

Quito marzo 31, 2011

INFORME DE GERENCIA GENERAL TOYOCOMERCIAL S.A.

Señores Accionistas:

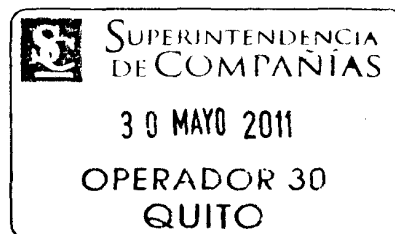
Dando cumplimiento a los Estatutos de la Empresa es grato para mí presentar a continuación el informe de Gerencia correspondiente al ejercicio económico 2010.

1. ECONOMÍA

En el año 2010, el crecimiento del país fue del 3.60%, influenciado por:

DETALLE	Influencia sobre el PIB		Tasas de crecimiento	
	2010	2009	2010	2009
Petróleo	15.5%	14.2%	- 0,60	- 3,30
Agricultura	6.4%	6.8%	2,70	1,50
Industria Manufacturera	9%	9.2%	3,60	- 1,50
Construcción	10.4%	10.6%	4,50	5,40
Servicios	52.7%	59.2%	5,40	0,90

Los países vecinos crecen más que Ecuador, Colombia según Cepal crece en 4% y Perú 8.6%. El gobierno para financiar su déficit fiscal, consiguió fondos del IESS y de China, los mismos que fortalecieron a la banca ya que la liquidez de estos desembolsos se mueve dentro del sistema. La deuda total del Gobierno creció de USD \$10,234 a \$13,338.



INGRESOS Y GASTOS SPNF SIN IEES (% pib)

	2007	2008	2009	2010	2011
INGRESOS	25,7	36,0	30,8	35,1	35,3
Petroleros	7,3	16,0	9,7	12,9	13,1
No Petroleros	17,1	18,2	19,5	20,1	20,3
Empresas	1,3	1,8	1,5	2,1	1,9
GASTOS	27,9	38,8	36,8	40,6	41,9
Corrientes	20,9	25,9	24,8	28,5	29,8
Capital	7,0	12,9	12,0	12,0	12,1
SALDO	-2,2	-2,8	-6,0	-5,4	-6,6
FINANCIAMIENTO	2,2	2,8	6,0	5,4	4,0
Deuda Externa	0,9	-1,0	2,2	1,6	1,6
Deuda Interna	-0,1	0,7	1,5	2,6	1,6
Depósitos/Fondos/Reserva	1,4	3,1	2,3	1,2	0,8

El Gasto del Gobierno ha crecido desde el 25.7% del Pib hasta un 40.6%, mientras el ingreso lo ha hecho solo del 25.7% al 35.1%, la diferencia tiene que ser financiada con incremento de deuda.

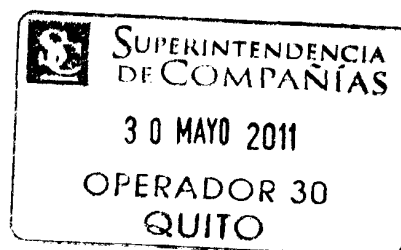
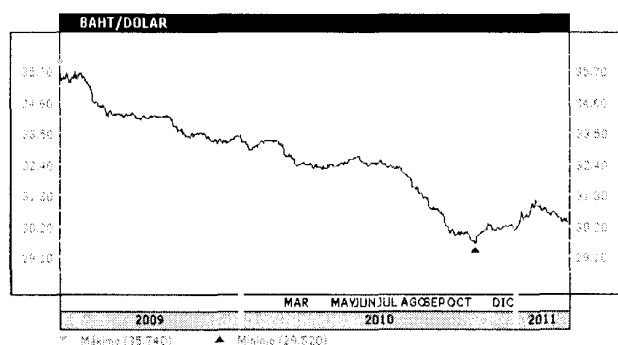
El exceso de liquidez en la economía provocó que la banca ecuatoriana incremente su financiamiento brindando mayores facilidades en plazo y tasas. Esto a su vez resultó en un incremento en las importaciones que indujo a un déficit en la balanza comercial.

Con el propósito de corregir este déficit, en diciembre el gobierno anuncio incrementos en aranceles y cupos de importación para el 2011, lo que provocó que las ventas de diciembre en el mercado automotor lleguen a casi 17,000 unidades en el mes.

El yen se apreció de 91 a 81 por dólar, disminuyendo la competitividad de los productos japoneses.



El baht se aprecio de 35.70 a 30.20 por dólar, provocando un crecimiento en los precio de los productos tailandeses.



La inflación ecuatoriana llego al 3.33%, mientras que la americana al 1.495% lo cual resta competitividad y productividad al país, además que el salario mínimo vital sube de USD\$254.20 a usd.279.85 (incremento del 10%), sin que haya crecido la productividad.

La reserva disminuye de 3,792 a 2,622 por lo que cualquier crisis por pequeña que sea provocará un atraso en los pagos con las consecuentes secuelas en la economía..

BALANZA TOTAL (Mill \$)

	COMERCIO	SERVICIOS	RENTAS	TOTAL
2005	758	-1129	-1941	-2312
2006	1765	-1324	-1950	-1509
2007	1823	-1371	-2047	-1595
2008	1371	-1641	-1600	-1870
2009	77	-1377	-1439	-2739
2010	-1300	-1500	-1320	-4120

CIFRAS MACROECONÓMICAS

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Inflación	4,36%	2,87%	3,32%	8,83%	4,44%	3,33%
Tasa Activa Dólares	8,60%	9,90%	10,70%	9,14%	9,19%	8,68%
RMILD	2.147	2.023	3.520	4.473	3.792	2.622
Deuda Externa Pública	10.851	10.215	10.633	10.089	7.392	8.673
Deuda Interna Pública	3.686	3.278	3.240	3.645	2.842	4.665
Deuda Externa Privada	6.387	6.884	6.839	6.790	6.071	5.043
Déficit fiscal	0,80%	0,80%	0,60%	-1,50%	-5,10%	0,33%
PIB	37,187	41,763	45,789	54,686	53,022	56,998 (E)
Crecimiento del PIB	6,00%	3,90%	2,49%	6,52%	0,04%	3,60%
Balanza Comercial	532	1.449	1.414	910	- 300	- 1.489
Exportaciones	10.100	12.728	14.321	18.511	13.799	17.369
Remesa emigrantes	2.653	3.049	3.200	2.924	2.495	2.324
Depósitos Bcos. Privados	6.815	7.912	9.142	13.171	14.036	19.365
Créditos al sector privado	8.496	9.966	11.395	14.299	14.222	17.926
Salario Mínimo Vital	174,89	186,60	198,26	233,13	254,20	279,85



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

30 MAYO 2011

OPERADOR 30
QUITO

2. SECTOR AUTOMOTOR

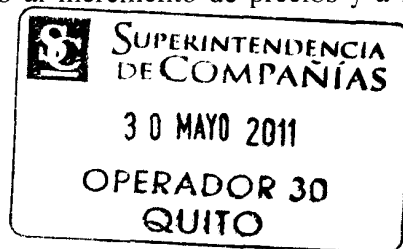
El precio del petróleo y el gasto del Gobierno apoyaron a la liquidez la misma que se reflejó en mayores créditos de consumo que incidieron positivamente en el mercado el que alcanzó la cifra de 130,000 unidades. En relación al 2009 tuvo un crecimiento del 41.36%.

MARCA	dic-08	Part.	dic-09	Part.	dic-10	Part.
GENERAL MOTORS	47.493	42,19%	40.185	30,72%	53.429	40,85%
HYUNDAI	13.167	11,70%	11.814	9,03%	17.241	13,18%
KIA	4.149	3,69%	5.432	4,15%	10.908	8,34%
OTRAS	13.307	11,82%	8.705	6,66%	9.975	7,63%
NISSAN	4.543	4,04%	4.930	3,77%	9.407	7,19%
MAZDA	10.416	9,25%	7.680	5,87%	8.589	6,57%
TOYOTA	10.360	9,20%	6.372	6,89%	8.159	6,24%
RENAULT	2.722	2,42%	1.802	1,38%	5.127	3,92%
FORD	2.452	2,18%	2.245	1,72%	4.105	3,14%
VW	1.287	1,14%	1.690	1,29%	2.560	1,96%
MITSUBISHI	1.865	1,66%	1.254	0,96%	985	0,75%
PEUGEOT	812	0,72%	418	0,32%	309	0,24%
TOTAL MERCADO	112.573	100,00%	92.527	70,74%	130.794	100,00%
TcM + concesionarios	5.841	9,55%	3.798	7,63%	4.932	7,29%

TOYOTA, bajó su participación del 6.89% al 6.24%, debido al incremento de precios y a falta de inventario en el primer semestre del año.

3. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

3.1 ESTRATEGIA CORPORATIVA



De acuerdo a las nuevas resoluciones tributarias del Anticipo Mínimo de Impuesto a la Renta se definió que Toyota del Ecuador facture directamente a Toyocomercial y así genere utilidades y cubra este anticipo. Tanto a Importadora Tomebamba como a Casabaca, se decidió pagar un porcentaje de las ventas por el uso de la marca.

La compañía continuó con su objetivo estratégico de INCREMENTAR LA CONFIANZA DE LOS CLIENTES siendo EL MEJOR ANFITRION, que consiste en:

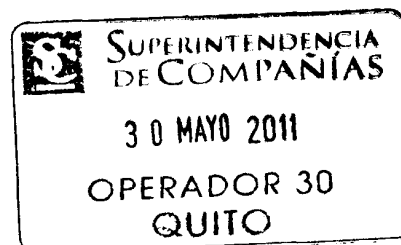
- Enfoque en el cliente: Experiencias de Calidad y Experiencias Apasionantes
- Personal motivado y capacitado.
- Procesos administrativos controlados, productivos, eficientes y eficaces y mejorados continuamente.
- Política de precio transparente cuyo objetivo es lograr que el cliente tenga mayor confianza

VEHÍCULOS

Los resultados de ventas han sido consecuencia de varias causas:

- TOYOTA no pudo despachar nuestros requerimientos de pedidos, provocando pérdida de ventas, a partir del segundo trimestre nuestros inventarios tienen un crecimiento a octubre 2010 mantenemos 24 días de inventario.
- Los precios de los vehículos tuvieron un incremento debido a la apreciación del yen.
- En el primer semestre se cubren ventas de años anteriores y se anticipan ventas por oportunidad
- El gobierno incrementó los aranceles a los vehículos híbridos dependiendo del cilindraje del automotor, provocando una caída en este mercado y por lo tanto reduciendo el mix de margen de vehículos.
- Los impuestos y aranceles aplicados a los vehículos híbridos en el segundo semestre provocó una caída en ventas de este producto.

CILINDRAJE	ARANCEL
0 a 2000 cm3	0% Ad Valorem
2001 a 3000 cm3	10% Ad Valorem
3001 a 4000 cm3	20% Ad Valorem
Mayores a 4000 cm3	35% Ad Valorem



Toyota del Ecuador en el 2010 inició sus estrategias en las siguientes variables:

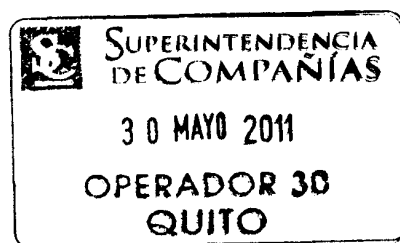
- Definir productos de volumen y generadores de rentabilidad.
- Campañas Promoción y Ventas de Fortuner 2.7, Prius, Highlander, Hilux, etc.
- Reforzar Imagen de Marca
- Continuación de campaña “Cero es 3”
- Implementación de la Academia de ventas Toyota
- Lograr administración eficiente de los inventarios en base a un dimensionamiento correcto del mercado

DETALLE	2007	2008	2009	2010	E 2011
TOTAL MERCADO	91633	112573	92527	130,794	105,000
CRECIMIENTO	2.8%	22.9%	-17.8%	41.4%	-19.7%
TOYOTA	7848	10360	6372	8,159	6,180
CRECIMIENTO	24.0%	32.0%	-38.5%	28.0%	-24.3%

El mercado crece en 41.4% llegando a la cifra record de 130.794 unidades y Toyota solo crece en el 28% por lo que pierde participación

Toyocomercial alcanza una venta de 3.448 unidades, superior en 672 a lo vendido en el 2009, pero este crecimiento es inferior aún al crecimiento de la marca Toyota. El motivo de esta baja es el incremento de precios de productos provenientes de Japón en especial automóviles debido a la revalorización del yen que para Toyocomercial representaban una importante venta.

	2007	2008	2009	2010	Diferencia	Variación
TcM Casabaca	2,555	2,850	1,858	2,310	452	24%
TcM ITSA	1,258	1,403	918	1,138	220	24%
Total TOYOTA	3,813	4,253	2,776	3,448	672	24%



• EVOLUCION DE TOYOCOMERCIAL

DETALLE	2006	2007	2008	2009	2010
Ingresos Totales	64.928	84.994	88.832	76.476	108.938
Unidades	3127	3813	4253	2914	3448
Margen vh	8,15%	7,04%	5,38%	4,93%	14,4%
Gastos/Ingresos	9,17%	8,18%	7,31%	8,70%	7,40%
No. Agencias	5	6	7	7	7

4. ANALISIS DEL NEGOCIO

Los ingresos alcanzaron la cifra de 108.9 millones de dólares y el margen de contribución fue del 14.4% lo que dio una cifra de 15.7 millones. Los gastos a su vez ascendieron a 8 millones y por el manejo de marca se canceló la suma de 5.5 millones. La utilidad neta antes de impuestos de 2.3 millones fue suficiente para cubrir el impuesto mínimo señalado en la Ley.

El total de Activo fue de 17.6 millones gracias a una importante baja de inventario en diciembre debido al anuncio de cupos e incremento de aranceles por parte del Gobierno.

El ciclo de caja gracias a la alta venta de diciembre fue de 59 días de los cuales 29 fueron de cuentas por cobrar y 10 de caja. Los días de inventario terminaron diciembre en cifras inferiores a las presupuestadas.

De acuerdo a lo previsto el activo fue financiado con deuda a los accionistas de 54 días y la diferencia con el patrimonio final que se vio incrementado gracias a la utilidad del ejercicio. De esta deuda Casabaca participó con el 82%, mientras que Importadora Tomebamba financió solo el 18% debido al mecanismo de venta de cartera a esta última.

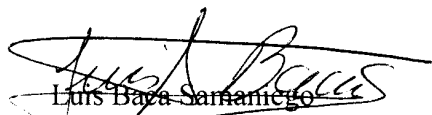
5. PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO

Conforme a la decisión de los señores accionistas, la Empresa se fusionará con Casabaca con el objetivo de que esta última refleje cifras acordes a su participación de mercado en Quito, así como para disminuir el contingente que la Toyocomercial tiene por el impuesto mínimo. Cabe señalar que Toyota

ha anunciado restricción de envíos debido al terremoto y tsunami, esto sumado a la fuerte apreciación del yen y del baht complicarían los resultados de la Empresa.

Quiero agradecer al Directorio por su gran apoyo y aporte durante estos años y también al gran equipo de ejecutivos y colaboradores que han sido piedra angular en los buenos resultados de Toyocomercial.

Atentamente,


Luis Baca Samaniego
Gerente General

