

**INFORME DEL PRESIDENTE EJECUTIVO
DE LA COMPAÑÍA C.A.G. MOYA BACA CIA. LTDA.
A LA JUNTA GENERAL SOBRE LA OPERACIÓN DURANTE EL EJERCICIO
ECONOMICO 2011**

Señores socios reciban con 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

2011 fue un año con un crecimiento económico importante: según CEPAL del 8% y del 6.5% según BCE; el más desde el año 2008: 7.2%. El precio del petróleo no sufrió ningún impacto y se lo podría calificar como razonable con relación al promedio de los años 2008 al 2010 con un promedio de \$73.7 dólares por barril. Se mantiene el déficit de la Balanza Comercial con un valor de \$1.800 millones de dólares con una ligera disminución con relación al 2010 del 6.8%, de todas formas el valor sigue siendo importante razón por la cual el gobierno tuvo que incrementar estrategias arancelarias como los impuestos especiales (bebidas alcohólicas, cigarrillos, etc.) a las ya establecidas en el 2010. En nuestro sector es importante mencionar el establecimiento de las licencias de importación.

El aumento de las exportaciones, en el primer trimestre del 2011, se explica no solo por las exportaciones petroleras; debido al aumento del precio del petróleo que bordea los 100 dólares el barril; sino, además, por el aumento de las exportaciones tradicionales de banano, camarón, flores, cacao, café, transporte, productos alimenticios, pescado, elaborados, productos cárnicos, productos minerales básicos, tanto metálicos como no metálicos. En los productos tradicionales se dio un aumento tanto de precios, como de volumen.

Por el lado de la demanda interna, en el período señalado, esta creció por el incremento muy fuerte de la inversión privada y sobretodo pública de 16,7% explorada según el BCE, por un aumento de esta en maquinaria y equipo (18,4%), construcción (12,1%) y productos metálicos y no metálicos (5,6%).

La inversión pública aumentó 64%, según el MCP, en el primer semestre de este año debido principalmente a la construcción de obras de infraestructura física y social. El mayor dinamismo interno se explica, además, por el crecimiento del consumo de las familias de 7,6% a causa del aumento del crédito del sistema financiero privado y público, así como aumento del salario real.

Este mayor ritmo de actividad económica ha generado efectos positivos en el mercado de trabajo. Según el Informe del Mercado Laboral del BCE, la tasa de empleo pleno aumentó 5,3% en junio de 2011 con respecto al mismo período del año anterior, lo que significó que la tasa de desempleo bajó 1,3% fijándose en 6,4%.

Esta tasa fue mayor en Guayaquil (8,5%) que en Quito (4,4%) y Cuenca (3,6%). Pero no solo el aumento es en el empleo, también se incrementó la renta primaria (ingresos) de los empleados de establecimientos de menos de 100 y más de 100 empleados. Se estima que la burocracia aporta fuertemente a estos índices.

INFORME DEL PRESIDENTE EJECUTIVO DE LA COMPAÑÍA C.A.G. MOYA BACA CIA. LTDA. A LA JUNTA GENERAL SOBRE LA OPERACIÓN DURANTE EL EJERCICIO ECONOMICO 2011
15 MAYO 2012
GUAYAS

La economía está mejorando, impulsada tanto por la demanda externa e interna, pero está generando presiones inflacionarias en US\$ (inflación anual a junio/10 de 3,3% contra 4,2% a junio/11) y deterioro de la balanza comercial no petrolera que deben ser controladas.

FINANCIERO

La inflación en el Ecuador cerró en 2011 en 5.5%, es decir mayor a la del 2010 que fue del: 3.44%. La tasa de interés promedio para crédito productivo corporativo rodeo el 8.59% (máxima 9.33%), la tasa para préstamos empresariales estuvo alrededor de 9.47% (máxima 10.41%). La tasa para el crédito de consumo se mantuvo en: 15.94%.

CONSTRUCCION

El sector de la construcción en Ecuador obtuvo durante el primer trimestre del 2011 el máximo crecimiento en ese periodo desde el año 2002. Llegó a crecer un 17.45%, encabezando así el crecimiento de los sectores que conforman el Producto Interno Bruto (PIB) del país.

Los factores que favorecieron a este crecimiento, según José Centeno, presidente de la Cámara de la Construcción de Guayaquil, fueron los **créditos hipotecarios** y los fideicomisos para los constructores, ya que, ayudaron a aumentar la demanda de vivienda y conseguir fondos para nuevos proyectos inmobiliarios.

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.

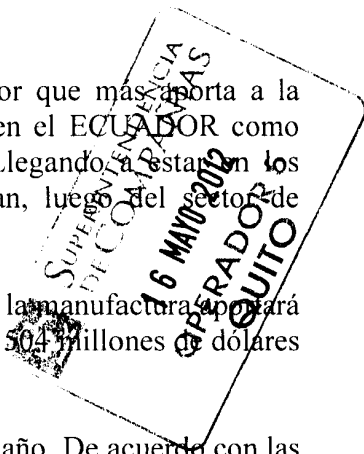
A la fecha del informe, el Banco Central del Ecuador prevé que la manufactura aportará con USD 5 919 millones en el Producto Interno Bruto, es decir, 504 millones de dólares más que lo alcanzado en el mismo periodo en 2010.

Esto representa según el BCE un crecimiento del 9,32% en este año. De acuerdo con las previsiones del BCE, el sector maderero con USD 649 millones, es el que más crecerá con un 14,6%. El PIB de 2011, que incluye sectores como el del comercio, las minas, la electricidad, la construcción y el de servicios, ascenderá a USD 65 145 millones

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 2011, el sector automotor incremento sus ventas en unidades de 131.113 (2010) a 139.592 esto da un resultado de variación positiva del 6.47%.



De acuerdo a la composición de la venta de vehículos se mantiene el liderazgo del ensamblaje local con 77.539 unidades (55.5%) contra 62.053 (44.5%) de importación, los datos del 2010 fueron 75.430 unidades (57.5%) versus 55.683 (42.5%) respectivamente.

Según la participación de mercado la marca Chevrolet es la primera del mercado con 40.58%, seguida de Hyundai 9.84%, Nissan 7.90%, Ford 5.95%, Kia 5.87 entre los más importantes.

Para el mercado de llantas 2011 podemos puntualizar los siguientes hechos relevantes:

- Mercado de reemplazo en crecimiento : +8%
- Aranceles estables : Livianos 0,63 /kg Pesado 0,83 /kg
- Crecimiento importaciones en el primer semestre
- Establecimiento Licencias de Importación: Septiembre
- Mercado vehicular estable y creciente
- Nuevas marcas asiáticas en el mercado de PLT.

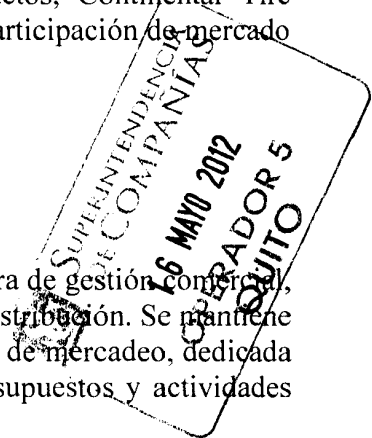
Dentro de este contexto nuestro mayor proveedor de productos, Continental Tire Andina (antes ERCO) y Erco Parts Trading S.A., mantiene su participación de mercado al 40% en el segmento PLT y con el 30% en el segmento CVT.

LA EMPRESA

ASPECTOS COMERCIALES

Durante el año 2011 la empresa empodera el esquema y estructura de gestión comercial, en el área corporativa adicionando una subdivisión para la sub-distribución. Se mantiene además el esquema en Tecnicentros apoyados totalmente al área 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 toda clase de clientes: finales, corporativos y sub-distribución con diferentes estrategias comerciales fue trascendental en la gestión del 2011. El segmento de clientes finales se midió permanentemente con los programas de recordación/fidelización vía sms, calificación de clientes por local a través de encuestas, buzón de sugerencias, evaluaciones mensuales con relación a las sugerencias propias de clientes, comités de ventas. También se desarrolló un nuevo canal de internet para compras en línea; y, para el segmento corporativo y sub-distribución se mejoró la atención mediante dos asistentes que realizaban seguimiento de proformas y mantenían un contacto más cercano con este tipo de clientes. Se implementaron interesantes esquemas de incentivos dirigidos a mejorar las ventas y el trabajo en equipo. Se hicieron campañas comerciales puntuales durante el 2011, 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 en US\$ del 25% en ventas del Club de Mantenimiento con relación al año 2010 (\$5014,08 vs \$3986.1). 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. De acuerdo a la nueva ley de “Control de poder del mercado” lanzada en octubre del 2011 se debió cambiar el objetivo del Club de Mantenimiento, que era otorga descuentos especiales en compras únicamente a socios, lo que actualmente es prohibido por la ley en mención. Para el año 2012 la campaña de Socios deberá ser rediseñada o suspendida.
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 \$33,33 + IVA y además una promoción 3X4 en llantas seleccionadas. El objetivo era cerrar el círculo entre servicios y productos relacionados con la época de vacaciones. Las ventas obtienen un incremento del 7% con relación al 2010 (\$525.905 vs \$490.675). 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 2010
4. Es importante mencionar también, que Moya Baca se apoyó en todas las promociones y campañas lanzadas por Continental para su red Ercotres durante el 2011.

Todas estas actividades permitieron tener una tendencia estable en ventas tanto en productos, como en servicios. A continuación estudio por divisiones comerciales de la empresa con relación al año 2010:

VENTAS DOLARES TOTAL

	2010	2011
CLIENTE FINAL Y OTROS	\$ 2'420,329.80	\$ 2'521,182.38
CLIENTE CORPORATIVO	\$ 2'258,178.46	\$ 2'417,735.56
CLIENTE SUBDISTRIBUCION	\$ 133,236.58	\$ 606,205.06
TOTAL:	\$ 4'811,744.84	\$ 5'545,123.00
INCREMENTO:	15%	

Las unidades de llantas se incrementaron en un 18% con relación al año 2010(28541 vs 33782 unidades) esto se debió a que mantuvieron estables las ventas en unidades de llantas en tecnicentros, se logró realizar la venta especial nuevamente a la Dirección

Nacional de Transito por parte del Departamento corporativo, y se dio un gran impulso al negocio de sub-distribución. En general su puede que la actividad mantiene márgenes muy reducidos: el producto de mayor participación (85%) llantas actualmente tiene una gran demanda y competencia con difíciles posibilidades de diferenciación. 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.

Todos estos sucesos dieron un resultado final que logró superar los objetivos planteados para el año 2011.

ASPECTOS FINANCIEROS

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

1. Se cumplió el 126.8% del presupuesto de ventas asignado al período fiscal 2011.
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 \$111,861.00 (Ciento once mil ochocientos sesenta y un, 00/100 dólares de US). Durante el período 2011 la empresa tuvo ventas netas por USD \$5.548.551,58 (Cinco millones quinientos cuarenta y ocho mil quinientos cincuenta y uno 58/100 Dólares de US).
5. Las perspectivas de la empresa hacia el año 2012 están enfocadas un crecimiento comercial de cobertura, ampliando y reforzando los canales de sub-distribución y de distribuidores asociados, refrescando el esquema de servicio al cliente que manejan los tecnicentros propios y en desarrollo de canales innovadores.
6. Respecto del patrimonio, durante el 2011 hubo una sesión total de participaciones por parte de la señora María Piedad Albuja a los demás socios de la compañía en el mes de marzo; no hubo otras gestiones respecto del patrimonio que se deban mencionar.

Atentamente.

SANTIAGO SERRANO MOYA

Presidente Ejecutivo

CENTRO AUTOMOTRIZ G. MOYA BACA CIA. LTDA.

