

152056

Quito abril 24, 2007

INFORME DE GERENCIA GENERAL AÑO 2006

Señores Accionistas:

Dando cumplimiento con los Estatutos de la Empresa es grato para mí presentar a continuación el informe de Gerencia General correspondiente al ejercicio económico 2006.

1. ECONOMÍA

Nuestro país tuvo un crecimiento del 4.3%, acompañado de un desacelero consistente de la inflación.

Debemos destacar que la deuda del sector público tuvo una reducción paulatina tanto interna como externa.

SUPERINTENDENCIA DE CIAS
DIVISION INFORMATICA
C 2 MAYO 2007
Ivette Ibarra

DATO ECONOMICO	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Inflación	22%	9.36%	6.07%	1.95%	3.13%	2.87%
Tasa Activa Dólares (a fin de período)	16.4%	12.8%	11.7%	8.0%	8.6%	9.9%
RMI	1,074	1,008	1,160	1,437	2,147	2,023
Deuda Externa Pública	10,987	11,337	11,337	11,484	11,059	10,851
Deuda Interna Pública	2,801	2,771	3,016	3,489	3,686	3,278
Deuda Externa Privada	3,038	4,899	5,272	6,151	6,387	6,143
Déficit fiscal (relación PIB)	-3.2%	0.6%	-1.1%	-0.1%	0.8%	0.3%
PIB (nominal)	21,250	24,899	28,636	32,636	36,489	40,892
Crecimiento del PIB (real)	5.3%	4.3%	3.6%	7.9%	4.7%	4.3%
Balanza Comercial	-302	-969	-59	444	912	1,148
Exportaciones Totales	4,678	5,036	6,004	7,553	9,825	12,363
Exportaciones Petróleo	1,722	1,839	2,372	3,899	5,397	6,914
Exportaciones otras	2,956	3,197	3,632	3,654	4,428	5,449
Remesa emigrantes	1,415	1,432	1,540	1,604	1,741	2,100
Créditos al sector privado	5,654	5,154	5,667	6,815	8,496	9,966
S.M.V.	125.45	138.29	158.10	166.10	174.90	186.60

En el período de la dolarización la economía ha tenido un importante crecimiento y el sector externo ha tenido mucha trascendencia. Las exportaciones sin petróleo en el 2006, son superiores al total de exportaciones del 2002.

Estos resultados positivos se deben a varios factores: confianza en el sistema, precio del petróleo (en promedio el precio por barril subió de USD. 41 en el 2005 a USD. 52 en 2006), dinamización de exportaciones no petroleras, aumento constante de la inversión extranjera directa y expansión constante de las remesas enviadas por emigrantes.

El sistema financiero ha incrementado su colocación de crédito para el sector automotor, con lo cual nos beneficiamos con el crecimiento de ventas.

A finales del periodo y por la desconfianza al nuevo gobierno, las tasas de interés tienen un incremento.

2. SECTOR AUTOMOTOR

El 2006 el mercado creció en 7,9% con lo que las ventas casi llegan a 90 mil unidades, alcanzando un record histórico.

	2005	Part.	2006	Part.
GENERAL MOTORS	37,594	45.52%	39,855	44.70%
HYUNDAI	9,436	11.42%	9,514	10.67%
TOYOTA	6,713	6.92%	6,328	7.10%
MAZDA	5,343	6.47%	7,503	8.41%
KIA	3,449	4.18%	3,029	3.40%
VW	3,371	4.08%	1,840	2.06%
NISSAN	3,057	3.70%	3,024	3.39%
RENAULT	1,504	1.82%	2,030	2.28%
MITSUBISHI	1,234	1.49%	1,958	2.20%
No reportadas	2,478	3.00%	2,021	2.27%
OTRAS	9,413	11.40%	12,067	13.53%
TOTAL MERCADO	82,592	100.00%	89,169	100.00%
TcM	2,832	3.43%	3,127	3.51%

TOYOTA en este año creció más que el mercado y ganó poca participación en relación al año anterior pasando de 6.92% a 7.10% debido a la falta de provisión de vehículos por parte de TMC.

3. ANÁLISIS DE LA EMPRESA

3.1 ESTRATEGIA CORPORATIVA

El objetivo mundial de TOYOTA y el nuestro sigue siendo llegar al 15% de participación en el mercado automotor antes del 2010.

Para cumplir con esta meta retadora, la compañía ha definido su objetivo estratégico INCREMENTAR LA CONFIANZA DE LOS CLIENTES utilizando la estrategia de ser EL MEJOR ANFITRION, que consiste en:

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

VEHÍCULOS

	2005	2006	Diferencia	Incremento
Mercado	82,592	89,169	6,577	7.96%
TOYOTA	5,713	6,328	615	10.76%
TcM	2,832	3,127	295	9.43%
Participación TcM/Mercado	3.43%	3.51%		

Los resultados de ventas han sido consecuencia de varias causas:

- TOYOTA en este año no pudo despachar nuestros requerimientos de pedidos, provocando perdida de ventas.
- TOYOTA nos entrega camionetas solo finales de año, por lo que en este segmento nuestras ventas no alcanzaron su potencial real.
- Equipo de ventas consolidado.

En 2006 TcM se benefició de las ventas de SUV creciendo en 227 unidades en relación al año pasado, y este segmento de mercado tiene una participación del 5.75%. Las camionetas también crecen en 199 unidades a pesar de que TOYOTA no nos ha proporcionado las unidades necesarias para satisfacer la demanda.

En el segmento de automóviles TcM perdió participación, la baja se debe a que: se incrementó el precio del Corolla y ya no hubo venta de taxis.

SEGMENTO	TcM		
	2005	2006	Dif.
Nitro	400	468	68
Yaris	147	107	-40
Corolla	802	644	-158
Otros	6	0	-6
Taxis	197	31	-166
Pasajeros	1552	1250	-302

SEGMENTO	MERCADO		TcM			PARTICIPACION	
	2005	2006	2005	2006	Dif.	TcM / MERCADO 2005	TcM / MERCADO 2006
Pasajeros	37,887	41,367	1,380	1,250	-101	3.64%	3.02%
Suv	12,459	15,372	657	884	227	5.27%	5.75%
Pick up	17,755	18,941	757	956	199	4.26%	5.05%
Van	2,069	1,595	38	35	-3	1.84%	2.19%
Camiones y buses	6,241	5,913	-	2	2	0.00%	0.03%
Otros	6,181	5,981	2,832	3,127	295	45.82%	52.28%
GRAN TOTAL	82,592	89,169	2,832	3,127	324	3.43%	3.51%

• **MERCADEO**

Años	2005	2006
Tráfico (TcM)	34,537	42,134
Cierre	7.80%	7.30%
ISC	84%	88%
Inventario Vehículos (TcM)	8,806,993	7,615,226
Publicidad (TcM)	525,494	608,581
Valor de regalos que incluye en publicidad	261,104	509,434
Regalos / No. unidades	92.20	162.91
Eventos	25	25

- El cierre mientras tanto es el reflejo del tráfico versus el posicionamiento de marca y atención al cliente, el mismo que bajamos del 7.8% al 7.3%, esto nos puede indicar que no todos los clientes que visitan nuestra empresa pertenecen a nuestro segmento de mercado objetivo y también es un reflejo de la falta de inventario.
- Vemos ya el fruto de nuestra estrategia "Ser el Mejor Anfitrión", ya que el ISC sube de 84% al 88% en el 2006.
- En 2006 se ha gastado en regalos para clientes USD. 162.91 por vehículo en relación al año anterior que fue USD. 92.20.
- El equipo de ventas ha logrado consolidarse y capacitarse en los nuevos modelos TOYOTA.

• **CICLO DE CAJA**

CICLO DE CAJA	2005	2006
DIAS DE CAJA BCOS	2	9
DIAS DE CXC	37	32
DIAS DE INVENTARIO	21	23
DIAS DE INVENTARIO CONSIG	44	24
TOTAL ACTIVO	105	88
DIAS DE PASIVO OPERACIONAL	75	74
DIAS DE INVENTARIO CONSIG	44	24
TOTAL PASIVO	120	97
DIFERENCIA A FINANCIAR	-14	-9
DIAS CB	98	81
DIAS ITSA	73	80

En el 2006 se ha mejorado el ciclo de caja, logrando cubrir con los proveedores puntualmente, debido al crecimiento de ventas y a la baja de stock a consignación.

• **OTROS GASTOS E INGRESOS FINANCIEROS**

DETALLE	2005	2006
MOVIMIENTO FINANCIERO	167,896.46	344,970.91
Ingresos financieros	203,792.68	418,267.86
Gastos financieros	35,896.22	73,296.95

En el 2006 TcM logro vender cartera a Importadora Tomebamba por un total de USD.14'390,459.30, lo cual produce un ingreso adicional de USD. 116,812.97 a la cuenta de ingresos financieros. Además en este año se incluyeron los ingresos por comisión e inscripción de créditos por USD. 153,556.91. Los intereses normales y de mora por la cartera dejaron un ingreso de USD. 139,790.25.

En los gastos financieros el rubro mas importante es el descuento a clientes por USD.44,431.33. En 2006 se tuvo que enviar a perdida el caso del señor Caicedo Paladines Hugo, por un valor de USD. 20,634.

4. RESUMEN DE HECHOS RELEVANTES

ECONOMIA

- La inflación baja del 3.13% al 2.87%
- Baja la deuda publica tanto interna como externa
- Estabilidad financiera y de consumo gracias al precio del petróleo, remesas y a la estabilidad de la moneda.
- El crecimiento del PIB baja en relación al año anterior del 4.7% al 4.3%
- La tasa de interés se incrementa por razones políticas.

MERCADO Y VENTAS

- El mercado crece en el 7.9%, y la marca sube su participación.
- Toyota Motor Corporation en este año no cumplió satisfactoriamente nuestros requerimientos de pedidos, provocando perdida de ventas, sobre todo en camionetas.
- Las participación de mercado de TcM llega al 3.51%.
- Lanzamiento de los nuevos modelos del Nitro, Yaris, Fortuner, Rav y Hilux en el mes de diciembre.
- Se incrementan tráfico de 34,537 a 42,134.

Descripción	2005	2006
Ventas del Mercado Automotor (unidades)	82,592	89,169
Ventas TcM (unidades)	2,832	3,127

PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2007

La preocupación sobre las políticas económicas y fiscales que tomará el nuevo gobierno provoca inestabilidad.

Se estima un mercado de aproximadamente 83.000 unidades, cifra que podría tener variaciones importantes dependiendo de la política gubernamental.

La creación de Toyota del Ecuador S.A. para consolidar a la marca TOYOTA en un solo distribuidor, brindará nuevas oportunidades de crecimiento. Nuestro balance se vera beneficiado ya que el inventario será manejado por esta compañía. Toyocomercial llegará a una participación del 10% en Quito.

Al igual que en años pasados, nuestra estrategia continuará siendo ser EL MEJOR ANFITRION, enfocado en el objetivo estratégico de Incrementar la Confianza de Nuestros Clientes, con el propósito de afianzar la marca TOYOTA en la mente del consumidor.

Con estos supuestos prevemos ingresos por 69'998,000: -vehículos 68'820,000; -usados 130,000; - accesorios 350,000; - otros ingresos 698,000 y un Margen de Ventas del 7,41%. Nuestros gastos operacionales llegarán a 6'452,000 y un ingreso financiero por 372,000. Como consecuencia la pérdida total será de 47 mil.

Adjunto al presente informe un cuadro del presupuesto para el año 2007.

5. COMENTARIO FINAL

Agradezco al Directorio de la Empresa por sus buenos consejos y colaboración, así como a todos los ejecutivos y compañeros que formamos, por el gran esfuerzo desplegado.

Señores accionistas, muchas gracias por su confianza.

Atentamente,



Diego Baca S.
Gerente General