

Informe de Gerencia General Correspondiente al período comprendido entre el 1ro. de enero al 31 de diciembre de 2006

Por medio de la presente es de especial interés para la Gerencia General y la administración de la empresa poner a su consideración el informe correspondiente, mismo que refleja los puntos fundamentales de gestión durante el ejercicio económico del año 2006, señalando con especial énfasis la labor cumplida en las áreas comercial, financiera, procesos, auditoría y tecnología correspondientes al año 2006 y finalmente el presupuesto previsto para el año 2007.

El equipo humano de la empresa, su administración y los miembros del Directorio, reiteramos nuestra firme convicción de continuar con el crecimiento y tendencia positiva reflejada por Planautomotor. El año 2006, no fue un año sencillo, sin embargo luego de transcurridos 2 años 8 meses desde el inicio de la empresa, tenemos el convencimiento de haber efectuado una correcta administración del capital invertido por nuestros accionistas. De igual forma la Gerencia General, ha dado cumplimiento a las leyes y reglamentos que rigen a esta empresa como también a las disposiciones vertidas tanto por la Junta General de Accionistas como las señaladas por el Directorio.

Resultados Comerciales

Nuestro objetivo del año 2006 fue continuar con la consolidación de la marca ChevyPlan, los productos, la estructura humana y los procesos comerciales. De igual forma continuamos elevando la calidad de la información con el propósito de mejorar el monitoreo de resultados y proyecciones incorporando herramientas de gestión y evaluación mensual comparándolos con datos de la industria automotriz, los resultados de ventas de Chevrolet y el desempeño de nuestros competidores.

Iniciamos el año 2006 con una estrategia comercial con grandes desafíos y que incorporaba a los concesionarios como parte de integral la misma. Debemos recordar que durante los años 2004 y 2005, ChevyPlan salió adelante comercialmente pese a existir una participación pasiva por parte de los concesionarios Chevrolet. Los resultados en dichos años fueron representativos. Con una tendencia marcada positivamente en dichos años y especialmente con los resultados obtenidos en la venta de planes en el año 2005 (148% de crecimiento respecto de 2004), Planautomotor se planteó un crecimiento del 69% para el 2006. Este nuevo reto, lamentablemente no se cumplió. Apenas obtuvimos un 51% del objetivo trazado debió fundamentalmente a.- Reducción de la productividad de 2,52 planes (año 2005) a 2,20 planes por mes por asesor (año 2006); b.- Incorporación de apenas el 30% de los concesionarios a la estrategia comercial propuesta por ChevyPlan. Complementariamente, la falta de efectividad de la estrategia comercial con todos los concesionarios dio lugar a que ChevyPlan pierda participación en el mercado en las provincias en las cuales logró un posicionamiento interesante en el año 2005. ; c.- Mayor oferta comercial del sector financiero en extendiendo el plazo, reduciendo tasas de interés y bajando significativamente la cuota de entrada; d.- Finalmente el ruido negativo e infundado que se produjo en contra de uno de nuestros competidores que luego afectó a todas las empresas de compra programada en el país.

En contraste con estos antecedentes, vale la pena resaltar otros resultados comerciales positivos. En primer lugar es oportuno señalar que cuatro concesionarios Chevrolet fueron exitosos en la estrategia conjunta con ChevyPlan. Autolasa en forma particular superó el objetivo con el 197%. De igual forma se destacaron Anglo Automotriz, Vallejo Araujo y E. Maulme, siendo claros referentes para despertar interés en el resto de la red de concesionarios a finales del año 2006 y principios del año en curso. Otro de los elementos positivos fue el crecimiento del 86% en unidades adjudicadas (554) y del 87% en vehículos facturados (495). Se conformaron un total de 19 grupos acumulados y se retiraron apenas el 5% de los clientes pese a la fuerte campaña de desprestigio de las empresas que comercializamos planes de compra programada y que se hizo referencia anteriormente. Complementariamente y gracias al crecimiento comercial especialmente reflejado en la costa ecuatoriana y en particular en la ciudad de Guayaquil, el Directorio y la Gerencia General tomaron la acertada decisión de abrir un nuevo punto de soporte e información en la ciudad de Guayaquil. Finalmente y como dato relevante obtenido en base a información referencial del mercado de empresas dedicadas a la comercialización de planes de compra programada (ya que hasta el momento no existe una asociación o gremio), ChevyPlan cerró el año 2006 con un crecimiento de 10 puntos porcentuales en la participación en el mercado respecto del cierre del 2005.

Resultados Financieros

Planautomotor concluye con su tercer año de gestión con el ejercicio económico 2006. Los resultados durante los tres años muestran una tendencia favorable con pérdidas por \$545 mil, \$240 mil y \$13 mil en los años 2004, 2005 y 2006 respectivamente.

El ejercicio económico 2006 mejora respecto del resultado del año 2005 fundamentalmente por los siguientes factores: a.- crecimiento del 39% en ingresos brutos (77% del valor presupuestado); b.- incremento de apenas el 3% en el costo de ventas; c.- aumento del 22% en gastos fijos, de administración, marketing, depreciaciones y otros (21% menor a lo previsto en el presupuesto).

Los ingresos totales ascienden a \$1,586 mil y se lograron primordialmente por los siguientes rubros: cuotas de inscripción (47%), cuotas administrativas (18%) y comisiones por la compra de vehículos (15%). Un disciplinado control del gasto especialmente enfocado durante el segundo semestre del año permitió que el costo de ventas y los egresos con depreciaciones e impuestos sean 30% y 19% respectivamente inferiores al presupuesto.

El balance de la empresa continúa con un importante crecimiento. En el año 2005 los activos totales crecieron 4,5 veces respecto del año anterior mientras que en el 2006 crecen 2.3 veces en relación al año 2005 y alcanzan \$3,123 mil. De esta cifra el 96% corresponde a activos corrientes (caja, bancos e inversiones por \$2,874 mil; gastos anticipados y otras cuentas por cobrar \$138 mil) y el 3.5% restante son propiedades y equipo (\$71 mil) y otros activos por \$ 40 mil. Los pasivos alcanzaron a \$2,829 mil de los cuales el 33% corresponden al valor neto del fondo acumulado de asociados (Pasivo: Grupos no adjudicados \$4,467 mil; menos Activo: asociados adjudicados \$3,454 mil = \$ 1,013 mil), el 54% son cuentas por pagar por \$ 1,534 mil (vehículos adjudicados: \$ 1,111 mil; concesionarios: \$ 303 mil; reajuste de precios, contratos en tránsito y otros por \$ 120 mil) y finalmente el 10% son otros gastos acumulados y otras cuentas por pagar por \$ 282 mil.

El balance 2006 se cierra con un patrimonio de \$294 mil, como consecuencia del aporte de accionistas por \$1,099 mil y una pérdida acumulada desde el año 2004 de \$806 mil. Sobre la base de lo señalado y dado que las pérdidas acumuladas hasta el 31 de diciembre de 2006, no cabe recomendar destino alguno de utilidades. En cuanto a la cartera vencida de adjudicados, la empresa continua con índices satisfactorios cerrando su balance del 2006 con el 1,42%, es decir 29% mejor que el objetivo presupuestado.

Procesos y Auditoria

La empresa continúa con un crecimiento transaccional exponencial producto de la administración de clientes incorporados desde mayo de 2004, la recaudación de cuotas mensuales de asociados no adjudicados, el cobro de saldos deudores de asociados adjudicados y el servicio al cliente necesarios para atender más de 3.500 procesos mensuales individuales más sus respectivas derivaciones en requerimientos particulares y específicos.

Auditorias internas realizadas tanto por GME, por GMAS (General Motors Audit Services) y auditorias externas realizadas durante el 2006 han presentado informes que han contemplado recomendaciones. Varias de éstas han sido acogidas, resueltas y sobre todo se han tomado decisiones estructurales en el transcurso del año con el propósito de reducir, eliminar y prevenir riesgos potenciales. Las acciones ejecutadas se apalararon en función de las herramientas existentes y en base a planes de acción que incluyen fortalecimiento en la estructura humana de la empresa, la incorporación de nuevos procesos y los controles necesarios que permitan prevenir riesgos y eventos que vayan a la par del crecimiento de la empresa y sobre todo incorporando mejoras en los sistemas tecnológicos. Algunos procesos se automatizaron durante el 2006, sin embargo aún existen procesos especialmente relacionados con conciliaciones y aspectos contables continúan realizándose manualmente con niveles de riesgo que deben reducirse, eliminarse y por tanto deberán automatizarse e integrarse al nuevo sistema regional durante el año 2007 frente a un creciente volumen transaccional y a la necesidad vital de cuidar el correcto reflejo de resultados de la empresa en base mensual incorporando mecanismos de conciliación y verificación tecnológica.

Se han establecido planes de acción con los auditores internos y externos que deben cumplirse disciplinadamente durante el año 2007, con miras a mejorar continuamente tanto esquemas de control como en procesos de conciliación oportunos.

La administración tiene la firme convicción que con la nueva estructura ahora implantada en gran medida, podrá prevenir las dificultades y recomendaciones antes referidas y sobre todo preparar a la empresa para el crecimiento esperado en los próximos años.

Tecnología

Durante el 2004, 2005 y 2006 PlanAutomotor sustentó su operación sobre la base de sistemas no integrados y bajo la premisa de obtener a nivel local o regional una solución definitiva. En la actualidad la empresa cuenta con una solución local desarrollada en plataforma Microsoft misma que ha permitido respaldar parcialmente la operación del año 2005, 2006 y permitirá sostenerla durante el año 2007.

Complementariamente, PlanAutomotor conjuntamente con General Motors y la empresa Argentina EDS iniciaron en el año 2006 el desarrollo de la solución integral y regional citada en el informe de Gerencia General correspondiente al año 2005. Esta herramienta integra el conocimiento y prácticas tecnológicas de ChevyPlan Venezuela (GM Venezolana), ChevyPlan Colombia, GM Argentina y ChevyPlan Ecuador. El proyecto ha concluido su etapa de definición iniciando su etapa de construcción. La administración tiene la expectativa de concluir con su implementación para el último trimestre del año 2007. Esta solución robusta en varios aspectos deberá integrarse a módulos locales no contemplados especialmente relacionados con aspectos contables y prácticas propiamente locales.

Finalmente durante el primer trimestre del año 2007, se integrarán los sistemas de información centralizados en la Matriz de Quito hacia su principal oficina de información localizada en la ciudad de Guayaquil. Para finales del año 2007, se tiene previsto igualmente integrar a dos concesionarios como parte de un proyecto piloto que busca para el primer semestre del 2008 integrar a toda la red de concesionarios.

En cuanto a normas de propiedad intelectual y licencias de uso de soluciones tecnológicas, la empresa cuenta con los respaldos correspondientes sobre la normativa vigente en el país.

Capital

La empresa cierra su balance 2006 con un capital suscrito y pagado de \$ 1,099,998.00. El último aporte realizado por los accionistas fue consignado a finales del año 2005 e inscrito el 10 de febrero de 2006. El proyecto original, planteado a los accionistas, contemplaba aportes de capital por un total de \$1.309 mil durante los 3 primeros años, cantidad que no va a ser necesario completarla en vista del favorable flujo de caja que refleja la empresa y su sostenido crecimiento.

Es oportuno anotar que la pérdida acumulada en los años 2004, 2005 y 2006 suman \$ 806 mil equivale al 73% del capital suscrito y pagado y por tanto, de acuerdo a las disposiciones legales establecidas por Superintendencia de Compañías, es causal de disolución. Sin embargo tomando en consideración los siguientes aspectos: a.- la disposición disciplinada y conservadora tanto del Directorio como de la Junta de la empresa al resolver reflejar todas las pérdidas en los ejercicios correspondientes a los años 2004, 2005 y 2006 sin hacer uso de la facultad legal que admitía la amortización de gastos de puesta en marcha; b.- los resultados obtenidos que demuestran la tendencia que la empresa está en franco crecimiento y expansión. c.- el flujo de caja y capital de trabajo suficientes y crecientes; d.- la condición de ser una empresa nueva con apenas 32 meses de operación al 31 de diciembre de 2006, la Gerencia General de PlanAutomotor mantiene la recomendación a la Junta General de Accionistas, con las debidas explicaciones a las autoridades de control, por el momento **no** solicitar aumento de capital y continuar con el respaldo y confianza depositada en la administración de la empresa con el propósito de demostrar en los años venideros, como se lo ha hecho durante los años 2004, 2005 y 2006, que es una organización con resultados, grandes perspectivas y futuro para sus accionistas y en condiciones adecuadas para reducir las pérdidas acumuladas y generar utilidades en el corto plazo.

El Futuro de la Empresa

Pese a que el año 2006 fue un año complejo para la empresa en sus resultados especialmente en el ámbito comercial, la tendencia en logros financieros nos alienta para que el año 2007 solidamente levantemos los resultados comerciales por medio una nueva estrategia y un nuevo reto. Es por esto que planteamos crecer en el año 2007. Dentro de las cifras proyectadas más importantes se encuentran las siguientes:

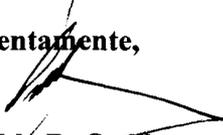
	<u>Presupuesto</u> <u>Base</u>	<u>Presupuesto</u> <u>Ajustado</u>
Ingresos:	\$ 2,518 mil	\$ 2,659 mil
Resultado del ejercicio:	\$ 70 mil	\$ 165 mil
Planes	1.886	2.062
Vehículos entregados:	734	741

Continuaremos nutriéndonos de la experiencia y aciertos de nuestros Accionistas en la administración crediticia por parte de Produbanco, el asesoramiento en asuntos de control interno y el sólido manejo de comercial la marca a través de General Motors del Ecuador y ahora el acierto de algunos concesionarios que son referente de éxito en su estrategia comercial con ChevyPlan.

Desde el punto de vista de la administración financiera de la empresa, para el año 2007, como lo hemos demostrado en años anteriores, anticipamos una política de gastos consistente con el presupuesto, porcentualmente ajustada a los ingresos, y que busque oportunidades de inversión tanto en el desarrollo del talento humano como en nuevas oportunidades comerciales.

Finalmente, extendemos nuestro agradecimiento a ustedes señores Accionistas por la confianza depositada en la administración de la empresa; a los miembros del Directorio por el tiempo destinado mes a mes aportando con sus valiosas ideas y visión; a los ejecutivos de Produbanco por su continuo apoyo especialmente en la aplicación de las mejores prácticas en el manejo del riesgo crediticio y procesos de compras; al equipo de auditoria de General Motors del Ecuador asesorándonos en pro de nuestro progreso y mejora; al Presidente del Directorio, Jorge Flores Kremer por su dirección y experiencia transmitida a la administración de la empresa y; al equipo humano de la empresa por su apoyo constante y permanente sin el cual todos estos resultados reflejados en el presente informe no hubiese sido posible alcanzar.

Atentamente,


Pablo D. Ordóñez
Gerente General