

INFORME DEL GERENTE DE LA COMPAÑÍA CINASCAR DE ECUADOR S.A SOBRE LA OPERACIÓN DEL EJERCICIO ECONOMICO 2009

Dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo vigésimo séptimo literal (h) de los estatutos presentando a consideración de los señores miembros de la Junta General el informe de labores correspondiente al ejercicio económico del año 2009.

ENTORNO MACROECONÓMICO

Para el cierre del 2009 la tasa de interés activa alcanzó el 5.24% con una inflación del 4,3% anual. Afectando el sector financiero del país que tuvo que reducir sustancialmente el aporte de créditos a los diferentes sectores económicos del país, afectando notoriamente el desarrollo del sector automotriz.

Al finalizar el año 2009, el desempleo ha tenido un leve crecimiento ubicándose en el 7,90%, producto de las dificultades presentadas en las diferentes industrias.

El salario básico unificado fue de \$240 a diciembre de 2009.

Con relación al riesgo país a Diciembre de 2009 se ubica en 867 puntos básicos, lo que representa una percepción de alto riesgo de la inversión en el país, continua siendo alto comparado con el promedio de la región que alcanza los 550 puntos básicos.

En relación con el sector automotriz, al que pertenece **CINASCAR DE ECUADOR S.A.** a pesar de los diferentes eventos político-económicos que afectaron las ventas principalmente en el primer semestre del año, por efectos de tipo impositivo como el ICE, se logró recuperar el proceso de ventas en el segundo semestre y de esta manera permitió que las ventas globales del sector se mantuvieran a los mismos niveles del 2008.

ANÁLISIS DE LA OPERACIÓN

Cinascar de Ecuador S.A. para el año 2009 luego de una depuración de concesionarios afronta en el primer semestre una caída en las ventas y un exceso de inventario producto de una crisis en el sector, generada por las cuotas de importación fijadas por el gobierno. Igual, el gobierno impone un nuevo arancel como salvaguardia del 10% aunado a las dificultades mundiales en el sector automotriz y los aprietos en la económica mundial en general.

Una vez liquidado el exceso de inventario, Cinascar consolido su portafolio de marcas y modelos para pasar al 2010 ya con una compañía re-estructurada en términos de productos para el mercado.

En el segundo semestre del 2009, Cinascar con una reestructuración administrativa inicia un proceso de saneamiento de la cartera. Establece nuevos procesos y con nuevo departamento de auditoria interna se montan controles en cada una de las áreas de riesgo.

Se cierra en Mayo las operaciones en la sede del Norte y se consolidan todas las operaciones administrativas en la sede de Eloy Alfaro generando ahorros importantes en la operación. Se refuerzan las areas de servicio y repuestos para generar la confianza necesaria en nuestro clientes y futuros clientes.

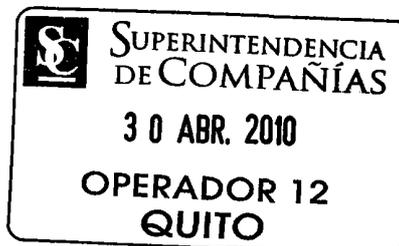
Con 3 salas propias en Quito y 5 concesionarios autorizados Cinascar termina en el 10 puesto en la industria automotriz y numero uno en importados de origen Chino.

OBSERVACIONES SOBRE PRODUCTOS, MERCADO Y COMPETENCIA

Nuestros productos son vehículos automotores de fabricación china.

Los automotores chinos han llegado a un nivel de calidad que les permite competir a nivel internacional, llegando al cierre del año 2009 a ser el principal productor de vehículos a nivel mundial.

Las marcas que representamos actualmente son 4 y provienen de las mejores plantas ensambladoras de China: Chery, Zotye, Zx Auto y Saic Wuling.



Cinascar, con los 20 años de experiencia de nuestra matriz Hyundai Colombia Automotriz S.A., brinda un total respaldo en repuestos y servicio; cada vehículo se vende con una garantía de 2 años o 50,000km.

El mercado automotor ecuatoriano está en franca recuperación luego de la ligera caída que experimento en el primer semestre del año y cerró el 2009 en 89.700 unidades.

Nuestro actual portafolio de productos nos hace prever que podemos recuperar el 1,5% de participación mercado, cifra que ya alcanzamos en el año 2008.

Hemos emprendido un plan de mejoramiento en nuestros procesos para diferenciar nuestro producto de los competidores chinos y buscar competir codo a codo con marcas de gran trayectoria en el país como General Motors, Mazda, Toyota, Renault, etc.

Nuestra diferenciación principal será el precio pero sin dejar de lado un servicio postventa de calidad que brinde confianza y respaldo al cliente.

ESTRATEGIAS COMERCIALES

La estrategia comercial que ha adoptado Cinascar está enfocada en tres pilares importantes:

- Posicionamiento de imagen de marca y producto
- Ampliación de la red de distribución
- Manejo de un completo portafolio de producto

El objetivo principal, tal como se mencionó anteriormente será alcanzar un 1,5%.

ESTRATEGIAS FINANCIERAS

Para el cierre del 2009 la estrategia de financiación se enfoco en la apertura de cartas de crédito a través de la casa matriz en Colombia con el fin de economizar costos financieros que en Ecuador son bastante altos.

Por el lado comercial, la cercanía con la banca privada ha ayudado a mejorar las condiciones de financiamiento lo cual ha impulsado las ventas para el cierre del 2009. Los bancos como aliados estratégicos han soportado la gestión comercial de la operación.

EN EL 2009

Para finales del 2009 la compañía cuenta con 3 salas propias en Quito y 5 concesionarios ubicados en las principales ciudades del país, tales como Quito, Guayaquil, Ambato, Loja y Santo Domingo.

Se espera para el 2010 la apertura de Salas Propias siendo Guayaquil la plaza escogida para el inicio de este plan y concesionarios en Cuenca, Machala e Ibarra.

Las 574 unidades vendidas en el año ubican a Cinascar dentro de las 10 principales empresas automotrices del Ecuador con una participación del 0,7%.

Para ustedes respetados accionistas, en nombre de la Presidencia y mío propio, expresamos nuestra profunda gratitud por su permanente apoyo y confianza y por la motivación que nos impulsa a continuar con eficiencia y dinamismo en la ruta de progreso que se ha impuesto la Compañía.


PAOLO LIGNAROLO
GERENTE GENERAL

