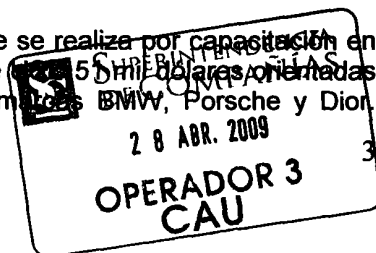
Sin embargo, la disminución de ventas hubiese sido mayor de no haberse incrementado las ventas en las otras líneas de negocio tal es así que en autos usados crecieron en un 31% en dólares, ventas de motocicletas en el 61%, partes y accesorios 6%, la estación de servicio incrementó sus ventas en un 22% y Dior tuvo un incremento del 8%.

El costo de ventas en el año 2008 fue del 76% de las ventas incluidas comisiones, el cual con respecto al año anterior disminuyó en tres puntos (año 2007 79%), esto ha dado lugar a que nuestro margen de rentabilidad bruta del 21% se incremente al 24%. Un análisis más detallado de cada una de las líneas se realizará posteriormente.

Los gastos de operación sobre las ventas y comisiones en el año 2008 se incrementaron en dos puntos porcentuales versus el año 2007 que fue del 8%, 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 disminuyeron en valores absolutos en el 21% al compararlos con los incurridos en el año 2007. Con esto se ha logrado generar una utilidad en operación del 14% en el año 2008 frente a un 13% en el año 2007.

Dentro de este rubro de gastos de operación como es usual, tuvieron un importante peso las acciones de mercadeo realizadas en cada una de las líneas, un ejemplo fue en el mes de junio se publicitó promociones para vehículos BMW por los 50 años de Alvarez Barba con BMW.

Otro rubro importante, continua siendo la inversión que se realiza por capacitación en el exterior, el mismo que ascendió a aproximadamente \$5 millones de dólares, orientadas a 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 2008, éstos representaron el 5.5% sobre las ventas y comisiones, los cuales fueron mayores a los incurridos en el año 2007 que fueron del 4%, resultando en una disminución en valores absolutos del 16% en el año 2008 con relación al 2007, 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 2008 como el 2007 representó el 3% sobre las ventas y comisiones, y una disminución de valores absolutos del 38% con respecto al año anterior.

4. DEPARTAMENTO DE AUTOMOVILES:

En los últimos años la tendencia en ventas de vehículos, fue de crecimiento, es así que las ventas del 2006 con relación al 2005 se incrementaron en un 5% y las ventas del 2007 con relación al 2006 en un 35% siendo éste el año record de ventas en la historia de la empresa tanto en BMW como en Porsche; sin embargo las ventas del 2008 con relación al 2007 tuvieron una disminución del 55%, nos afectó en gran medida el incremento del ICE del 5.15% hasta el 35%, lo cual significó que a pesar de sacrificar el margen de rentabilidad, los precios de venta se incrementen en un promedio del 30%, situación que produjo una baja considerable en las ventas de unidades.

En el año 2008 en número de unidades, se facturaron 64 vehículos BMW, de las cuales 26 unidades se realizaron a través de nuestro concesionario Ecuavía S.A. en la ciudad de Guayaquil.

En cuanto a Porsche, se facturaron un total de 14 vehículos, estas unidades representaron una disminución del 75% con respecto a las ventas del año anterior que fueron de 57.

La disminución en ventas por el incremento del ICE, no solo afectó a la marca BMW y Porsche, sino en general a todo el segmento de vehículos Premium. Es así que en el 2008, las unidades vendidas en este segmento con relación al 2007 disminuyeron en un 48%.

La participación de BMW en el mercado del segmento Premium en el año 2008 fue del 23% en relación al 2007 que fue del 33% (fuente informe BMW).

La participación de Porsche dentro del segmento Premium del 2008 fue del 5% en relación con el 10% en el 2007.

Cabe resaltar que Alvarez Barba mantiene el liderazgo dentro del segmento Premium, con una participación del 43% en el 2007 y del 28% en el 2008 sumados BMW y Porsche.

En el año 2008 fueron facturadas 27 motos, de las cuales 24 corresponden a clientes directos de Alvarez Barba S.A. e incluyen 10 unidades vendidas a la Dirección Nacional de Tránsito. Estas ventas fueron superiores a las del año 2007 que fueron 22 unidades.

Con relación a la división de autos usados en el año 2008, se facturaron comisiones por la intermediación de 33 autos y motocicletas con relación a 34 unidades del año

2007, lo que significó una disminución del 3%. Debido al incremento del ICE en autos nuevos, el precio de mercado de los autos usados se revalorizó, razón por la cual las comisiones en valores absolutos del año 2008 con respecto al año 2007 se incrementaron en un 31%.

En el año 2008, Alvarez Barba cumplió 50 años de ser importador oficial de la marca BMW, siendo en América Latina el concesionario con más años en representar a esta marca, por lo que se aprovechó esta oportunidad para publicitarlo mediante la realización de campañas para incentivar la venta de vehículos.

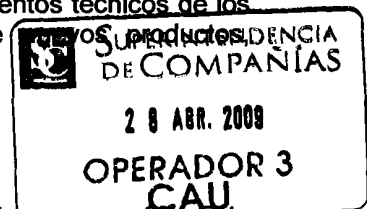
Como parte de la publicidad tanto para autos y motocicletas BMW y Porsche, durante el año se realizaron varias publicaciones en revistas especializadas relacionadas con el segmento automotriz, además de publicaciones en prensa en los principales periódicos de Quito y envío de mailing directo de publicidad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

En octubre de 2008, Alvarez Barba fue premiada con el primer lugar dentro del sector industria automotriz por la revista Ekos – Economía y Negocios, este galardón premia la visión excepcional, persistencia y liderazgo empresarial. Los parámetros utilizados para esta evaluación fueron:

- Ventas, evolución de ventas, crecimiento en ventas.
- Eficiencia: índice de rotación de activos
- Liquidez: Razón corriente
- Rentabilidad: índice de rentabilidad operativa, índice de rentabilidad neta
- Apalancamiento: índice de apalancamiento total
- Pago de impuestos: índice de impuestos

El segundo lugar lo obtuvo General Motors y el tercero Teojama Comercial, cabe resaltar que del sector Premium fuimos los únicos premiados.

En cuanto a capacitación fuera del país se invirtió aproximadamente USD10 mil en cursos organizados por BMW y Porsche tanto para autos como para motocicletas. Los temas tratados en estos cursos tendieron a reforzar los conocimientos técnicos de los Gerentes de ventas y asesores comerciales, sobre todo de procesos y el cierre de ventas, entre otros.



5. DEPARTAMENTO DE PARTES Y ACCESORIOS:

Las ventas netas del 2008 con relación al año 2007 se incrementaron en un 6%. Este incremento de facturación se debe en parte a un aumento de precios entre el 4% y 5%. Este aumento se debió principalmente por la devaluación del dólar frente al euro y tuvo un mayor impacto en el primer semestre el cual fue del 8%. Hemos continuado con la optimización de costos de importación para mantener nuestra rentabilidad a través de un mix adecuado de pedidos vía marítima, aérea y courier. Se debe anotar que a pesar de las gestiones del departamento de partes y accesorios para conseguir precios especiales de BMW en ítems de alta rotación, no se logró mantener los mismos niveles de descuentos que el año 2007.

Nuestras ventas a la estación de servicio, corresponden al 56% del total de las ventas de partes y accesorios incluyendo repuestos para garantías; se incrementaron de USD 823 mil en el año 2007 a USD 1.042 mil en el 2008, es decir un 26%. Consideramos que uno de los factores para este incremento se debe a la mayor concurrencia de vehículos para trabajos de mantenimiento y mejoramiento de las

unidades debido a la revalorización de los precios de autos usados por el aumento del ICE, debido a que los clientes prefieren mantener en óptimas condiciones sus vehículos dados los altos precios de compra de unidades nuevas.

Las ventas de mostrador de partes y accesorios representaron en el año 2008 y 2007 el 19% de las ventas totales.

Del valor total de las ventas del Departamento de Partes y Accesorios, el 87% corresponden a BMW, el 10% corresponden a Porsche y el 3% a partes adquiridas localmente.

Las ventas reales del Departamento, con respecto al presupuesto significaron un cumplimiento del 96%.

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.

El índice de rotación de inventarios de partes BMW importadas durante el año 2007 fue de 2,86 veces en tanto que en el 2008 fue de 2,32 veces.

Esta variación se debe a un incremento en las importaciones marítimas, que nos significan costos inferiores respecto a las importaciones vía aérea o courier; y al crecimiento del stock necesario para atender modelos nuevos, lo que ha significado una inversión mayor en inventarios.

Se debe destacar la decidida participación del área de partes y accesorios en todos los eventos organizados por la empresa, con la finalidad de promocionar sus productos.

6. DEPARTAMENTO DE ESTACION DE SERVICIO:

Las ventas de la Estación de Servicio en el año 2008, comparándolos con el 2007 crecieron en un 22%.

A pesar de que en el año 2008 la relación del costo con las ventas se ha incrementado en dos puntos con respecto al año 2007 y por tanto el margen operativo se ha reducido, el incremento en ventas ha permitido que se genere una utilidad operativa. En este año se vendieron 6 paquetes de garantías extendidas para vehículos usados Porsche.

Los principales rubros que impactaron en los gastos operativos del año 2008 fueron remuneraciones del personal, pago de licencias y servicios técnicos de equipos de diagnóstico de BMW y Porsche y el cargo de la depreciación del segundo año del equipo de diagnóstico denominado ISIS, el cual fue adquirido en el año 2007 para las operaciones de taller de los autos BMW que terminará de implementarse en el año 2009.

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. Adicionalmente se procedió a la contratación de un empleado adicional para ejecutar los trabajos relacionados con los equipos de diagnóstico electrónico con la finalidad de brindar mayor soporte a nuestro servicio.

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.
- La tendencia al alza del número de ingresos de vehículos a la estación de servicio, como consecuencia del incremento de ventas de vehículos nuevos BMW, Porsche y motos, en los últimos años especialmente en el año 2007.
- 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 esto signifique que los talleres alternos hayan dejado de existir.

Durante el año 2008 se han desarrollado importantes proyectos cuyo objetivo fue mejorar nuestro contacto y servicio a clientes.

En cuanto a capacitación, el personal de la Estación de Servicio continuó participando en cursos fuera del país, organizados por BMW, Porsche y BMW 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 USD14 mil.

7. DEPARTAMENTO DE MADERA:

Las ventas en dólares del año 2008 se disminuyeron en un 7% con relación a las ventas del año 2007. Las ventas y comisiones de este departamento representaron el 11,7% y el 12,7% sobre las ventas totales y comisiones en el año 2008 y 2007 respectivamente. En cuanto al volumen, las ventas alcanzaron durante el año 2008 a 4.124 metros cúbicos, en relación a 4.969 metros cúbicos vendidos en el año 2007, lo que representa una disminución del 17%. El producto que tuvo mayor crecimiento este año fue Novoply en el 36% con respecto al año anterior y el de mayor disminución fue el triplex con el 31% con respecto al año anterior lo cual se debió básicamente a desabastecimiento por parte de la fábrica Plywood.

En virtud de que los ingresos del personal del área de maderas se encuentran basados en el cumplimiento de presupuestos, el no haberlos logrado provocó rotación del personal del área, sin embargo en el año 2008 dicha rotación fue menor a la presentada en años anteriores.

Cabe señalar además que durante este período no contamos con el personal a nivel de Supervisión o Gerencia Comercial por lo que no logramos consolidar la estructura del área, al momento nos encontramos en la búsqueda de esta posición con el apoyo de Novopan.

Con respecto al margen bruto, éste prácticamente se ha mantenido en los años 2008 y 2007 en el 12%, lo que generó una utilidad de USD 4 mil, la cual es menor a la obtenida en el año 2007 que fue de USD 22 mil. Contribuyó a esta utilidad el mantener las bonificaciones recibidas de Novopan con la misma relación del 6% y 7% sobre ventas del año 2008 y 2007 respectivamente, a pesar de la disminución en ventas de este año.

Con respecto a la carga de los gastos operativos y administrativos, éstos se mantuvieron tal es así que del 11% del año 2007 han pasado al 12% en el año 2008, en estos gastos se incluyen los administrativos los cuales se incrementaron con respecto al año anterior, debido al crecimiento en la participación de las ventas totales de la empresa.



Durante todo el año 2008, nos enfocamos en conseguir nuevos clientes constructores, industrias y artesanos con la finalidad de modificar y disminuir la participación de los distribuidores en nuestras ventas, y conseguir mejor rentabilidad. Como resultado de esta gestión tuvimos una disminución del 46% al 38% de la participación de los distribuidores en nuestras ventas, del año 2007 a 2008. En caso de la industria y la construcción la participación en nuestras ventas se mantuvo es así que del 36% en el 2007 disminuyó al 35% en el año 2008, con relación a los artesanos y varios la participación se incrementó del 18% en el año 2007 al 27% en el año 2008.

En cuanto al mix de productos en el año 2007, Plywood tuvo una participación del 48% vs. 40% de este año, el MDF del 18% subió al 22%, y en MDP Ply y MDP Kor pasó del 31% al 38%.

Es importante mencionar que con la inauguración del nuevo punto de venta en el Sur, realizado en el mes de noviembre del año 2006 el cual cuenta con aproximadamente 350 metros cuadrados de espacio físico y una cortadora horizontal, las ventas en este almacén tuvieron un crecimiento del 50% en m3 en el año 2008 y del 21% en el año 2007 con respecto al año anterior, lo que le ha permitido ser el almacén con mayor crecimiento de ventas tanto en m3 como en dólares al relacionarle con los otros almacenes.

8. DEPARTAMENTO DIOR:

Las ventas de este departamento en los años 2008 y 2007 representaron el 10,3% y 6% de las ventas totales de la empresa respectivamente.

Las ventas de esta división han mantenido un crecimiento durante los tres últimos años, tal es así que la línea creció un 8% en el año 2008 con relación al año 2007, el 29% en el año 2007 con relación al año 2006 y el 14% en el año 2006 con relación al año 2005.

La participación de las ventas por línea de producto en el año 2008 fue del 56% en perfumería, 24% en tratamiento y el 20% en maquillaje, la cual se mantuvo similar a la del año 2007.

Aunque las ventas del 2008 con relación al año anterior tuvieron un incremento del 6% en perfumería, este fue un año muy difícil para esta línea, debido a la implementación del 20% de ICE para perfumería a partir del 1 de enero, que implicó un incremento del 30% en los precios de venta y consecuentemente una disminución de las ventas en unidades en un 20%, de la cual nos recuperamos en el último trimestre, debido a la gestiones comerciales realizadas y a la implementación de un plan de bonificaciones por cumplimiento de ventas para los distribuidores.

Las ventas del 2008 de maquillaje tuvieron un incremento del 6% y tratamiento del 19% con respecto al año anterior.

En el mes de abril, tres personas de la división participaron en el LVMH Open House y en el mes de junio del 2008, la Gerente de la línea participó en la reunión anual de Marketing 2009; los dos eventos fueron organizados por Dior en Estados Unidos.

9. AUMENTO DE CAPITAL AÑO 2008:

Siguiendo la disposición de la Junta General de Accionistas llevada a cabo el 24 de Marzo de 2008, se procedió a legalizar el aumento de capital social por la suma de

USD 800.000, mediante la emisión de 800.000 acciones ordinarias y nominativas de USD 1,00 cada una, las mismas que fueron distribuidas entre los actuales accionistas a prorrata del capital que cada uno posee en el cuadro correspondiente. Este aumento de capital fue pagado de las utilidades del ejercicio 2007 y fue legalizado en el Registro Mercantil con fecha 19 de septiembre del 2008.

Con este aumento, el capital social de Alvarez Barba S.A. llegó a la suma de USD 5.800.000 (cinco millones ochocientos mil 00/100 Dólares de los Estados Unidos de América).

10. DISTRIBUCION DE LAS UTILIDADES:

El Directorio de Alvarez Barba S.A., en reunión celebrada el 5 de marzo de 2009, propone a los accionistas que la distribución de utilidades de la compañía sea la siguiente:

(Expresado en dólares)

DESCRIPCION	USD
Utilidad del periodo	1,123,661.66
Menos: Participación laboral	168,549.25
Provisión de Impuesto a la Renta	334,684.19
Utilidad después de Impuestos antes de reserva legal	620,428.22
10% de Reserva Legal	62,042.82
UTILIDADES DEL EJERCICIO Y DISPONIBLES PARA DISTRIBUCION	558,385.40
Utilidades de ejercicios anteriores de libre disposición	42,342.49
SALDO DE UTILIDADES RETENIDAS DE LIBRE DISPOSICION	600,727.89
Utilidades a distribuir a accionistas en 2009 (propuesta)	600,000.00
SALDO DE UTILIDADES RETENIDAS	727,89

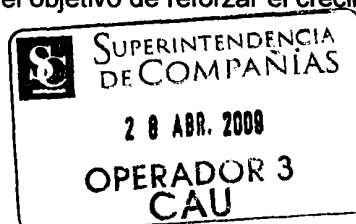
El saldo de utilidades del ejercicio 2008, neto de participación a empleados, impuesto a la renta, reserva legal, y distribución de dividendos, se mantendrá como utilidades retenidas de libre disposición con lo cual esta cuenta acumula un valor de USD 727.89.

La utilidad en el año 2007, neta de participación a empleados, impuesto a la renta y reserva legal fue de USD 1,807 mil; se reinvertió USD 800 mil y se distribuyeron utilidades a accionistas por USD 800 mil. Las utilidades retenidas de libre disposición en el año 2007 fueron USD 42.342,49.

11. ASUNTOS ADMINISTRATIVOS:

Al finalizar el año 2008 Alvarez Barba S.A. contaba con 71 empleados, es decir tres personas menos que en el año 2007 debido a que existen posiciones cuyas contrataciones quedaron en proceso al final del año. A pesar de que fue un año crítico por las medidas del gobierno que afectaron al negocio, hemos procurado en general mantener la misma estructura organizacional, con el objetivo de reforzar el crecimiento de nuestras operaciones en las diferentes áreas.

ALVAREZ BARBA S.A.
INFORME DE ACCIONISTAS 2008



En el año 2008 se realizaron varias contrataciones de personal, para el área de Posventa ingresó una nueva Subgerente en reemplazo del anterior quien se incorporó en octubre del 2008, un asistente administrativo y un mecánico electrónico, adicionalmente se cubrió la vacante del Jefe de Contabilidad en el mes de septiembre del 2008, aún no se ha concretado la contratación del Gerente de Ventas para la línea de Maderas, hemos suspendido temporalmente el proceso de contratación del Supervisor de ventas BMW, nos encontramos actualmente en el proceso de selección de dos ejecutivos de cuenta para la línea de maderas, mismos que se espera concluirlo hasta finales del mes de marzo 2009 con la finalidad de iniciar con los procesos de inducción y capacitación.

En el año 2008 además se contrató a una persona discapacitada cumpliendo así con lo dispuesto en la Ley Reformatoria al Código Laboral.

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.

Adicionalmente, todos los trabajadores de la empresa en el mes de septiembre asistieron a una capacitación interna sobre Seguridad y Salud Ocupacional con una duración de 10 horas por trabajador.

La Junta General Ordinaria celebrada el 24 de Marzo de 2008, 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 valor total de USD 50.844, es decir un incremento de USD 6.357 respecto al año 2007, equivalente al 14%.

Del total de capacitaciones en el exterior, un 72% ha correspondido a BMW autos y motos, el 19% a Porsche, 9% a Dior.

En todos los casos, quienes hemos asistido a estas reuniones o capacitaciones, hemos transmitido al resto de trabajadores de la empresa los conocimientos allí adquiridos.

Cabe señalar que durante el año 2008, 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.

En este año se inició un 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:

El 2009 se presenta como un año de muchos retos para Alvarez Barba S.A., sin embargo, y siguiendo con nuestra política, éste año también hemos adquirido importantes compromisos con las marcas que comercializamos, compromisos que tienen como principal objetivo mantener e incluso incrementar su representatividad en el país.

Nuestro objetivo global, con las marcas BMW y PORSCHE es, mantener el liderazgo en el segmento de los vehículos 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 2009, 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.

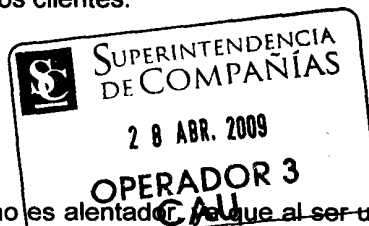
En el departamento de DIOR continuaremos con los entrenamientos al personal, se realizarán eventos y lanzamientos bimensuales, aprovecharemos la publicidad de DIOR, con el objetivo de fidelizar y de conquistar nuevos clientes.

CONCLUSIONES:

El panorama político y económico para el año 2.009 no es alentador, ya que al ser un año de elecciones y de probables medidas monetarias importantes y de gran impacto en la economía, ya se siente la desconfianza; el compás de espera en las decisiones de compra; y en general un ánimo de ahorro y/o austeridad. Requeriremos un gran esfuerzo para lograr cumplir con los volúmenes de venta en todas las áreas de negocios, así como para mantener la rentabilidad de la empresa.

En el mercado automotriz en nuestro segmento, para el año 2009, se prevé una disminución en ventas de al menos el 30 %, de las ya disminuidas del año 2.008, lo que significará, de darse este evento, una disminución importante de nuestros volúmenes de ventas y consecuentemente de nuestra rentabilidad, Para contrarrestar este efecto continuaremos ampliando nuestros contactos con clientes actuales y potenciales; como siempre pondremos nuestro mejor esfuerzo para mantener las ventas y los resultados que nos hemos planteado en nuestros planes para el 2.009.

Reforzaremos nuestra gestión en las áreas de posventa y partes y accesorios, aprovechando la oportunidad de desarrollar nuestras ventas, debido a que preveemos que los clientes usuarios de nuestras marcas darán mayor atención al mantenimiento de sus vehículos, dado el alto precio de reposición. Continuaremos reforzando la comercialización de Vehículos Usados, que potencialmente tendrá mayor movimiento durante este año.



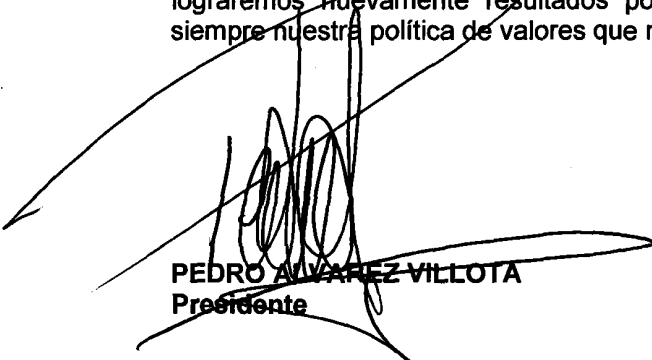
En el caso de Dior, dadas las circunstancias, auguramos un año de crecimiento pero no en la misma magnitud de años anteriores, basados en que afortunadamente contamos con un buen posicionamiento e imagen de marca en el mercado, además de un punto de venta directo acorde con la imagen y exigencias de Dior y una red de distribución bien atendida.

Es imperativo que la línea de maderas mejore su rendimiento, orientando sus ventas más a los clientes finales y menos a los intermediarios. Igualmente es sumamente importante que la fábrica Plywood normalice los abastecimientos de sus productos, además del apoyo de la fábrica Novopan en todas las gestiones necesarias para la capacitación técnica de las aplicaciones de sus productos a nuestros clientes y potenciales clientes; apoyos en gestiones de mercadeo, entre otras acciones.

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, George Maya; 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 2009 lograremos nuevamente resultados positivos para nuestra Empresa, manteniendo siempre nuestra política de valores que nos han permitido crecer.



PEDRO ALVAREZ VILLOTA
Presidente