

**PINFORME DEL APODERADO GENERAL
DE LA COMPAÑÍA C.A.G. MOYA BACA CIA. LTDA.
A LA JUNTA GENERAL SOBRE LA OPERACIÓN DURANTE EL EJERCICIO
ECONOMICO 2010**

Señores Accionistas reciban un cordial saludo. Me corresponde informarles que todas las acciones y actividades ejecutadas por esta administración han estado y están encaminadas al logro integral del "objeto social" de C.A.G. MOYA BACA CIA. LTDA. Definido en el estatuto vigente y en los reglamentos. Doy fe de su cumplimiento, lo cual es altamente satisfactorio.

ENTORNO ECONOMICO DEL PAIS

2010 fue un año de recuperación de la crisis internacional, con un precio del petróleo que se podría calificar como razonable y un aumento del déficit comercial no petrolero, luego del retiro de las protecciones arancelarias impuestas en el 2009. Por otro lado, al concluir el año, se ve que los empresarios confían en la situación de sus empresas pero poco en el curso del país. El déficit no petrolero alcanzó \$-6.144 millones hasta octubre de 2010, 55% más que un año atrás. Este continuará creciendo si el Gobierno no toma medidas correctivas y continua inyectando recursos vía demanda (vía gasto público, por ejemplo) sin complementar adecuadamente con políticas de oferta – orientadas a incentivar la producción y la productividad de las empresas. En 2010 mejoró la confianza empresarial pero hay dos lecturas "distantes", el índice de confianza empresarial (ICE) calculado por el Banco Central del Ecuador (BCE) subió de manera importante durante todo el 2010 (40.3% anual en noviembre) y ningún mes bajó. El ICE calculado por la consultora Deloitte & Touche aumento 12.5% anual en noviembre y presentó ciertos altibajos. Se destacó el sector comercial, con un incremento del 84% anual de las ventas acumuladas hasta noviembre. Este sector incluye grandes cadenas de supermercados, y todas aquellas empresas que comercializan productos.

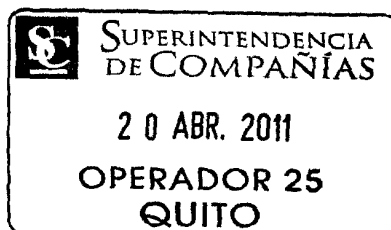
El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) es una de las variables que mejor define en el tiempo como fue el desempeño económico en un año. Para Ecuador el 2009 arrojó un PIB negativo de -1.8%, 2010 con 3.2%; en la experiencia histórica del país, ese nivel no es extraordinario, más bien se sitúa en la medianía: es bueno pero insuficiente para asegurar una expansión del empleo vigoroso y sostenible.

El desempleo podría llegar según el FMI en 2010 8.6%, menor al 2009 (9.1%), esto arroja una cifra de desempleados de 391.000, una situación estacionaria frente a años anteriores.

FINANCIERO

La inflación al consumidor en el Ecuador cerró 2010 en 3.3%, por debajo del nivel de 2009 (4.3%). Aunque el dato mencionado es el oficial, la realidad parece ser diferente al revisar la evolución precios de la canasta básica y otros productos importantes. Los bienes transables están anclados a la inflación estadounidense por medio de la dolarización y absorben los precios de los commodities a nivel internacional, excepto en los derivados del petróleo, que continúan subsidiados en el país.

La Tasa de interés promedio para crédito productivo corporativo bajo 9 puntos: base en diciembre 8.59% (máxima 9.33%), la tasa para préstamos empresariales cae 7 puntos base diciembre 9.47% (máxima 10.41%). La tasa para el crédito de consumo se mantiene en diciembre: 15.94%.



El sector financiero, que ha enfrentado volatilidad (año 2007: cambio de leyes, año 2008: altos beneficios, año 2009 crisis financiera mundial, año 2010: obligatoriedad de repartición de fondos), ha tenido que manejar depósitos y créditos con un comportamiento inestable, lo cual afecta directamente en los planes productivos del país. Tomando en cuenta las estadísticas oficiales, es visible que los bancos tienen una gran liquidez, pero no colocan su cartera de créditos en una proporción similar, como hacen los países vecinos de América Latina, donde han servido como palanca financiera para la reactivación productiva.

CONSTRUCCION

Según el Banco Central, en 2009 este sector creció 5.4% anual (menos de la mitad del 2008) y estima que en el 2010 creció 4.5% anual. Este sector tiene dos componentes: el público y el privado. Por el lado del público, el Estado ha invertido mucho en buenas obras viales, pero la inversión grande fue el 2008. Ya está acabando los puentes y las vías. Por otro lado, el privado, la inversión en vivienda no ha parado; además que la dolarización ha ayudado porque las casas no se deprecian. Otro dato importante es el apoyo del sector bancario y el financiamiento del IESS (ahora BIESS) que es el que más se está utilizando para vivienda. El subsidio de \$5.000 del BEV para casas de hasta \$60.000 es un buen incentivo y un factor importante para el mantenimiento del sector.

MANUFACTURERA

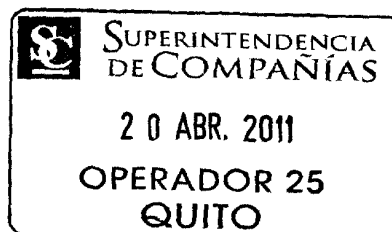
La industria manufacturera, después del comercio, es el sector que más aporta a la economía del país; La industria manufacturera se constituye en el ECUADOR como uno de los espacios de empleo directo de mayor repunte. Llegando a estar en los primeros lugares de sectores que más mano de obra emplean, luego del sector de alimentos.

Según algunas estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 25.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 100.000 lo hacen indirectamente.

Las exportaciones de manufacturas textiles han presentado un decrecimiento del 2% entre enero a mayo del 2010 con respecto al mismo período del año anterior. Aunque la reducción no es significativa, la preocupación radica, sin embargo, en el hecho de que la tasa de crecimiento promedio, es de 12,2%; es decir, 2,7 puntos por debajo del promedio del año anterior. En el caso de las microempresas textiles, cuyo comercio se desarrolla principalmente en las fronteras; esto es, en Huaquillas y Rumichaca, las ventas siguen siendo rentables debido a la gran demanda. Para esto, la clave está en capacitar a los trabajadores y lograr un productor de mayor calidad que pueda competir con éxito en el mercado internacional.

SECTOR AUTOMOTRIZ

Nuestra empresa está ligada íntimamente con este sector. Estadísticamente el sector crece a un ritmo similar que el de la economía y concuerda con los datos expuestos de crecimiento en el Entorno País.



En el año 2010, el sector automotor se recuperó notablemente con relación a 2009, año en el cual las ventas y la producción cayeron en 18% y 22%, respectivamente. Tres cifras lo confirman:

- Se vendieron alrededor de 125.000 nuevas unidades, 34% más que el 2009, según la estimación realizada por Market Watch.
- Entre Enero y Octubre de 2010, se produjeron en el país alrededor de 62.861 unidades, 42.3% más que en el mismo período e, incluso, 13% más en todo 2009.
- Hubo más financiamiento que otros años. La cartera del consumo de sistema financiero privado creció 22.4% anual hasta octubre, alcanzando \$5.176 millones, el mayor crecimiento de este segmento de crédito desde el 2007.

Así, 2010 fue un año record. Sin embargo, la producción nacional creció poco en comparación con el crecimiento de las importaciones de vehículos, que casi se duplicaron, perjudicando la balanza comercial ecuatoriana. Alrededor de 60% de la oferta total del sector son vehículos importantes.

Entre las provincias más importantes debido a su participación tenemos: Pichincha con 42.48%, Guayas 24.78%, Tungurahua 7.26% y Azuay: 7.14%.

Según la participación de mercado la marca Chevrolet es la primera del mercado con 40.82%, seguida de Hyundai 13.17%, Kia 8.33%, Nissan 7.19%, Mazda 6.56%, Toyota 6.23% entre los más importantes.

Dentro de este contexto nuestro mayor proveedor de productos, Continental Tire Andina (antes ERCO) y Erco Parts Trading S.A., disminuye su participación de mercado del 48% en el 2009 al 44%, debido a su paralización de producción por la huelga del comité de empresa por 80 días en los meses de junio a agosto.

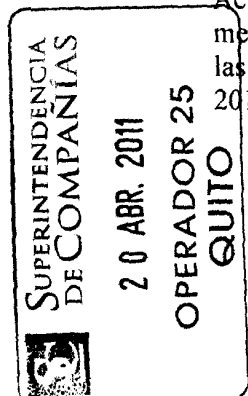
LA EMPRESA

ASPECTOS COMERCIALES

Durante el año 2010 la empresa mantiene el esquema de gestión comercial, que implica una división comercial que tiene a su cargo Tecnicentros, el área corporativa y de mercadeo dedicada al desarrollo de planes de acción destinados a cumplir los presupuestos y actividades planteadas a inicios del año en el Plan de Marketing.

Este plan mantuvo la filosofía de años anteriores: Crear una relación más cercana a los clientes a través de inteligencia de información. La atención a los clientes siguió siendo trascendental en la gestión del 2010, misma que fue evaluada con los permanentes programas de posventa que maneja la empresa a través del servicio de call center. Actualmente este servicio es operado y contralado internamente por el área de mercadeo. Se implementaron interesantes esquemas de incentivos dirigidos a mejorar las ventas y el trabajo en equipo. Se hicieron campañas comerciales puntuales durante el 2010, pero se destacan tres en particular:

1. En el mes de marzo se realizó la campaña "Los socios del Club de Mantenimiento corren con el mejor descuento", la cual otorgaba el 50% de descuento en los servicios propios Moya Baca. Por su impacto financiero se determinó un máximo de 15 días para este evento. El resultado fue un



incremento de US\$2000 de ventas de Club de Mantenimiento con relación al promedio del mismo año. Cabe mencionar que la estrategia comercial para esta campaña era lógicamente lograr una mayor fidelización por parte de clientes finales y recordar mayores beneficios a los socios actuales. Debido a su éxito esta campaña se ha mantenido en forma anual.

2. Desde el 15 de junio al 15 de agosto se lanzó la campaña promocional: "PROMOVERANO" que entregaba al consumidor una promoción en servicios en nuestro combo frenos (alineación, balanceo y ABC de frenos) por un valor de \$29,40 + i.v.a y además una promoción en llantas la cual otorgaba el plan 12 meses sin intereses con tarjeta de crédito. El objetivo era cerrar el círculo entre servicios y productos relacionados con la época de vacaciones. Las ventas no llegan a cubrir el punto de equilibrio, desafortunadamente fábrica entra en huelga y no se logró lo esperado. Con este tipo de campañas Moya Baca deja en claro que no es una empresa únicamente de venta de llantas, sino una empresa dedicada al mantenimiento vehicular.
3. En el mes de Diciembre se lanza la campaña "3X4" en llantas, la misma que tuvo un gran impacto en el mercado: se logra vender \$401.216, 13% de incremento con relación a Diciembre 2009.

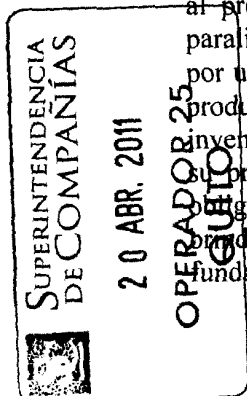
Todas estas actividades permitieron tener una tendencia estable en ventas, tanto en productos, como en servicios. Las unidades de llantas se incrementaron en un 7% con relación al año 2009 (30100 vs 28082 unidades) pero debo indicar que este resultado fue únicamente gracias a una venta especial realizada a la Dirección Nacional de Transito por parte del Departamento corporativo, lamentablemente no fue así con relación a nuestros tecnicentros. Las unidades de llantas disminuyeron en un 15% con relación al 2009, situación producida por la paralización de fábrica provocada por la huelga de trabajadores. El ajustado margen que manejan nuestros productos además de la presión de descuentos en el mercado hace que esta baja tenga un impacto importantísimo en los resultados de la empresa. Los comités mensuales de ventas que analizan toda esta información fueron claves en los resultados, ya que permitieron hacer ajustes y correcciones inmediatas y en el camino.

El año 2010 se puede resumir con acontecimientos que detallan a continuación:

En el primer trimestre las ventas estuvieron dentro del presupuesto manteniendo una tendencia estable en nuestros ingresos, resultados logrados por el apoyo de la campaña del Club de Mantenimiento.

En el segundo trimestre las ventas sobrepasan el presupuesto de ventas en un 7%, se incrementan ventas en tecnicentros debido a las campañas mundialistas de Continental y por corporativo realizando una buena gestión en licitaciones públicas.

En el tercer trimestre existió un decremento sustancial del 19% de ventas con relación al presupuesto 2010. El 3 de julio, la fábrica Continental Tire Andina sufre una paralización en su producción debido a la huelga ocasionada por el comité de empresa por un período de 80 días. En este trimestre el impacto de la escasez de neumáticos de producción nacional fue muy importante. Continental no cuenta en ese momento inventario remanente en producto nacional debido a que desde la huelga del 2009 toda su producción es vendida a la red de distribución, por lo tanto Moya Baca se ve obligada a adquirir llantas importadas las mismas que no suplantaron el volumen que vendía la llanta nacional en ventas corporativas y de tecnicentro. Otro factor fundamental para este trimestre es que la empresa perciba valores por conceptos de



cumplimiento de niveles muy inferiores a lo acostumbrados; montos que afectan significativamente a la rentabilidad de la compañía.

En el último trimestre del año existe un incremento importante debido a la venta especial a la DNT por \$762.500 (neto) con un resultado de 64% sobre el presupuesto trimestral. El mes de diciembre ayudó con este resultado debido a la promoción 3 x 4 de llantas con un 6% adicional al presupuesto. Hay que mencionar que después de los 80 días sin producción de Continental existió una escasez trascendental en neumáticos que afectó directamente a nuestra oferta. Para suplir la falta de inventarios y de portafolio se realizaron grandes esfuerzos con otras marcas y con proveedores alternos.

Todos estos sucesos dieron un resultado final que logró superar los objetivos planteados para el año 2010, mismos que hubieran podido ser muy superiores si no hubiera existido el problema laboral de Continental Tire Andina. A pesar de que saldo no fue negativo, el valor obtenido está por debajo de los índices aceptables para un negocio comercial del sector.

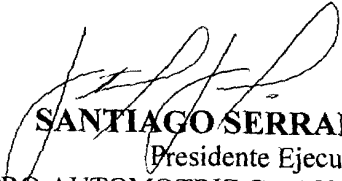
ASPECTOS FINANCIEROS

Este es el primer año fiscal que la compañía completa luego de la adquisición de la operación y distribución de productos Continental que se realizó a fines del año 2009.

A fin de dar cumplimiento a las exigencias de la Superintendencia de Compañías, me permito informar lo siguiente:

1. Se cumplió el 113,52% del presupuesto de ventas asignado al período fiscal 2010.
2. Se ha cumplido con las resoluciones de la Junta General de Socios de la empresa.
3. No han existido hechos extraordinarios en las áreas administrativa, legal y laboral.
4. La utilidad contable resultante calculada de acuerdo con las normas legales y tributarias (antes de participación de trabajadores) para el ejercicio fiscal 2010 es de US \$116,732.23 (Ciento dieciséis mil setecientos veintitrés, 23/100 dólares de US). Durante el período 2010 la empresa tuvo ventas netas por USD \$4.818.899,03 (Cuatro millones ochocientos dieciocho mil ochocientos noventa y nueve 03/100 Dólares de US).
5. Las perspectivas de la empresa hacia el año 2011 están enfocadas un crecimiento comercial de cobertura ampliando y reforzando los canales de subdistribución y de distribuidores asociados, y refrescando el esquema de servicio al cliente que manejan los tecnicentros propios.
6. No existe ninguna decisión importante respecto al patrimonio que valga la pena mencionar.

Atentamente.


SANTIAGO SERRANO MOYA
Presidente Ejecutivo
CENTRO AUTOMOTRIZ G. MOYA BACA CIA. LTDA.

