

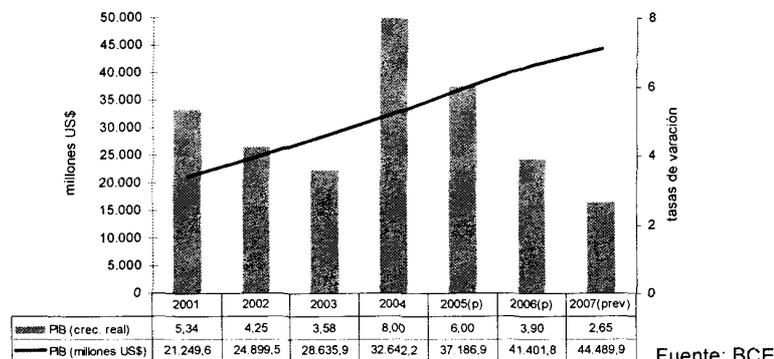


INFORME DE LA GERENCIA GENERAL

EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA DURANTE EL 2007

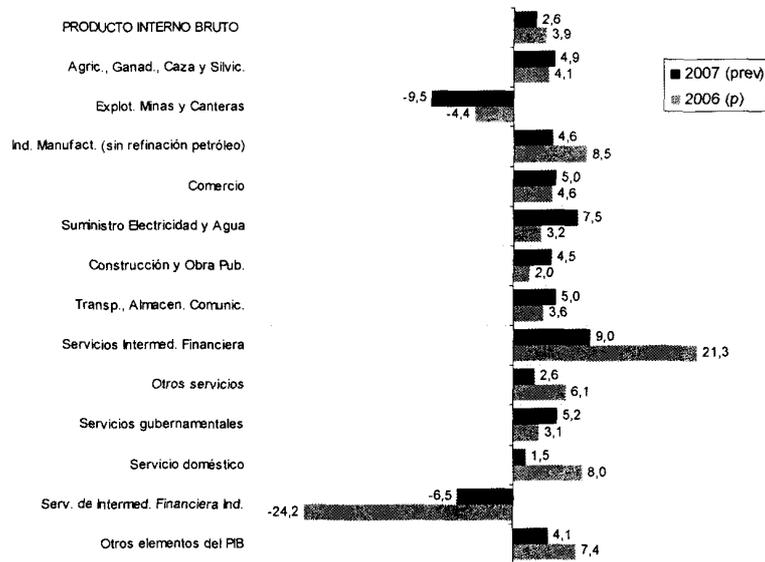
La actividad económica, medida a través de la evolución del Producto Interno Bruto (PIB), registró una de las tasas más bajas de crecimiento en el 2007, en comparación con el último quinquenio, alcanzando un variación de 2,6%. La desaceleración del crecimiento estuvo dada fundamentalmente por un mal desempeño del sector petrolero, tanto por los problemas operativos del sector como por las múltiples paralizaciones en la región amazónica.

Gráfico 1: EVOLUCIÓN DEL PIB
En US\$ millones y tasas de crecimiento real



Los sectores que sustentaron el crecimiento registrado en 2007 fueron los no petroleros, como Comercio, Construcción, Industria Manufacturera, Agricultura y las actividades relacionadas con servicios, como se observa en la Gráfica 2. Este incremento fue estimulado principalmente por el consumo de los hogares, el cual presentó una tasa de crecimiento real del 6% en el mismo año.

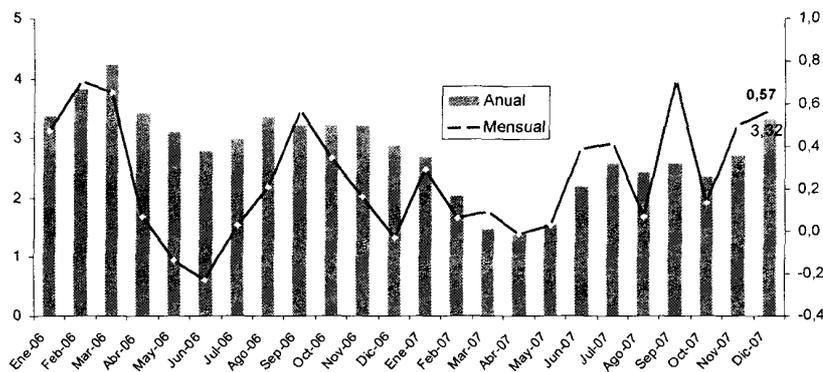
Gráfico 2: EVOLUCIÓN DEL PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD
En tasas de crecimiento real



Fuente: BCE

En cuanto a la evolución de los precios al consumidor, expresado por la tasa de inflación, en términos anuales se ubicó en 3,32%, el mayor porcentaje alcanzado durante el 2007. El alza en los dos últimos meses del año se debió al crecimiento de precios en los grupos de *Alimentos y Bebidas no Alcohólicas*, por el incremento a nivel internacional de los precios de algunos productos, como leche, arroz, trigo, entre otros.

Gráfico 3: INFLACIÓN ANUAL Y MENSUAL
En tasas de variación



Fuente: BCE

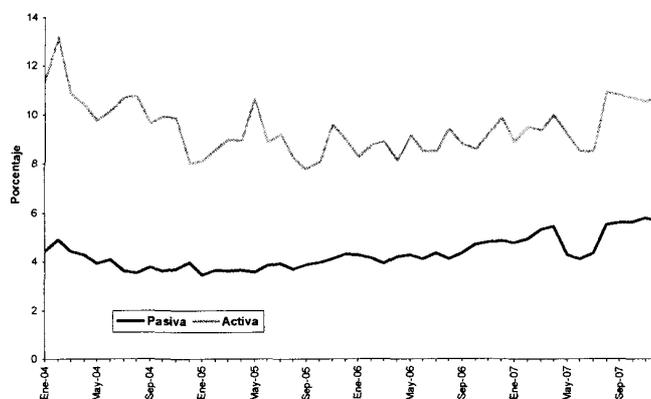
Por otra parte, la tasa de desempleo presentó una disminución en los últimos meses del año, llegando al 7,5% en octubre de 2007 última medición, una de las más bajas desde diciembre de 2002. Sin embargo este aumento en el empleo se ha concentrado en el sector informal principalmente. Es importante señalar que han existido cambios

metodológicos en la medición de este indicador, lo cual también podría haber tenido un efecto en las cifras presentadas.

En julio de 2007 el Congreso Nacional aprobó la *Ley de Regulación del Costo Máximo Efectivo del Crédito*, donde se establece principalmente que la tasa de interés máxima que podrá cobrar cada segmento financiero será la correspondiente al promedio del sistema, más dos desviaciones estándares. Adicionalmente la ley prohíbe los cobros de tarifas que no impliquen la prestación de un servicio, así como los cargos por servicios no aceptados por los clientes; además que los acreedores no podrán cobrar comisiones por operaciones crediticias, ni aplicar comisión o cargo alguno a los pagos anticipados que efectúen sus deudores en los casos en que la tasa de interés pactada sea reajutable.

Sin embargo al analizar tanto la evolución de la tasa de interés como de los resultados de los Bancos, se observa que hasta finales de 2007 no se cumplió el objetivo del actual gobierno de disminuir el costo del crédito en el sistema financiero, más bien se observa el traslado de costos por comisiones bancarias hacia la tasa de interés, inclusive con una tasa implícita mayor en comparación con el 2006.

Gráfico 4: TASAS DE INTERÉS REFERENCIALES NOMINALES



Fuente: BCE

Cuadro 1: RESULTADO SISTEMA BANCOS
En US\$ miles

	Dic-06	Dic-07
Cartera de Crédito (Bruta)	6.789.545	7.570.741
Intereses en Cartera de Crédito	616.187	807.614
Comisiones Ganadas en Cartera de Crédito	149.036	117.226
Provisiones en Cartera de Crédito	152.878	151.767
TASA IMPLÍCITA	11,3%	12,2%

Fuente: Superintendencia de Bancos

Respecto al sector externo, durante el 2007 se mantuvo una balanza comercial positiva de US\$ 1.268 millones, sustentada en las exportaciones petroleras. En efecto las exportaciones totales alcanzaron US\$ 13.852 millones, de las cuales aproximadamente el 60%, fueron petroleras. Sin embargo es importante mencionar que se debe exclusivamente a la evolución positiva de los precios del barril del petróleo, y no por mejoras en la producción, ya que el volumen producido cayó en 5% frente al 2006. Las exportaciones no petroleras experimentaron un moderado crecimiento, gracias al fuerte impulso del cacao y el café que crecieron a tasas de 34% y 22% respectivamente frente al año anterior.

Las remesas recibidas por los emigrantes ecuatorianos crecieron respecto a 2006 alcanzando aproximadamente los \$US. 3.000 millones, situándose en la segunda fuente de ingresos para el país después de las exportaciones petroleras. En cuanto a la inversión extranjera directa se estima que en el 2007 alcanzó cerca de los US\$ 600 millones, muy por encima de lo registrado en los dos últimos años.

Finalmente, aunque la economía ecuatoriana presenta una evolución positiva en sus principales agregados, estos resultados son muy modestos, ya que no se supo aprovechar la coyuntura internacional de precios del petróleo, a pesar de la gran dependencia que mantiene la economía en este sector. Adicionalmente hay que considerar que mientras no existan las definiciones finales en las reformas políticas que se están desarrollando en manos del gobierno, este va a ser un factor predominante para los resultados que se den en el 2008, como ya sucedió en el 2007.

ANTECEDENTES

Ante la incertidumbre del futuro de las ventas en la industria automotriz, debido a la falta de claridad en las normas arancelarias y tributos aplicables a las importaciones, así como el endurecimiento de los bancos en tasas y condiciones crediticias, se crea un escenario óptimo para el desarrollo de negocios de servicios automotrices.

Además el crecimiento del mercado automotriz desde el año 2001 hace que el volumen de autos por atender supere a la oferta de servicios de calidad ofertados.

Una operación multimarca tiene varias condiciones que hacen que el negocio se diferencie mucho de talleres oficiales.

Al no tener una marca definida se amplía la gestión de conseguir repuestos, las habilidades de nuestro personal deben ser múltiples para poder atender el número de marcas que confían en nuestro trabajo.

La complejidad de estas variables hace que los servicios existentes en este segmento de talleres carezcan, en su mayoría, de ofertas de calidad como la que podemos ofrecer.

Para CARXPRT el año 2007 se desarrollo como el año de puesta en marcha de la operación. La construcción del taller se termino el mayo y a partir de entonces se han procesado más de 700 unidades en nuestras instalaciones.

DE LAS INSTALACIONES:

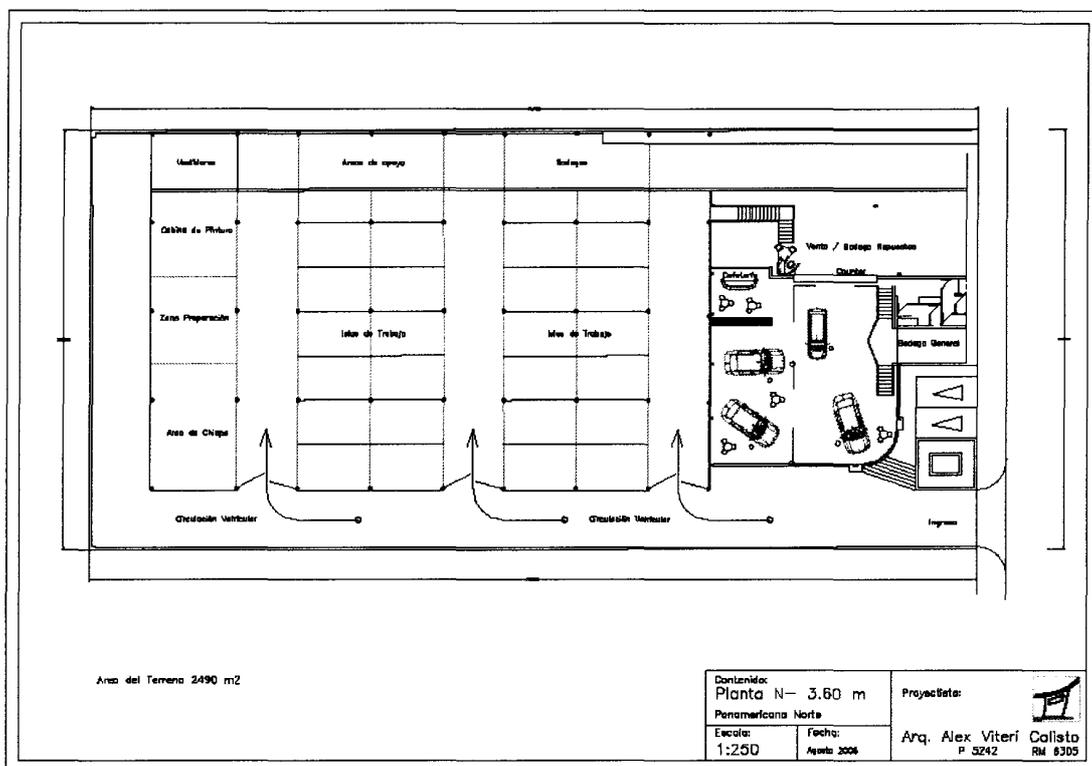
El taller está construido sobre un terreno de 2500 metros cuadrados. El diseño del mismo se elaboro aprovechando la pendiente natural del predio, logrando optimizar el espacio de utilidad.

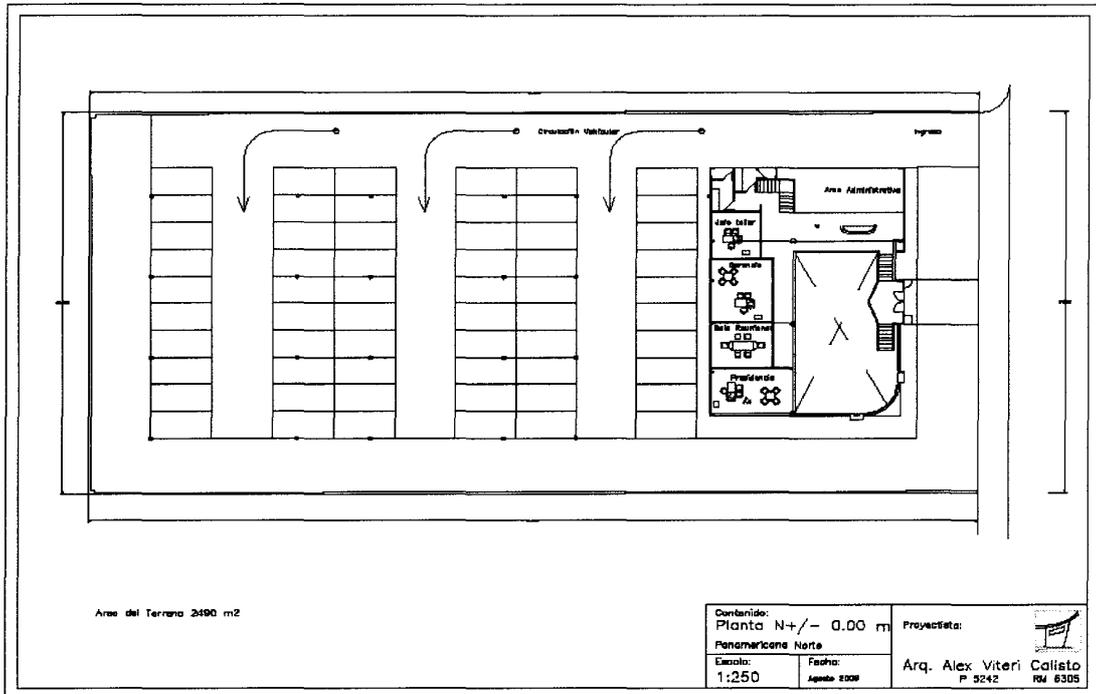
Su diseño en dos plantas permite diferenciar las áreas de producción con la de almacenamiento y peritaje lo cual permite tener la capacidad de proyecciones de volúmenes a mediano y largo plazo.

Cuenta con 3200 metros cuadrados útiles de instalaciones.

La construcción de estructura metálica esta dimensionada para el crecimiento de dos pisos adicionales en el área de oficinas y otra planta en el área de taller.

El layout del taller conto con la asesoría de Spanesi para la definición adecuada de los procesos productivos.





DE LA MAQUINARIA:

La maquinaria que equipa nuestro taller es de marca Spanesi de Italia, esta marca es el equipamiento oficial de muchas marcas de automóviles en el mundo.

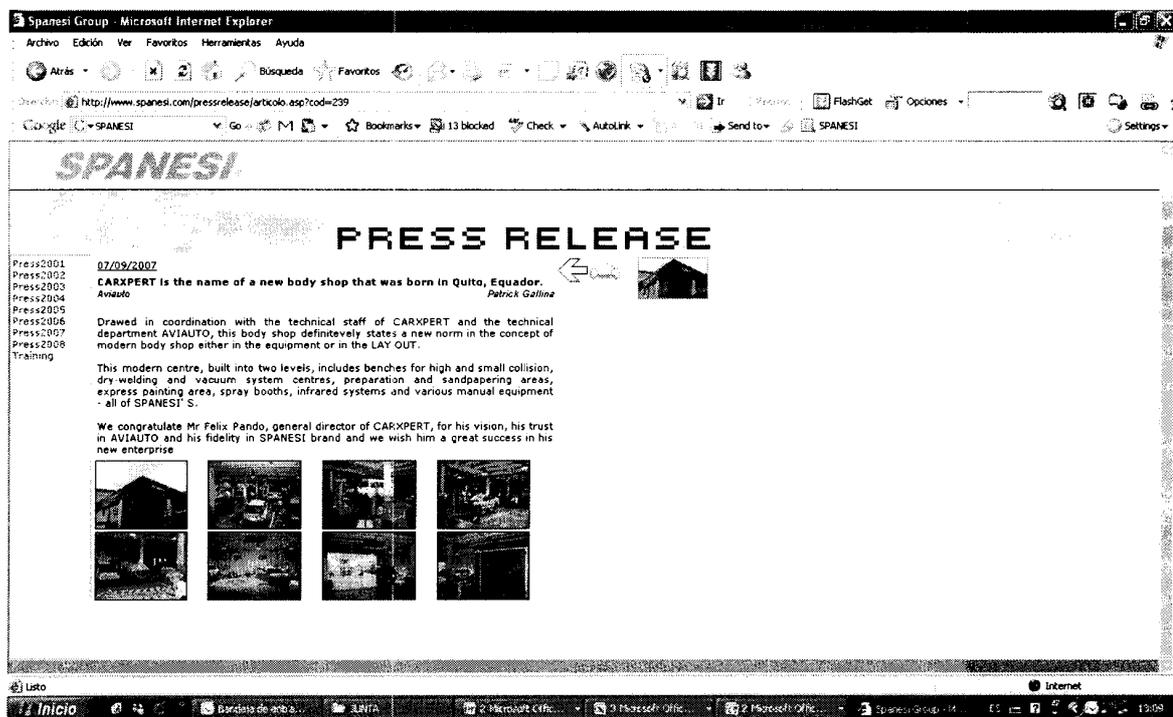
El soporte técnico y la capacitación que obtenemos de Spanesi es permanente.

Contamos con un software de planos de todos los autos que actualmente se comercializan en el país. Esto nos permite realizar trabajos de estiramientos a medidas de fábrica con tolerancia 0.

El equipamiento de Spanesi incluye además cabina de pintura, soldas especializadas, MIG y PUNTO, cortadoras de plasma, spoter desabollador, lámparas de secado, etc.

SPANESI está homologado a nivel mundial por las siguientes marcas:

- RENAULT/ NISSAN
 - TOYOTA/LEXUS/DAIHATSU
 - VOLKSWAGEN**
 - CITROEN / PEUGEOT
 - FORD/VOLVO/HONDA**
 - MAZDA
 - JAGUAR
 - ASTON MARTIN
 - FIAT
 - FERRARI
 - ALFA ROMEO
 - LANCIA
 - LAND ROVER
-



NOTA DE PRENSA

HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS

La empresa a implementado la utilización de un software de administración específico para negocios automotrices (ZEUS), permitiendo con esto documentar y llevar la administración de una forma eficiente y además con la posibilidad de monitorear permanentemente la rentabilidad de cada una de las unidades de negocio.

La generación de estadísticas es otra herramienta de este sistema que permite el control de gastos, márgenes, cartera etc.

Se han desarrollado procesos de producción, temporario, sistemas de control de calidad programadores de flujo de trabajo, con parámetros internacionales exigidos por aseguradoras que ya están en el mercado.

La calificación de aseguradoras internacionales para trabajos de enderezado y repinte automotriz a sido la más alta, calificación que a la postre incide en el valor de hora hombre que la aseguradora paga por nuestros trabajos.

EL PERSONAL:

La selección del personal de la planta se realizó tomando en cuenta la experiencia en sus trabajos específicos. El resultado es que nuestra base laboral es de la más alta calidad y además con una capacitación posterior de nuestros proveedores de equipamiento y de pintura.

NUESTROS CLIENTES:

Trabajamos actualmente con una cartera importantes de aseguradoras, cartera que se va ampliando permanentemente en base a convenios y a la calificación del taller frente a estas.

Con cada una de ellas hemos acordados tempario de trabajos para regular la valoración de siniestros.

Permanentemente realizamos clínicas de trabajos para capacitar y transparentar el

Proceso de valoración con nuestros socios estratégicos

ESTADÍSTICAS MENSUALES DE OT ABIERTAS													
CLIENTE	2007						2008					Total general	
	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May		
AIG METROPOLITANA CIA. DE SEGUROS Y	1												1
COLONIAL COMPANIA DE SEGUROS Y	1		1	1				1	5	7			16
CENTRO SEGUROS		1	4	4	3	7	4	2	7	2			34
COMPañIA DE SEGUROS CONDOR S. A.			2										2
COOPSEGUROS DEL ECUADOR S.A.	62	24	42	39	53	31	25	13	18	20	5		332
SEGUROS ORIENTE S. A.			1	3	5	1	3	4	1	4	3		25
SEGUROS UNIDOS S.A.	1	1	1	3	1	1	2	1	2	5	3		21
SULAMERICA COMPañIA DE SEGUROS	1		4	5	4	10	7	12	10	6	1		60
CLIENTES DIRECTOS	36	19	33	24	26	21	34	21	38	35	3		290
MAPFRE SEGUROS GENERALES DE COLOMBIA S.A								2	3	5			10
PANAMERICANA DE ECUADOR CIA. DE SEGUROS								1	5				6
CORPORACION CFC								1					1
SEGUROS SUCRE S.A.									1				1
MEMOSER COMPañIA DE SEGUROS S.A.										1			1
Total general	102	45	88	79	92	71	75	58	90	85	15		800

ESTADÍSTICO DE MARCAS ATENDIDAS

ESTADÍSTICAS MENSUALES DE OT ABIERTAS POR MARCA													
LINEA / MODELO	2007						2008					Total general	
	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May		
CHEVR	28	8	25	28	30	33	24	20	30	30	8	264	
KIA	11	2	10	1	6	5	5	2	8	11	2	63	
TOYOT	5	5	7	7	7	4	6	1	8	6	1	57	
NISSA	5	2	1	3	4	5	4	9	8	9	2	52	
VOLSK	7	1	9	8	7	2	5	3	4	3	3	52	
HYUND	4	2	1	2	4	6	6	5	6	9	3	48	
FORD	5	4	2	6	7	4	6	3	4	4	2	47	
MAZDA	4	2	6	3	5	1	1	2	4	2	1	31	
PEUGE	6	1			4	1	2	3		1		18	
RENAU	3	1		3	5	1		1	3		1	18	
FIAT		1	2	1		1	3	2	2			12	
SKODA				3		1	2	2	1	1		10	
LADA					2	2	2	1	1	1		9	
MITSU				2	1	2	3	1				9	
MERCE				1	1	1			2	3		8	
DAEWO					3				2		1	6	
DAIHA				1	2		2					5	
HONDA					2	1	2					5	
SSANY				1				1	2	1		5	
PORSC				1	2		1					4	
ALFA							1			1		2	
BMW			1							1		2	
JEEP						1			1			2	
AUDI									1			1	
CHANG				1								1	
KAWAS								1				1	
LAND									1			1	
SUSUK									1			1	
TATA								1				1	
HINO										1		1	
DODGE										1		1	
CITROEN											1	1	
Total general	102	45	88	79	92	71	75	58	89	85	25	809	

LAS LÍNEAS DE NEGOCIO:

En el cuadro siguiente se detallan las líneas de negocio del taller y se muestran los porcentajes de aporte de cada una de ellas.

Se nota la importancia de los repuestos que representan más del 40% de nuestro negocio.

Esto conlleva a la permanente búsqueda de proveedores de repuestos para mejorar los márgenes de este rubro. La importancia de poder comprar directamente del importador con un margen de descuento atractivo es fundamental para consolidar esta línea de negocio.

El tener márgenes apropiados de descuento permite que las aseguradoras deleguen la provisión de repuestos al taller, incrementando así la facturación.

LÍNEAS DE NEGOCIO Y PORCENTAJE DE APORTACIÓN

PARTICIPACIÓN	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROMEDIO
REPUESTOS	44%	46%	39%	49%	38%	43%
MECÁNICA	3%	2%	3%	5%	6%	4%
ENDEREZADA	26%	27%	27%	27%	31%	28%
PINTURA	24%	18%	24%	14%	16%	19%
TERCEROS	3%	6%	7%	5%	8%	6%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

MARGEN DE RENTABILIDAD

MARGEN	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PROMEDIO
REPUESTOS	25%	25%	25%	25%	19%	24%
MECÁNICA	59%	71%	24%	65%	15%	47%
ENDEREZADA	60%	60%	58%	58%	57%	58%
PINTURA	49%	25%	36%	41%	37%	38%
TERCEROS	48%	43%	18%	40%	40%	38%
MARGEN BRUTO	41%	36%	36%	39%	35%	38%

PROYECCIÓN 2008

Para la elaboración de la proyección del negocio del 2008 se ha trabajado intensamente para el mejoramiento de los márgenes en las diferentes líneas de negocio, así como las condiciones de compras de las mismas.

CAMBIO DE MODALIDAD DE PAGO DE NOMINA

Inicialmente el taller comenzó operaciones teniendo las áreas de enderezado y pintura en la modalidad de contratistas. En un inicio por la falta de suficiente capital de operación y hasta que los volúmenes de producción se estabilicen, se aplicó esta modalidad de pago a la mano de obra. A partir del mes de marzo se comunicó la finalización de los contratos a ambos contratistas ingresando al personal al rol de la compañía generando un importante incremento en el margen de rentabilidad en estas dos líneas del negocio.

IMPACTO DE LA CONTRATACION AL MARGEN

RUBROS/MES	mar-08	abr-08	may-08	jun-08	jul-08	ago-08	sep-08	oct-08	nov-08	dic-08	Acumulado
VEHÍCULOS FACTURADOS	77	85	110	110	125	125	135	135	150	150	1,380
VENTAS ENDEREZADA	20,348	22,185	28,710	28,710	32,625	32,625	35,235	35,235	39,150	39,150	367,385
COSTO DE ENDEREZADA	(8,602)	(10,318)	(4,580)	(4,580)	(4,580)	(4,580)	(4,580)	(4,580)	(4,580)	(4,580)	(77,912)
MARGEN	11,746	11,867	24,130	24,130	28,045	28,045	30,655	30,655	34,570	34,570	289,473
% sobre Ventas	57.73%	53.49%	84.05%	84.05%	85.96%	85.96%	87.00%	87.00%	88.30%	88.30%	78.79%
VENTAS PINTURA	17,927	17,595	22,770	22,770	25,875	25,875	27,945	27,945	31,050	31,050	292,258
COSTO DE PINTURA	(10,893)	(5,340)	(5,340)	(5,340)	(5,340)	(5,340)	(5,340)	(5,340)	(5,340)	(5,340)	(86,505)
MARGEN	7,033	12,255	17,430	17,430	20,535	20,535	22,605	22,605	25,710	25,710	205,753
% sobre Ventas	39.23%	69.65%	76.55%	76.55%	79.36%	79.36%	80.89%	80.89%	82.80%	82.80%	70.40%

REPUESTOS

Una vez determinados volúmenes de compra a diferentes proveedores se han renegociado los márgenes de descuento y los plazos de pago para esta línea de negocio que es la más importante de la compañía.

El aporte más importante en este sentido está dado por el apoyo de nuestro principal accionista al permitirnos que compremos repuestos de las marcas relacionadas a precio de concesionario.

PROVEEDOR DE PINTURA

Se renegocio los plazos de pago y los descuentos de los materiales de pintura e insumos consiguiendo descuentos adicionales del 5 al 10% en esta linea, además de traspasar costos de material publicitario a este proveedor.

Todas las acciones anteriores mejoraran la rentabilidad promedio de la compañía del 39% al 51%

LINEA DE NEGOCIO	2007		2008	
	%	MARGEN	%	MARGEN
REPUESTOS	44%	24%	32%	24%
ENDEREZADO	28%	58%	35%	83%
PINTURA	19%	36%	26%	75%
MECÁNICA	4%	46%	4%	56%
TERCEROS	6%	36%	3%	34%

TALLER AUTORIZADO HYUNDAI

De las conversaciones con la marca HYUNDAI y gracias al apoyo de nuestro principal accionista, proveeremos de los servicios de enderezado y pintura a esta importante marca aumentando nuestro volumen de producción mensual en aproximadamente 80 unidades (Datos proporcionados por HYUNDAI); aumentando considerablemente las ventas y por ende la rentabilidad y optimizando la capacidad instalada de nuestro taller.

SUSTITUCIÓN DE DEUDA

Para el pago de la deuda que mantenemos con el accionista generaremos un crédito bancario por el valor de \$ 900.000 dólares, los cuales serán pagados a CFC y el saldo será cancelado con las utilidades generadas por la compañía a futuro.

PROYECCION RESULTADOS 2008

RUBROS/AFS	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TOTAL
ESCENARIO UNO:										
INGRESOS	541,094	721,204	755,785	765,122	774,645	784,359	794,268	801,949	809,747	6,748,172
GASTOS OPERACIONALES	(288,940)	(288,940)	(288,940)	(288,940)	(288,940)	(288,940)	(288,940)	(288,940)	(288,940)	(2,600,459)
UTILIDAD OPERACIONAL	252,154	432,264	466,845	476,182	485,705	495,420	505,328	513,009	520,807	4,147,714
PRESTAMO BANCARIO	105,750	181,285	181,285	181,285	181,285	181,285	181,285	181,285	75,535	1,268,995
UTILIDAD OPERACIONAL NETA	146,404	250,979	285,560	294,897	304,421	314,135	324,043	337,474	520,807	2,878,719
ESCENARIO DOS:										
INGRESOS	837,765	1,192,072	1,192,072	1,192,072	1,192,072	1,192,072	1,192,072	1,192,072	1,192,072	10,374,340
GASTOS OPERACIONALES	(341,740)	(341,740)	(341,740)	(341,740)	(341,740)	(341,740)	(341,740)	(341,740)	(341,740)	(3,075,659)
UTILIDAD OPERACIONAL	496,025	850,332	850,332	850,332	850,332	850,332	850,332	850,332	850,332	7,298,681
PRESTAMO BANCARIO	105,750	181,285	181,285	181,285	181,285	181,285	181,285	181,285	75,535	1,268,995
UTILIDAD OPERACIONAL NETA	390,275	669,047	669,047	669,047	669,047	669,047	669,047	774,797	850,332	6,029,687

PLAN COMERCIAL

Con el objetivo de incrementar el volumen de clientes se están implementando varias acciones comerciales entre las cuales se encuentran las siguientes:

Convenios con aseguradoras. Esta acción comercial es permanente ya que se visitan tanto a aseguradoras como a brokers para lograr volúmenes de siniestros de cada una de ellos.

Lograr el volumen de las mismas conlleva varios pasos que no siempre detonan inmediatamente en un volumen de trabajo, pero paulatinamente se van concretando.

Acosaustro es un gran aliado comercial. A diferencia de un taller de marca, nuestra empresa no genera negocios para las aseguradoras esa ventaja competitiva es de alguna manera compensada con las empresas que mantienen seguros con acosaustro.

Este argumento de producción de seguros por parte de las compañías es el mayor impedimento para poder conseguir mayores volúmenes de siniestros.

COOPSEGUROS. Tenemos una buena relación generada por la relación con Acosaustro, en los últimos meses el volumen derivado a CARXPART ha bajado debido a varios motivos entre, cambios internos, nuevos actores multimarca.

LATINA. El volumen se ha ido consolidando y en conjunto implementaremos gestiones comerciales para dar a conocer nuestra alternativa a sus clientes.

CENTROSEGUROS El volumen se ha ido consolidando y en conjunto implementaremos gestiones comerciales para dar a conocer nuestra alternativa a sus clientes.

ORIENTE. De volumen discreto todavía, hemos hecho una clínica de siniestros con sus funcionarios y estamos en constante acercamiento para consolidar un volumen interesante.

MAPFRE. Comenzamos nuestra relación sometiéndonos a una calificación avalada por Cesvi, la calificación de taller A dio inicio a la derivación de volumen, al ser una aseguradora nueva tiene muy pocos autos asegurados por ende esperamos un volumen discreto pero en aumento.

PANAMERICANA. Es una aseguradora con pocos autos asegurados sin embargo ya hemos pasado la calificación y estamos trabajando para consolidar un volumen.

RIO GUAYAS. Se han mantenido diferentes reuniones sin lograr que nos deriven siniestros, básicamente porque no tienen tomada la decisión de renovar el contrato con coris que es su administradora de siniestros.

Han manifestado que en marzo comenzarían una relación con CARXPRT

ECUATORIANO SUIZA. Solo trabajan con 2 talleres multimarca en Quito, con la ayuda de coris estamos gestionando la calificación de nuestro taller. Sus oficinas centrales son en Guayaquil lo que demora más el proceso.

CORIS. Con esta empresa administradora de siniestros gestionamos acercamientos con dos aseguradoras que trabajan con ella. Además estamos empezando una estrategia de chequeos de cortesía a sus clientes de GAS-CLUB. Con el fin de que esos clientes conozcan nuestras instalaciones. Además de esta acción tocaremos las puertas de algunas flotas comerciales que manejan.

HISPANA. Hicimos el contacto y logramos la visita del gerente comercial, en la próxima semana nos visitara el gerente de siniestros para lograr la calificación. Sus oficinas centrales son en Guayaquil lo que demora más el proceso.

SEGUROS UNIDOS. En un inicio lastimosamente no fue posible trabajar con esta aseguradora. Durante las últimas semanas ya tenemos un acuerdo y comenzaremos a brindar nuestros servicios.

Tarjeta de cliente preferente: esta tarjeta tiene como objeto incrementar el número de clientes que no son de aseguradoras y que es un segmento muy atractivo para el taller, además esta tarjeta se está ofreciendo mediante convenios a empresas que tienen flotas interesantes tanto de empleados como propias.

La tarjeta ofrece un trato preferente en servicio de mecánica en mantenimiento

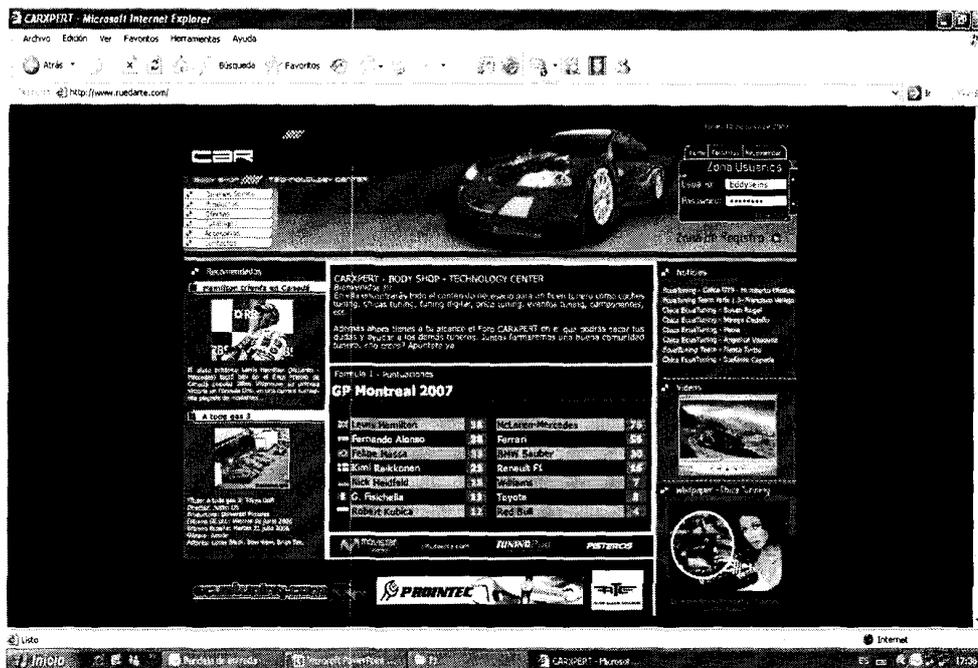
Esta acción espera no solamente clientes de colisiones sino de mantenimiento y reparaciones mecánicas.

Actualmente estamos por cerrar un convenio con GAS-CLUB de DINERS club

Página web: durante el primer semestre del 2008 implementaremos la página web, la cual con una adecuada selección de portales se publicara como medio de publicidad.

Además nuestros clientes podrán ver en esta página el proceso de reparación de su carro.

PAGINA WEB EN DESARROLLO



Publicidad en general. Tenemos algunos proyectos publicitarios para posicionamiento y promoción del taller, el principal de ellos es una emulación del programa *overhauling* del cable.

Al momento estamos en conversaciones con auspiciantes, marcas y programas de televisión para poder implementarlo a lo largo del año.

Estamos convencidos que nuestra mejor publicidad será la calidad de nuestros trabajos y la satisfacción de nuestros clientes, su referencia nos ha traído clientes directos, que son el segundo volumen más importante de flujo de trabajo.

NUEVAS LÍNEAS DE NEGOCIO.

Accesorios.

Esta línea es muy interesante siempre y cuando este enfocada a accesorios específicos para ciertas marcas y modelos o categorías de vehículos que nos aseguren un volumen interesantes de ventas y distribución.

En esta línea ofreceremos en el 2008 ediciones especiales a diferentes marcas para crear ediciones especiales de modelos con lo cual se pueden potenciar el interés por determinado modelo

TUCSON BICOLOR



Con General Motors estamos gestionando se nos otorgue una distribución de accesorios originales a concesión en una alianza estratégica con Ecuauto.

Nuestro local está diseñado con una sala de exhibición delantera que lo hace perfectamente viable de tener una distribución de vehículos. Esta podría ser una interesante alternativa para incrementar facturación.

Finalmente, pongo a consideración de la Junta de Accionistas este Informe de Gerencia y de ser necesario ampliar cualquier aspecto que consideren pertinente a través de sus preguntas y aprobar este documento correspondiente al ejercicio económico 2007.

ATENTAMENTE

FELIX PANDO V.

GERENTE GENERAL