



Germanmotors S.A

**INFORME DE DIRECTORIO Y GERENTE**  
**GENERAL**



Germanmotors S.A

Quito, D.M., 10 de marzo del 2015

Señores  
ACCIONISTAS DE GERMANMOTORS S.A.  
Ciudad

Estimados Señores:

De conformidad con las normas legales y en cumplimiento con lo dispuesto en el artículo trigésimo segundo del Capítulo 3ero de los Estatutos Sociales de la Compañía, someto a consideración de los señores accionistas el informe anual sobre la marcha administrativa y financiera de la Compañía correspondiente al año 2014, aprobado por Directorio.

Atentamente,

Diego Luna Lalama  
Gerente General



**Audi**

**Germanmotors S.A**

## **ENTORNO MACRO ECONÓMICO A DICIEMBRE DEL AÑO 2014**

El año 2014 ha sido clave en el desenvolvimiento económico del Ecuador, sobre todo porque pasó de una época de abundancia, gracias a los elevados precios del petróleo en el mercado, a una etapa en la que esa importante inyección de recursos ha perdido fuerza en la recta final del 2014.

### **INDICADOR RELEVANTE**

El factor más relevante de la evolución de la economía ecuatoriana durante el 2014 ha sido la reducción del precio del barril del petróleo a nivel internacional, se mantendría en los niveles históricos más bajos desde el 2009. Su cotización en promedio se ubica en los 47,56 por barril, considerando la cotización del crudo referencial para el Ecuador, el crudo ligero tipo West Texas Intermediate-WTI. El precio ha sufrido una reducción de casi el 50% con aquel registrado en los primeros seis meses del año 2014, que se ubicó en un promedio de US\$86,40 por barril.

### **INFLACION**

Ecuador cerró el año 2014, con una inflación anual del 3.67% lo que representa un incremento frente al 2.70% registrada en el año 2013.

Esta inflación es alta, si se toma en cuenta que estamos en dolarización y debería haber estabilidad. Esto es producto de mayor demanda de artículos y oferta limitada. Influye además el hecho de que llega gran cantidad de producto extranjero y eso genera distorsión en los precios.

El sector de alimentos y bebidas fue el que más contribuyó al IPC (Índice de Precios al Consumidor)

### **FINANZAS**

Al cierre del año 2014, la concesión de créditos en la banca privada, creció en el 8.5% más que en el 2013 anual al reportar un monto de US\$20.373,3 millones. Este comportamiento, implicó que la cartera de crédito crezca por encima de los depósitos, los cuales se incrementaron en el 10,3% anual, al mostrar un monto de USD25.968 millones. La relación de crecimiento que han mantenido los créditos y depósitos ha sido muy similar, a excepción del año 2012, cuando la cartera de crédito creció por encima de los depósitos.

El sector colocó el 74% en crédito productivo, 16% en consumo y el restante esto en vivienda y microcrédito.

### **RIESGO PAÍS**

El indicador para medir la capacidad del país para cumplir con sus obligaciones (pagos) externos subió de 532 puntos que estuvo a finales del año 2013 a 817 puntos a finales del año 2014.

### **MERCADO BURSÁTIL**

El 2014 fue un año con cifras record para el mercado bursátil ecuatoriano. Los montos negociados llegaron a USD7.547 millones, según los datos que maneja el departamento técnico de la Bolsa de Valores de Quito. El monto mencionado prácticamente duplica las cifras del 2011, 2012, 2013. El año que mayores montos registró el mercado bursátil había sido el año 2009, cuando se negociaron USD6.426 millones.

### **INVERSIÓN EXTRANJERA**

La inversión extranjera directa que recibió el país entre enero y septiembre del año 2014 llegó a USD432 millones según cifras del Banco Central del Ecuador. Ésta representa una caída al comparar con los USD516 millones que llegaron en el mismo período del 2013.



**Audi**

**Germanmotors S.A**

### **DESEMPLEO**

El 2014 cerró con desempleo del 3.8%, mientras en el 2013 fue del 4,15%. En diciembre del 2014, 22 de cada 100 ecuatorianos eran pobres; es decir, vivían con menos de USD 2,7 diarios, según datos publicados por el INEC. La cifra es menos comparada con el mes de diciembre del 2013 cuando casi 26 de cada 100 ecuatorianos eran pobres.

El coeficiente GINI que mide la desigualdad en los ingresos se ubicó en 0,4665 frente al 0,4850 del 2013.

### **SECTOR EXTERNO**

En el balance anual uno de los hechos más importantes sin duda es el cierre de las negociaciones para un acuerdo comercial con la Unión Europea. Luego de casi tres años de acercamientos, el país, tiene el reto de fortalecer su oferta exportable para conquistar ese mercado y buscar más oportunidades para la producción no petrolera.

En un año la balanza comercial del país se desplomó, según lo revelan las cifras del Banco Central del Ecuador en el período de enero a noviembre del año 2014 la balanza alcanzó un déficit de 259 millones. Las exportaciones en el 2013 fueron 22.672 millones y en la 2014 fueron de 24.064 millones. Y las importaciones fueron de enero a noviembre del 2013 US\$23.963 millones y en el mismo periodo del 2014 fueron 24.188 millones.

Si bien las exportaciones crecieron con relación al año pasado, tanto en valor como en volumen, las importaciones lo hicieron aún más. Estas se incrementaron en todos los sectores: bienes de consumo, materias primas, bienes de capital, y combustibles y lubricantes.

No obstante, las autoridades gubernamentales reaccionaron imponiendo barreras a las importaciones de los bienes no petroleros, política que puede permitir reducir el déficit en el corto plazo pero encarecer precios y afectar la competitividad de los productos nacionales.

### **DEUDA EXTERNA.**

La deuda externa ecuatoriana a finales del 2013 fue de USD21.144 millones que corresponde al 23 % del PIB. Al final del 2014 fue de USD28.405 millones que corresponde al 28.1% del PIB nominal.

**MERCADO LABORAL.** En materia social no se han eliminado las causas de la pobreza. Cada vez hay más ecuatorianos que reciben el Bono de Desarrollo Humano, que empezó en el año 2009. La tasa de desempleo (4.7%) ha bajado y es positivo pero la de subempleo, según datos oficiales a escala nacional, es de 48% y eso genera condiciones sociales nada favorables.

**CONSUMO FINAL HOGARES** La canasta básica familiar en diciembre 2013 costó USD620.86 y en el año 2014 fue de 638,06



**Audi**

**Germanmotors S.A**

**EVOLUCION DEL NEGOCIO**

**SECTOR AUTOMOTOR**

En el año 2014, la industria automotriz registró la venta de 120.060 vehículos que representan un incremento de 6.248 unidades; con relación al año anterior en el que se vendieron 113.812 vehículos, el incremento representa el 5.49%.

El líder de venta en el año sigue siendo Chevrolet con 53.574 unidades vendidas con una participación del 44.62% del mercado, frente al 44,10% del año anterior con 50.195 unidades vendidas.

En segundo lugar está la marca Kía con 12.038 unidades vendidas y una participación del 10.03% del mercado, un decremento de 262 unidades que equivale al 2.00% menos. En tercer lugar se encuentra la marca Hyundai con ventas de 10.623 unidades y una participación del 8.85% del total, con un incremento de 994 unidades que equivale al 10.00%.

En el año 2014 Volkswagen ha incrementado su participación en el número de vehículos habiendo vendido 1.884 vehículos que representan el 1.57% del mercado total; mientras que en el año 2013 se vendieron 1.534 unidades y su participación nacional fue del 1.35%, creciendo en 350 unidades y un 23.0% de incremento en el mercado. La marca Audi se incrementó en 41 vehículos al pasar de 150 unidades en el año 2013 a 191 unidades en el año 2014 que equivale a un 0.03% de incremento en el mercado.



MARCA	AÑO 2012		AÑO 2013		AÑO 2014	
	Nro.	%	Nro.	%	Nro.	%
CHEVROLET	54,547	44.91	50,195	44.10	53,574	44.62
HYUNDAI	12,297	10.13	9,629	8.46	10,623	8.85
KIA	10,144	8.35	12,300	10.81	12,038	10.03
NISSAN	7,051	5.81	6,576	5.78	6,019	5.01
MAZDA	5,120	4.22	6,402	5.63	6,916	5.76
TOYOTA	6,339	5.22	6,426	5.65	6,476	5.39
RENAULT	2,685	2.21	2,533	2.23	2,487	2.07
FORD	4,254	3.51	4,086	3.59	4,164	3.47
VOLKSWAGEN	2,489	2.05	1,534	1.35	1,884	1.57
AUDI	150	0.12	150	0.13	191	0.16
BMW	40	0.03	149	0.13	150	0.12
MERCEDES BENZ	0	0.00	14	0.01	132	0.11
PORSCHE	29	0.02	41	0.04	43	0.04
OTROS	16,301	13.42	13,777	12.09	15,363	12.80
<b>TOTALES</b>	<b>121,446</b>	<b>100</b>	<b>113,812</b>	<b>100</b>	<b>120,060</b>	<b>100</b>



**Audi**

Germanmotors S.A

**VENTAS TOTALES INDUSTRIA AUTOMOTRIZ ECUATORIANA 2014**





Audi

Germanmotors S.A



RESUMEN

MARCA	TOTAL ACUMULADO A DICIEMBRE 2013	PARTICIPACION 2013	TOTAL ACUMULADO A DICIEMBRE 2014	PARTICIPACION 2014	VARIACIÓN PART. VS 2013	VAR. UNID. 2014/2013	VAR. % 2014/2013
AUDI	150	0.13%	191	0.16%	0.03%	41	27%
BAW	36	0.03%	4	0.00%	-0.03%	-32	-89%
BEIBEN	59	0.05%	52	0.04%	-0.01%	-7	-12%
BEICHI	2	0.00%	0	0.00%	0.00%	-2	-100%
BMW	149	0.13%	150	0.12%	-0.01%	1	1%
BYD	31	0.03%	299	0.25%	0.22%	268	865%
CAMC	33	0.03%	12	0.01%	-0.02%	-21	-64%
CHANGHE	117	0.10%	58	0.05%	-0.05%	-59	-50%
CHERY	1,134	1.00%	1,117	0.93%	-0.07%	-17	-1%
CHEVROLET	50,195	44.10%	53,574	44.62%	0.52%	3379	7%
CITROEN	184	0.16%	453	0.38%	0.22%	269	146%
D LONG FC	7	0.01%	0	0.00%	-0.01%	-7	
DACIA	0	0.00%	3	0.00%	0.00%	3	
DAEWOO TRUCKS	23	0.02%	39	0.03%	0.01%	16	70%
DAF	21	0.02%	7	0.01%	-0.01%	-14	-67%
DAIHATSU	31	0.03%	23	0.02%	-0.01%	-8	-26%
DFSK	142	0.12%	765	0.64%	0.51%	623	
DODGE	164	0.14%	70	0.06%	-0.09%	-94	-57%
DONGFENG	140	0.12%	303	0.25%	0.13%	163	116%
FAW	0	0.00%	49	0.04%	0.04%	49	
FIAT	508	0.45%	278	0.23%	-0.21%	-230	-45%
FORD	4,086	3.59%	4,164	3.47%	-0.12%	78	2%
FORLAND	30	0.03%	3	0.00%	-0.02%	-27	-90%
FOTON	48	0.04%	128	0.11%	0.06%	80	167%
FREIGHTLINER	341	0.30%	272	0.23%	-0.07%	-69	-20%
GEELY	3	0.00%	1	0.00%	0.00%	-2	-67%
GMC	1	0.00%	1	0.00%	0.00%	0	0%
GOLDEN DRAGON	41	0.04%	2	0.00%	-0.03%	-39	-95%
GREAT WALL	1,688	1.48%	2,160	1.80%	0.32%	472	28%
HIGER	7	0.01%	4	0.00%	0.00%	-3	-43%
HINO	3,735	3.28%	4,578	3.81%	0.53%	843	23%
HONDA	171	0.15%	147	0.12%	-0.03%	-24	-14%
HYUNDAI	9,629	8.46%	10,623	8.85%	0.39%	994	10%
INTERNATIONAL	161	0.14%	186	0.15%	0.01%	25	16%
IVECO	45	0.04%	27	0.02%	-0.02%	-18	-40%
JAC	1,175	1.03%	1,314	1.09%	0.06%	139	12%
JEEP	409	0.36%	443	0.37%	0.01%	34	8%
JMC	241	0.21%	106	0.09%	-0.12%	-135	-56%
KENWORTH	492	0.43%	472	0.39%	-0.04%	-20	-4%
KIA	12,300	10.81%	12,038	10.03%	-0.78%	-262	-2%
LAND ROVER	27	0.02%	34	0.03%	0.00%	7	26%
LEXUS	9	0.01%	5	0.00%	0.00%	-4	-44%
LIFAN	73	0.06%	25	0.02%	-0.04%	-48	-66%
MACK	227	0.20%	100	0.08%	-0.12%	-127	-56%
MAHINDRA	168	0.15%	68	0.06%	-0.09%	-100	-60%
MAN	28	0.02%	5	0.00%	-0.02%	-23	-82%
MAZDA	6,402	5.63%	6,916	5.76%	0.14%	514	8%
MERCEDES BENZ LIVIANOS	14	0.01%	132	0.11%	0.10%	118	
MERCEDES BENZ PESADOS	30	0.03%	203	0.17%	0.14%	173	577%
MINI	3	0.00%	5	0.00%	0.00%	2	67%
MITSUBISHI LIVIANOS	297	0.26%	419	0.35%	0.09%	122	41%
MITSUBISHI PESADOS	157	0.14%	239	0.20%	0.06%	82	52%
NISSAN	6,576	5.78%	6,019	5.01%	-0.76%	-557	-8%
PETERBILT	2	0.00%	0	0.00%	0.00%	-2	-100%
PEUGEOT	162	0.14%	184	0.15%	0.01%	22	14%
PORSCHE	41	0.04%	43	0.04%	0.00%	2	5%
QMC	93	0.08%	26	0.02%	-0.06%	-67	-72%
RENAULT	2,533	2.23%	2,487	2.07%	-0.15%	-46	-2%
RENAULT TRUCKS	91	0.08%	100	0.08%	0.00%	9	10%
SCANIA	27	0.02%	19	0.02%	-0.01%	-8	-30%
SHACMAN	20	0.02%	4	0.00%	-0.01%	-16	-80%
SINOTRUK	32	0.03%	10	0.01%	-0.02%	-22	-69%
SKODA	525	0.46%	261	0.22%	-0.24%	-264	-50%
TATA	0	0.00%	31	0.03%	0.03%	31	
TOYOTA	6,425	5.65%	6,476	5.39%	-0.25%	51	1%
UD TRUCKS	49	0.04%	86	0.07%	0.03%	37	76%
VICTORY	9	0.01%	0	0.00%	-0.01%	-9	-100%
VOLKSWAGEN LIVIANOS	1,534	1.35%	1,884	1.57%	0.22%	350	23%
VOLKSWAGEN PESADOS	312	0.27%	58	0.05%	-0.23%	-254	-81%
VOLVO LIVIANOS	9	0.01%	29	0.02%	0.02%	20	222%
VOLVO PESADOS	16	0.01%	6	0.00%	-0.01%	-10	-63%
WESTERN STAR	30	0.03%	18	0.01%	-0.01%	-12	-40%
YUTONG	36	0.03%	48	0.04%	0.01%	12	33%
ZOTYE	81	0.07%	3	0.00%	-0.07%	-78	-96%
ZX AUTO	45	0.04%	1	0.00%	-0.04%	-44	-98%
<b>TOTAL</b>	<b>113,812</b>	<b>1</b>	<b>120,060</b>	<b>100%</b>		<b>6,248</b>	<b>5.49%</b>

	TOTAL A DIC 2013
Ventas históricas	108,897
Ventas históricas 2	4,915

	TOTAL A DIC 2014
	115,595
	4,465

	Var % Dic14/Dic13
	17.69%
	7.10%
	Var% acumulada 14/13
	5.49%

<b>TOTAL MERCADO</b>	<b>113,812</b>
----------------------	----------------

<b>TOTAL MERCADO</b>	<b>120,060</b>
----------------------	----------------

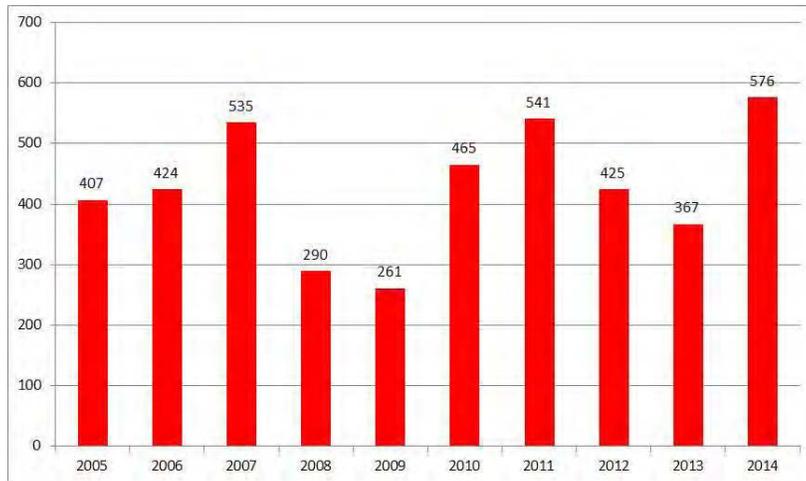


**Audi**

**Germanmotors S.A**

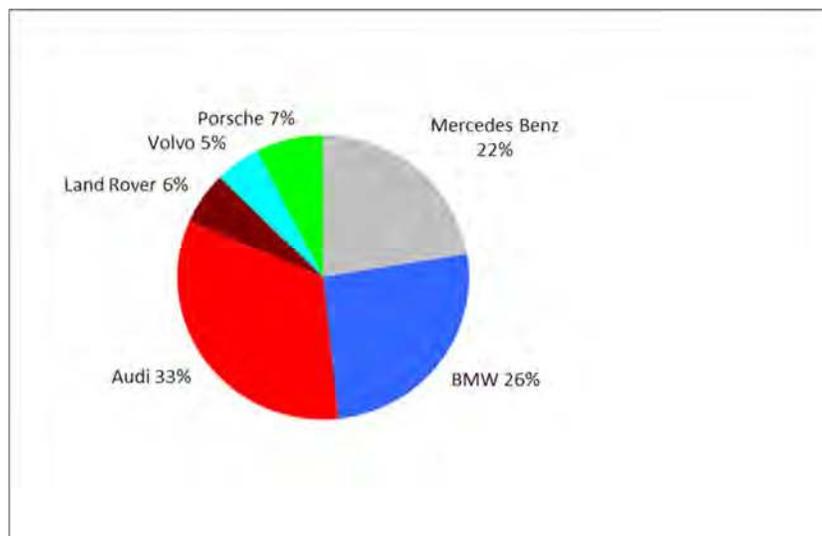
### **Mercado Premium extendido 2014**

En cuanto a la evolución del mercado Premium extendido es decir de las 6 marcas de lujo que se comercializan en Ecuador: Audi, BMW, Mercedes Benz, Land Rover, Porsche y Volvo podemos destacar las siguientes cifras en cuanto a la evolución a lo largo de los últimos 10 años podemos ver la siguiente tendencia y su cierre al año 2014:



El segmento Premium registró un crecimiento en el 2014. En el 2013 se vendieron 367 unidades entre las 6 marcas que integran este segmento. En el 2014 ascendió el número de ventas a 576 unidades lo que significa un incremento del 56.94%

### **Distribución de la participación de mercado en el segmento Premium extendido en el año 2014**



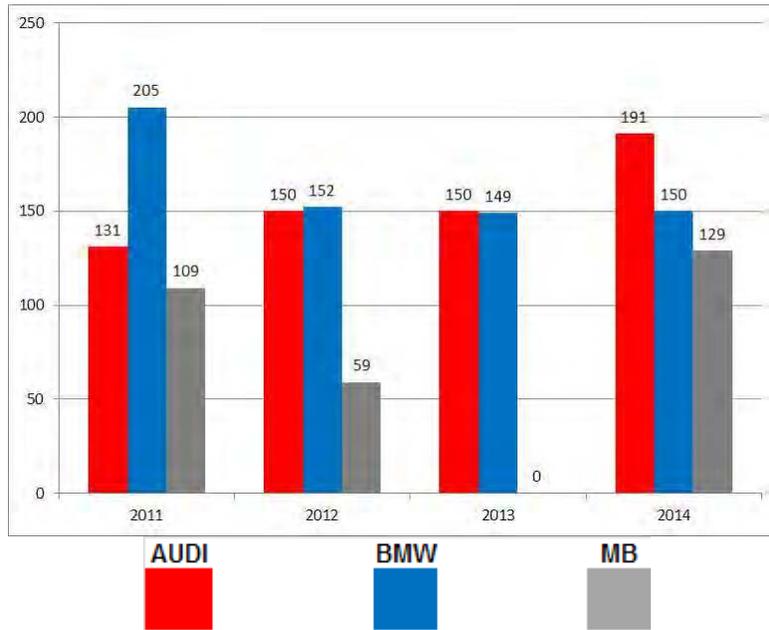


**Audi**

**Germanmotors S.A**

**Mercado Premium de competencia directa: Audi, BMW y Mercedes Benz**

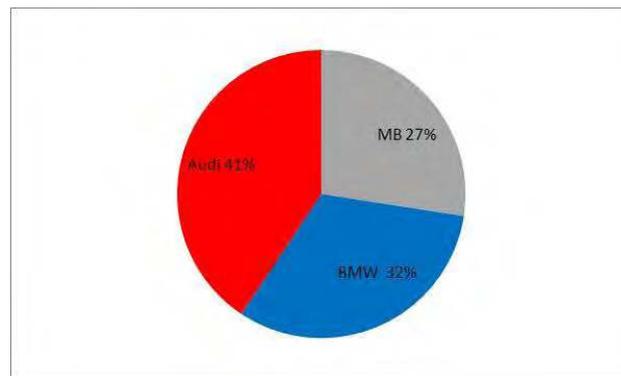
Dentro de las marcas que consideramos como competencia directa en el segmento Premium constan: Audi, BMW y Mercedes Benz, en el siguiente cuadro podemos ver la evolución en las ventas de estas marcas en los últimos 4 años.



**Distribución de la participación de mercado de la competencia directa en el año 2014**

En el 2014 el líder del Segmento Premium ocupó Audi por segundo año consecutivo. Con un total de 191 unidades vendidas y con una participación de mercado del 41%, el segundo lugar fue para BMW cuyas ventas fueron de 150 unidades, representando el 32% de participación de mercado; finalmente se encuentra Mercedes Benz cuya marca representa el 27% o 129 unidades.

En lo que se refiere a crecimientos frente al año anterior, Audi creció en un 27%, BMW en 1% y Mercedes Benz en 100% frente al año 2013 en respuesta de la nueva representación oficial para el Ecuador.





**Audi**

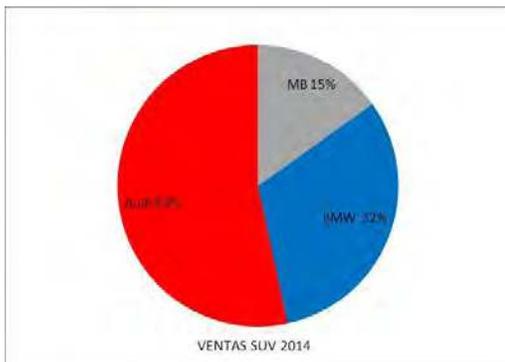
**Germanmotors S.A**

### **Participación de mercado por segmentos en la competencia directa Ecuador 2014**

La división por segmentos entre SUV y vehículos de pasajeros durante el 2014 se presentó de la siguiente forma:

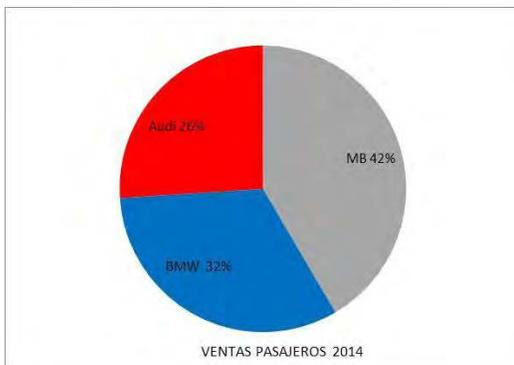
#### **Ventas de SUVs 2014**

Las ventas en SUV se dividieron 53% para Audi con un total de 134 ventas y un crecimiento respecto al año anterior de 15%, En cuanto a BMW tuvo una participación del 32% correspondiente a 79 ventas es decir un crecimiento del 23% y para Mercedes Benz la participación fue de 15% con un total de 38 ventas, significándole esto un crecimiento del 100% en relación a la inexistencia de ventas durante el año 2013.



#### **Ventas de vehículos de pasajeros 2014**

Las ventas en de vehículos de pasajeros se dividieron 26% para Audi con un total de 57ventas y un decrecimiento respecto al año anterior de -62%, En cuanto a BMW tuvo una participación del 32% correspondiente a 71 ventas es decir un decrecimiento del -16% y para Mercedes Benz la participación fue de 42% con un total de 91 ventas, significándole esto un crecimiento del 100% en relación a la inexistencia de ventas durante el año 2013.





**Audi**

**Germanmotors S.A**

**Participación de ventas por tipo de vehículo Audi 2014**

**Ventas de SUVs por ciudad**

**Guayaquil**

MARCA	MODELO	TOTAL 14
<b>Mercedes Benz</b>		<b>9</b>
	GLK 250	0
	M 350	0
	M 400	0
	GL	1
	G 500	0
<b>BMW</b>		<b>32</b>
	X1	0
	X3	9
	X4	
	X5	19
	X6	4
<b>AUDI</b>		<b>39</b>
	Q7 3.0 T FSI	7
	Q3 20T	3
	Q5 2.0T	29
<b>Grand Total</b>		<b>80</b>

**Quito**

MARCA	MODELO	TOTAL 14
<b>Mercedes Benz</b>		<b>29</b>
	GLK 250	10
	M 350	2
	M 400	14
	GL	3
	G 500	0
<b>BMW</b>		<b>47</b>
	X1	2
	X3	20
	X4	
	X5	18
	X6	1
<b>AUDI</b>		<b>95</b>
	Q7 3.0 T FSI	13
	Q3 20T	22
	Q5 2.0T	60
<b>Grand Total</b>		<b>171</b>

**Ventas de pasajeros por ciudad 2014**

**Guayaquil**

MARCA	MODELO	TOTAL 14
<b>Mercedes Benz</b>		<b>13</b>
	A 180	0
	A 45 AMG	
	C63 AMG COUPE	1
	C 200	10
	CLK 350	0
	CLA 45 AMG	
	CLA 180	2
	CLS 350	0
	E 300	0
	E 350	0
	E63 AMG	
	E400 Coupe	
	SLK 200	0
	S400 HYBRID	0
<b>BMW</b>		<b>25</b>
	116i	0
	120i	0
	125i	0
	320i	4
	328i	0
	3 Hybrid	2
	335i	0
	428i	4
	523i	8
	535	0
	5 Hybrid	7
	640	0
	750i	0
	Z4	0
<b>AUDI</b>		<b>18</b>
	A1	0
	A3 SPORTBACK	0
	A3 SEDAN	7
	A4 1.8 T MULT	2
	A4 2.0 T TIP	0
	A5 1.8T	0
	TT	0
	A6 2.0t Mu	9
	A6 3.0t Mu	0
	A7 3.0T	0
	A8	0
<b>Grand Total</b>		<b>56</b>

**Quito**

MARCA	MODELO	TOTAL 14
<b>Mercedes Benz</b>		<b>78</b>
	A 180	8
	A 45 AMG	
	C63 AMG COUPE	0
	C 200	41
	CLK 350	0
	CLA 45 AMG	
	CLA 180	12
	CLS 350	1
	E 300	2
	E 350	5
	E63 AMG	
	E400 Coupe	
	SLK 200	3
	S400 HYBRID	2
<b>BMW</b>		<b>46</b>
	116i	0
	120i	0
	125i	0
	320i	23
	328i	1
	3 Hybrid	12
	335i	0
	428i	5
	523i	0
	535	0
	5 Hybrid	5
	640	0
	750i	0
	Z4	0
<b>AUDI</b>		<b>39</b>
	A1	2
	A3 SPORTBACK	1
	A3 SEDAN	21
	A4 1.8 T MULT	4
	A4 2.0 T TIP	1
	A5 1.8T	1
	TT	0
	A6 2.0t Mu	7
	A6 3.0t Mu	0
	A7 3.0T	1
	A8	1
<b>Grand Total</b>		<b>163</b>



**Audi**

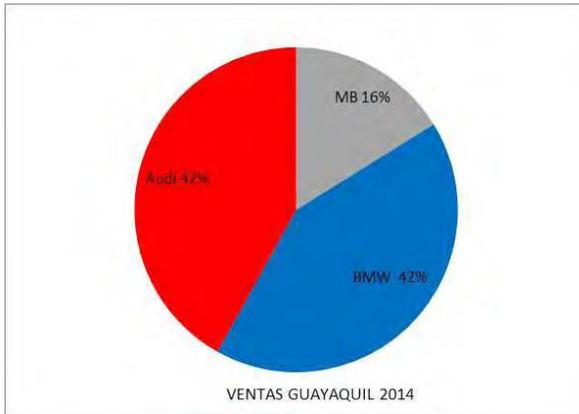
**Germanmotors S.A**

**Participación de mercado en la competencia directa Ecuador 2014 por ciudad.**

La división de las ventas por cada una de las ciudades durante el 2014 se presentó de la siguiente forma:

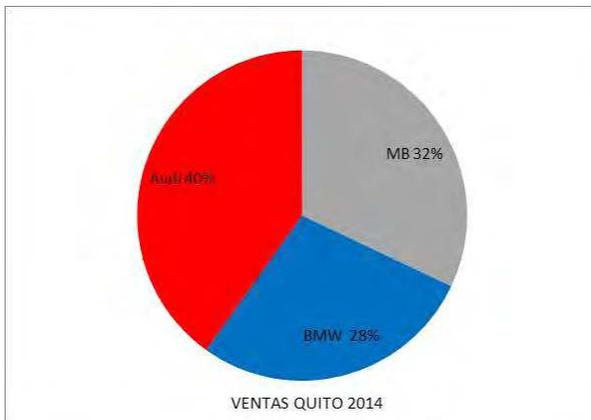
**Ventas de la competencia directa Guayaquil 2014.**

Las ventas en la ciudad de Guayaquil se dividieron en un 42% para Audi lo que representan un crecimiento del 11% con respecto al años 2013, 42% para BMW es decir un crecimiento de 3% y 16% para Mercedes Benz, un crecimiento del 100% por la inexistencia de ventas en el periodo anterior.



**Ventas de la competencia directa Quito 2014.**

Las ventas en la ciudad de Quito se dividieron en un 40% para Audi lo que representan un crecimiento del 11% con respecto al años 2013, 28% para BMW es decir un crecimiento de 3% y 32% para Mercedes Benz, un crecimiento del 100% por la inexistencia de ventas en el periodo anterior.





**Audi**

**Germanmotors S.A**

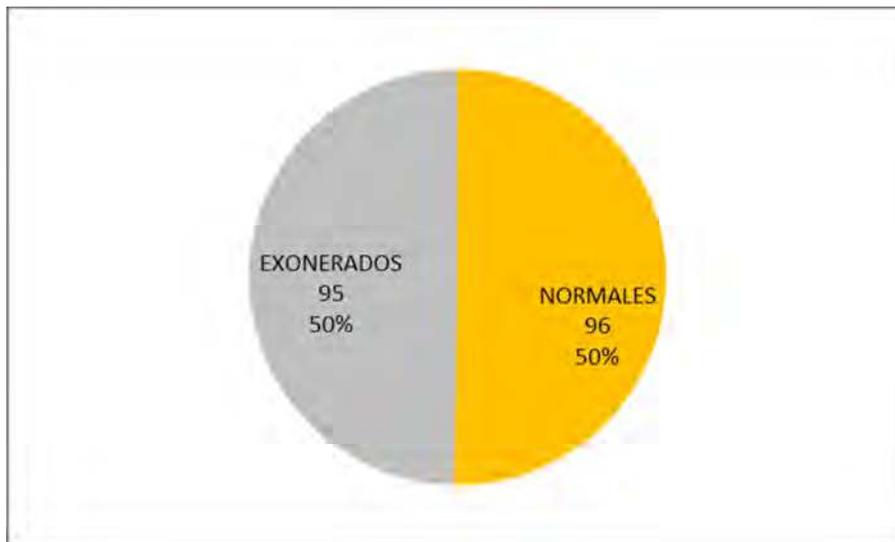
**Participación de mercado en la competencia directa Ecuador 2014 por segmento de vehículos.**

La división de las ventas por los segmentos identificados de vehículos durante el 2014 se presentó de la siguiente forma:

Segment (Audi Model)		MS		MS		MS	Total PS
<b>A0 (A1)</b>	2	0%	0	0%	6	0%	<b>8</b>
<b>A (A3)</b>	29	29%	0	0%	18	38%	<b>47</b>
<b>B (A4, A5)</b>	8	14%	51	86%	52	0%	<b>111</b>
<b>C (A6, AR)</b>	16	0%	20	0%	10	0%	<b>46</b>
<b>D (A7, A8, R8)</b>	2	0%	0	0%	2	0%	<b>4</b>
<b>FUN (TT)</b>	0	0%	0	0%	3	0%	<b>3</b>
<b>SUB A (Q3)</b>	25	0%	1	0%	0	0%	<b>26</b>
<b>SUV B (Q5)</b>	89	83%	34	17%	11	0%	<b>134</b>
<b>SUV C (Q7)</b>	20	53%	38	47%	23	0%	<b>81</b>
<b>SUV SAC</b>	0	0%	6	0%	4	0%	<b>10</b>
<b>Total per brand</b>	<b>191</b>	<b>41%</b>	<b>150</b>	<b>32%</b>	<b>129</b>	<b>27%</b>	<b>470</b>

**Distribución de las ventas Audi por tipo de venta 2014**

La distribución de las ventas de acuerdo al tipo de venta ya sea ventas normales con impuestos o exoneradas de impuestos se dividió de la siguiente forma:





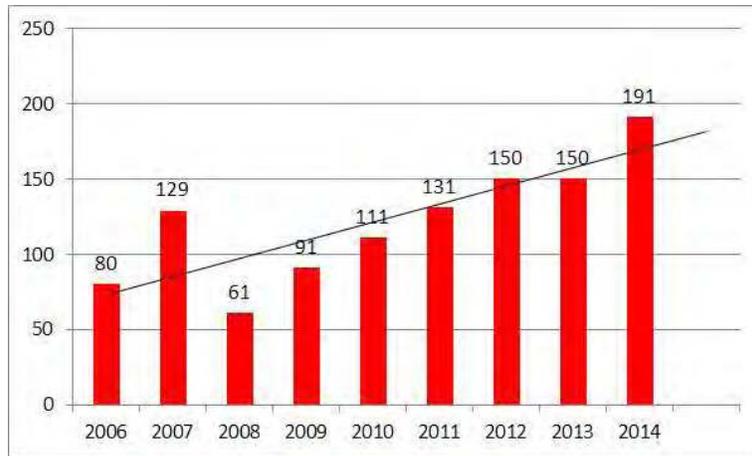
**Audi**

**Germanmotors S.A**

**Ventas Audi Ecuador 2014**

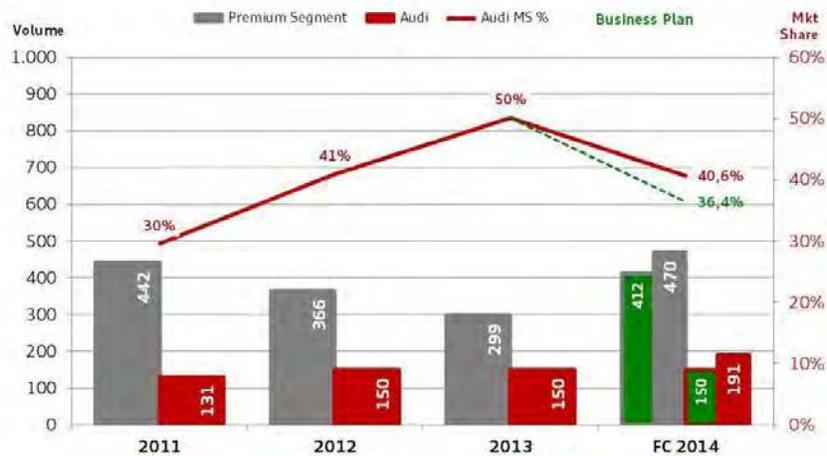
**Evolución de las ventas al detalle Audi 2014**

La evolución de las ventas de la marca Audi se plasman en el siguiente gráfico, podemos ver una marcada tendencia de crecimiento acentuada en el último año en el que el crecimiento con relación al periodo 2013 fue de 27.33%



**Evolución de Audi en la participación de mercado**

La participación de mercado de Audi mantuvo un crecimiento durante los años 2011, 2012 y 2013, esta se vio afectada con un decrecimiento de 9.4 puntos porcentuales debido a la entrada de Mercedes Benz como nuevo competidor ubicándose en 40.6% al cierre del 2014.



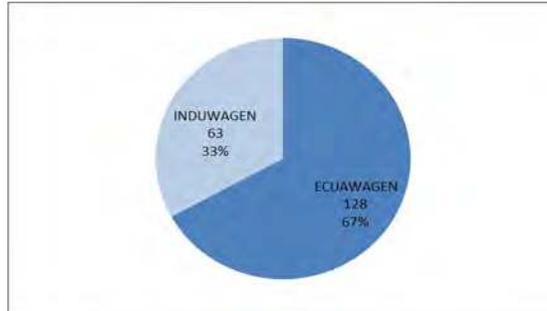


**Audi**

**Germanmotors S.A**

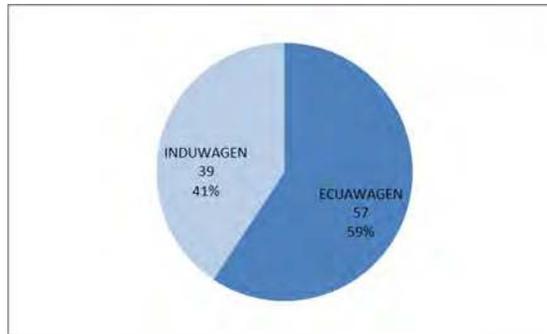
### **Participación de las ventas Audi por ciudades 2014**

Durante el año 2014 la participación de Audi dividida en sus dos concesionarios de Quito y Guayaquil se explica en los siguientes gráficos:



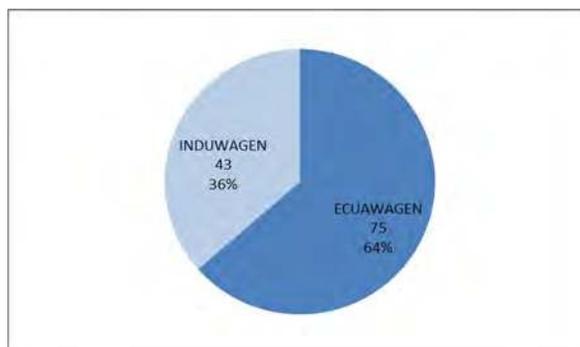
### **Participación de las ventas de vehículos de importación normal por ciudades 2014.**

La distribución de las ventas exclusivamente de vehículos con importación normal y pago de impuestos fue de la siguiente forma:



### **Participación de las ventas de vehículos de importación exoneradas de impuestos por ciudades 2014.**

La distribución de las ventas exclusivamente de vehículos exonerados de incluidos diplomáticos y discapacitados fue de la siguiente forma:

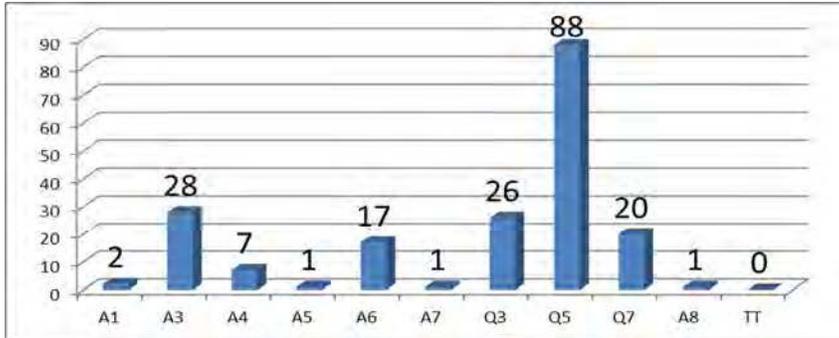




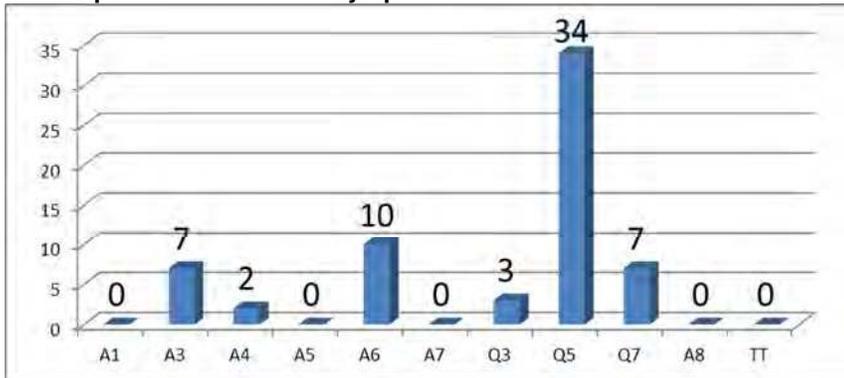
**Audi**

## Ventas por modelo Audi Ecuador 2014

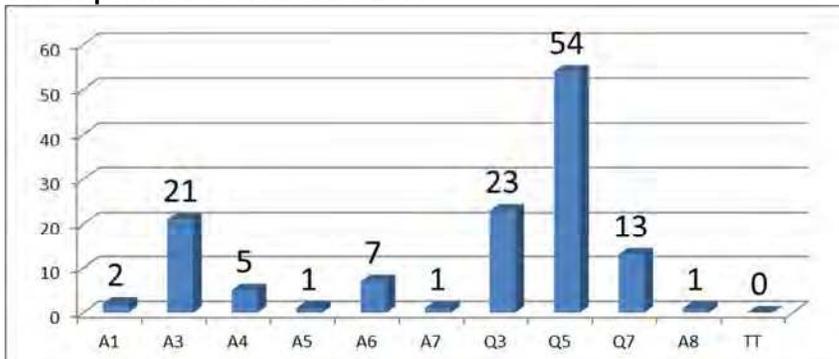
La mayor concentración de ventas está en el modelo Q5 con 88 unidades y 46% de las ventas totales; seguido por el Audi A3 con 28 ventas y 14.65% de las ventas, este modelo ganó participación gracias a la introducción del nuevo modelo Audi A3 sedan, El Audi Q3 tuvo ventas de 26 unidades y 13.6%, el crecimiento de este modelo en particular se debió a la campaña conjunta con Audi Latin America en la que obtuvimos descuentos en las facturas de fábrica que fueron transferidos a los clientes de vehículos exonerados.



## Ventas por modelo Audi Guayaquil 2014



## Ventas por modelo Audi Quito 2014





**Audi**

**Germanmotors S.A**

**Distribución de cupos de importación para vehículos con impuestos 2014**

En el año 2014 debido a las restricciones de cupos por parte del gobierno realizamos las gestiones necesarias para adquirir cupos de las compañías: Corporación Carrera, Daihauto, Divesa y Mosumi. Cupos que fueron repartidos a los concesionarios de acuerdo a la siguiente tabla, gracias a la utilización de estos cupos logramos llegar a 191 unidades reportadas en el año 2014 y ubicarnos en el primer lugar de ventas del segmento Premium.

Importador	Unidades	Ecuawagen	%	Induwagen	%
Corporacion Carrera	26	15	57,69%	11	42,31%
Daihauto	4	4	100,00%	0	0,00%
Divesa	7	5	71,43%	2	28,57%
Mosumi	19	8	42,11%	11	57,89%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>32</b>	<b>57,14%</b>	<b>24</b>	<b>42,86%</b>

**VENTAS POR MODELOS CON CUPOS DE TERCEROS 2014**

Modelos	SUMAN TOTAL			CORPORACION CARRERA			DAIHAUTO			DIVESA			MOSUMI		
	Nro.	EW	IW	Nro.	EW	IW	Nro.	EW	IW	Nro.	EW	IW	Nro.	EW	IW
A3 1.2	5	4	1	-	-	-	-	-	-	2	2	-	3	2	1
A3 1.8	4	2	2	-	-	-	-	-	-	4	2	2	-	-	-
A4 1.8	1	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A5 1.8	1	1	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A6 2.0	6	2	4	1	1	-	-	-	-	-	-	-	5	1	4
A7 3.0	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-
Q3 2.0	7	5	2	5	4	1	-	-	-	-	-	-	2	1	1
Q5 2.0	27	12	15	17	7	10	2	2	-	-	-	-	8	3	5
Q7 3.0	4	4	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-
<b>Suman</b>	<b>56</b>	<b>32</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>15</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>11</b>



**Audi**

**Germanmotors S.A**

**Marketing Audi Ecuador 2014**

En el año 2014 las inversiones de Marketing se hicieron de manera compartida entre los concesionarios y German Motors, apoyando la empresa con el 50% de los gastos de publicidad además de correr con el 100% de ciertos gastos como detallamos a continuación.

**Detalle de gastos en eventos Audi 2014**

FECHA CORTE: 31 DE OCTUBRE DE 2014					
PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE					
TIPO DE INVERSIÓN: EVENTOS					
CONCEPTO GENERAL	MES	APORTE ECUAWAGEN	APORTE INDUWAGEN	APORTE GERMAN MOTORS	TOTAL
XVIII FERIA DEL CABALLO DE PURA RAZA ESPAÑOLA	MARZO	3124.8	N/A	3124.8	6249.6
RUEDA DE PRENSA VISITA DIEGO RAMOS	MARZO	N/A	N/A	1582.56	1582.56
CONCIERTO CASA DE LA MUSICA CAMARA DE MUNICH	ABRIL	7153.09	N/A	7153.09	14306.18
REGATTA AUDI MANTA	MAYO	N/A	2000	2000	4000
IV COPA AUDI MITAD DEL MUNDO	JUNIO	8,452.69	N/A	8,452.69	16905.39
COCTEL GRUPO CENTROAMERICANO (CANCELLERIA)	SEPTIEMBRE	2072	N/A	2072	4144
204 AÑOS INDEPENDENCIA DE MEXICO	SEPTIEMBRE	1250	N/A	1250	2500
CONCIERTO DIEGO EL CIGALA	SEPTIEMBRE	1799.6	N/A	1799.6	3599.2
CONCIERTO LOS VIVANCOS	OCTUBRE	2296.5	N/A	2296.5	4593
VIRTUOSOS DE SIBERIA-CASA DE LA MUSICA	OCTUBRE	2381.79	N/A	2381.79	4763.58
EXPOALEMANIA 2014	OCTUBRE	N/A	1680	1680	3360
X COPA GALAPAGOS 2014	OCTUBRE	N/A	11097.52	11097.52	22195.04
AUDI BRITISH POLO CUP 2014	OCTUBRE	6782.83	N/A	6782.83	13565.67
FONSECA SINFONICO	NOVIEMBRE	3520	N/A	3520	7041
AUDI CHEF EXPERIENCE 1 EDICION	NOVIEMBRE	707.84	N/A	707.84	1415.68
FESTIVAL CINEMATOGRAFICO LA ORQUIDEA	NOVIEMBRE	6762.85	N/A	6762.85	13525.7
FIESTAS DE QUITO CLUB EL CONDADO	DICIEMBRE	3750	N/A	3750	7500
TOTAL POR DEALER CON IVA		50,053.99	14,777.52	66,414.07	
TOTAL POR DEALER SIN IVA		44,691.06	13,194.21	59,298.27	
<b>GRAN TOTAL CON IVA</b>					<b>131,246.60</b>
<b>GRAN TOTAL SIN IVA</b>					<b>117,184.46</b>

**Resumen consolidado de inversión en marketing Audi 2014**

<b>DETALLE CONSOLIDADO MARKETING AUDI</b>				
FECHA CORTE: 31 DE OCTUBRE DE 2014				
PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE				
TIPO DE INVERSIÓN: PUBLICACIONES Y EVENTOS				
TOTAL POR DEALER CON IVA	79,625,03	41,742,84	101,657,87	
TOTAL POR DEALER SIN IVA	71,092,09	37,271,29	90,766,95	
<b>GRAN TOTAL CON IVA</b>				<b>223,025,97</b>
<b>GRAN TOTAL SIN IVA</b>				<b>199,130,33</b>



Audi

Germanmotors S.A

Detalle de gastos en publicaciones pagadas Audi 2014

FECHA CORTE: 31 DE OCTUBRE DE 2014				
PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE				
TIPO DE INVERSIÓN: PUBLICACIONES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
MEDIO	CONCEPTO GENERAL	MES	APORTE ECUAWAGEN	APORTE INDUWAGEN
REVISTA QUANTUM	REPORTAJE: ECUADOR LAND OF QUATTRO	ENERO	868	N/A
REVISTA COSAS	SOCIAL FIESTAS DE QUITO 2013	ENERO	1120	N/A
DIARIO EL COMERCIO	PUBLICIDAD SEMINUEVOS SECCION CLASIFICADOS	FEBRERO	483,84	N/A
REVISTA CARAS	PUBLICIDAD EXONERADOS DE IMPUESTOS	ABRIL	672	672
REVISTA DOLCE VITA	PUBLICIDAD AUDI A6 LAND OF QUATTRO	ABRIL	634,67	634,67
REVISTA PURA SANGRE	PUBLICIDAD EXONERADOS DE IMPUESTOS	ABRIL	504	N/A
REVISTA CARBURANDO	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	MAYO	949,76	949,76
REVISTA GATOPARDO	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	MAYO	560	560
DIARIO EL UNIVERSO	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	MAYO	N/A	2573,76
REVISTA COSAS	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	MAYO	833,33	833,33
REVISTA GENTLEMAN	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	JUNIO	597,33	597,33
REVISTA NUMBERS	REPORTAJE: EXPERIENCIA AUDI A3 SEDAN	JUNIO	672	N/A
REVISTA DOLCE VITA	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	JUNIO	634,66	634,66
REVISTA ABORDO TAME	REPORTAJE: NUEVO AUDI A3 SEDAN, LA EXPERIENCIA	JUNIO	1288	1288
REVISTA EKOS	REPORTAJE SPORTS & HOBBIES EL NUEVO AUDI A3 SEDAN GENUINO E INNOVADOR	JUNIO	896	896
REVISTA CARAS	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	JUNIO	672	672
REVISTA COSAS	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	JUNIO	833,33	833,33
REVISTA PURA SANGRE	REPORTAJE: AUDI, TECNOLOGIA QUE DA FORMA AL FUTURO	JUNIO	1466,64	N/A
REVISTA AUTO IN	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	JULIO	473,76	473,76
REVISTA GENTLEMAN	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	JULIO	597,33	597,33
REVISTA CLUBES	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	JULIO	224	224
REVISTA COSAS	SOCIAL: COPA AUDI MITAD DEL MUNDO	JULIO	1120	N/A
REVISTA HOLA	SOCIAL: COPA AUDI MITAD DEL MUNDO	JULIO	1120	N/A
REVISTA COSAS	PUBLIREPORTAJE: TOMMY SCHWARZKOPF EN LAS 24HS DE LE MANS	AGOSTO	746,66	746,66
REVISTA SUMMER	PUBLICIDAD EL TAMAÑO JUSTO PARA CADA VIAJE: LA FAMILIA Q	AGOSTO	261,33	261,33
CARBURANDO	PUBLICIDAD AUDI A6 PRESENCIA SUPREMA	SEPTIEMBRE	818,34	818,34
REVISTA AUTO IN	PUBLICIDAD AUDI A6 PRESENCIA SUPREMA	SEPTIEMBRE	473,76	473,76
REVISTA GENTLEMAN	PUBLICIDAD AUDI A6 PRESENCIA SUPREMA	SEPTIEMBRE	597,33	597,33
REVISTA OKONOMIA	SALUDO A ALEMANIA (FIESTA NACIONAL)	SEPTIEMBRE	N/A	672
REVISTA DIGITAL AWAKE	PUBLICIDAD AUDI A6 PRESENCIA SUPREMA	OCTUBRE	N/A	560
REVISTA EKOS	PUBLIREPORTAJE: AUDI A6 TEST DRIVE	OCTUBRE	924	N/A
REVISTA GENTLEMAN	PUBLICIDAD AUDI A6	OCTUBRE	597,33	597,33
REVISTA DOLCE VITA	PUBLICIDAD AUDI A6	OCTUBRE	634,66	634,66
REVISTA COSAS	PUBLICIDAD TACOMETRO	OCTUBRE	833,33	833,33
REVISTA CARAS	PUBLICIDAD POSTVENTA CIGÜEÑAL	OCTUBRE	672	672
REVISTA SAMPORONDON	PUBLICIDAD AUDI A6 PRESENCIA SUPREMA	OCTUBRE	N/A	750
REVISTA DIGITAL AWAKE	PUBLICIDAD A3 MI PRIMER AUDI GARAGE	NOVIEMBRE	N/A	560
REVISTA DIGITAL AWAKE	PUBLICIDAD A3 MI PRIMER AUDI GARAGE	NOVIEMBRE	N/A	560
REVISTA GENTLEMAN	PUBLICIDAD TACOMETRO POSTVENTA	NOVIEMBRE	597,33	597,33
REVISTA CARAS	PUBLICIDAD TACOMETRO POSTVENTA	NOVIEMBRE	672	672
REVISTA COSAS	PUBLICIDAD A3 CAMPEON DEL MUNDO	NOVIEMBRE	746,66	746,66
CATALOGO LA GUARDA	PUBLICIDAD A6 PRESENCIA SUPREMA	NOVIEMBRE	560	560
REVISTA COSAS	PUBLICIDAD A3 CAMPEON DEL MUNDO	DICIEMBRE	746,66	746,66
REVISTA ACCELERANDO	PUBLICIDAD TACOMETRO POSTVENTA	DICIEMBRE	600	600
REVISTA CARAS	PUBLICIDAD: A3 CAMPEON DEL MUNDO	DICIEMBRE	672	672
REVISTA DOLCE VITA	PUBLICIDAD: A3 CAMPEON DEL MUNDO	DICIEMBRE	634	634
REVISTA GENTLEMAN	PUBLICIDAD: A3 CAMPEON DEL MUNDO	DICIEMBRE	560	560
TOTAL POR DEALER CON IVA			23.779,39	20.616,67
TOTAL POR DEALER SIN IVA			20.192,53	16.749,33
<b>GRAN TOTAL CON IVA</b>				
<b>GRAN TOTAL SIN IVA</b>				



**Audi**

**Germanmotors S.A**

**Detalle de Free Press Audi 2014**

MEDIO	CONCEPTO GENERAL	MES	VALOR APROX PUBLICACION
REVISTA EKOS	REPORTAJE: AUDI INAUGURA NUEVA FABRICA EN ALEMANIA	ENERO	2690
REVISTA CARBURANDO	REPORTAJE: AUDI PRESENTO SUS NUEVOS OJOS LASER	ENERO	2850
REVISTA CARBURANDO	REPORTAJE: AUDI BUSCA CREAR GASOLINA SINTETICA	FEBRERO	5600
REVISTA AUTO IN	REPORTAJE: BEST CAR OF THE YEAR	FEBRERO	2842
DIARIO EL COMERCIO	MINI REPORTAJE: AUDI VIVIO UN 2013 CON MAYOR VENTA	MARZO	857,83
REVISTA ACELERANDO	REPORTAJE: DETROIT SUPONE EL FIN DE UNA ETAPA DE CRISIS	MARZO	2850
REVISTA ACELERANDO	REPORTAJE: AUDI R8 E-TRON LISTO PARA GANAR EL WEC 2014	MARZO	2850
REVISTA AUTO MAGAZINE	REPORTAJE: VICEPRESIDENTE DE AUDI LATINOAMERICA VISITA ECUADOR	MARZO	1200
REVISTA CARBURANDO	REPORTAJE: AUDI IMPUSO RECORDS EN EL MUNDO	MARZO	2850
CATALOGO GANADERO	Q7 LAND OF QUATTRO (CIRCULANTE PERO VALE POR AUSPICIO A LA FERIA)	MARZO	800
REVISTA CARAS	SOCIAL RUEDA DE PRENSA VISITA DIEGO RAMOS	ABRIL	2240
REVISTA CARAS	SECCION NEGOCIOS RUEDA DE PRESA VISITA DIEGO RAMOS	ABRIL	1400
REVISTA DOLCE VITA	SOCIAL RUEDA DE PRENSA VISITA DIEGO RAMOS	ABRIL	2200
REVISTA DOLCE VITA	REPORTAJE: LUXURY DRIVING	ABRIL	1400
REVISTA COSAS	SOCIAL: FERIA DEL CABALLO DE PURA RAZA ESPAÑOLA	ABRIL	2240
REVISTA CLUBES	SOCIAL FERIA DEL CABALLO DE PURA RAZA ESPAÑOLA	ABRIL	1400
REVISTA PURA SANGRE	PUBLIREPORTAJE FERIA CLUB EL CONDADO	ABRIL	2934
REVISTA NUMBERS	SECCION NEGOCIOS RUEDA DE PRESA VISITA DIEGO RAMOS	ABRIL	1400
REVISTA CARBURANDO	ESPECIAL SEDANES: AUDI A3 SEDAN	MAYO	2850
REVISTA COSAS	REPORTAJE: TESTIGO DEL FENOMENO MC. CARTNEY	MAYO	4000
REVISTA COSAS	SOCIAL RUEDA DE PRENSA VISITA DIEGO RAMOS	MAYO	1400
REVISTA VALLES	SOCIAL: IMPORTANTE VISITA, DIEGO RAMOS EN ECUADOR	MAYO	1400
REVISTA CARAS	ESPACIO CREATIVO: SOCIAL CONCIERTO DE LA ORQUESTA CAMARA DE MUNICH	JUNIO	2240
REVISTA COSAS	SOCIAL: CONCIERTO ORQUESTA CAMARA DE MUNICH	JUNIO	1400
REVISTA AUTO IN	REPORTAJE: AUDI A3, PRIMER A3 SEDAN	JULIO	2842
REVISTA AUTO IN	REPORTAJE: INGENIERIA Y DISEÑO GENERAN PASIONES	JULIO	2842
REVISTA AUTO IN	REPORTAJE: AUDI, DISPUESTA A GANAR	JULIO	1421
REVISTA DOLCE VITA	REPORTAJE: NUEVO AUDI A3 SEDAN, LUJO SOBRE RUEDAS	JULIO	2400
REVISTA DOLCE VITA	REPORTAJE: LUXURY DRIVING AUDI TT S	JULIO	1400
REVISTA GATO PARDO	PUBLIREPORTAJE : AUDI A3 SEDAN	JULIO	1680
REVISTA ABORDO TAME	SOCIAL: COPA AUDI MITAD DEL MUNDO	AGOSTO	510
REVISTA CARBURANDO	SOCIAL: AUDI CELEBRO SU CONVENCION POSTVENTA EN QUITO	AGOSTO	712
REVISTA CLUBES	COPA AUDI MITAD DEL MUNDO	AGOSTO	1400
REVISTA CARBURANDO	AUDI FUE RECONOCIDO POR LA CONECTIVIDAD	AGOSTO	712
REVISTA CARBURANDO	ESPECIAL AUTOS DE LUJO: PUBLIREPORTAJE AUDI A6	SEPTIEMBRE	2850
REVISTA CARBURANDO	SOCIAL: AUDI SE REUNIÓ CON LOS MEDIOS ESPECIALIZADOS	SEPTIEMBRE	950
REVISTA CARAS	NEGOCIOS: AUDI SE REUNIÓ CON LOS MEDIOS LIVESTYLE	SEPTIEMBRE	1200
REVISTA AUTO IN	PUBLIREPORTAJE: TEST DRIVE AUDI A6 2.0 TFSI	SEPTIEMBRE	1420
REVISTA COSAS	SOCIAL: COCKTAIL GRUPO CENTROAMERICANO	SEPTIEMBRE	1400
REVISTA EKOS	AUDI SE REUNION CON LA PRENSA TEST DRIVE AUDI A6	OCTUBRE	600
REVISTA COSAS	SOCIAL: DIEGO EL CIGALA	OCTUBRE	1400
REVISTA DOLCE VITA	PROMOCIONAL: AUDI BRITISH POLO CUP	OCTUBRE	2200
REVISTA GENTLEMAN	PROMOCIONAL: AUDI BRITISH POLO CUP	OCTUBRE	1792
REVISTA CARAS	SOCIAL: LOS VIVANCOS	OCTUBRE	2240
REVISTA DOLCE VITA	SOCIAL: AUDI BRITISH POLO CUP	NOVIEMBRE	2200
REVISTA GENTLEMAN	SOCIAL: AUDI BRITISH POLO CUP	NOVIEMBRE	1792
REVISTA COSAS	SOCIAL: COPA GALAPAGOS 2014	NOVIEMBRE	1400
REVISTA CARAS	SOCIAL: COPA GALAPAGOS 2014	NOVIEMBRE	2240
REVISTA CARBURANDO	AUDI SALON DE SAO PAULO	NOVIEMBRE	2400
REVISTA CARBURANDO	PROLOGUE ANTICIPA A UN GRAN COUPE DE AUDI	NOVIEMBRE	950
REVISTA CARBURANDO	PORTADA AUDI TT 2015	NOVIEMBRE	5000
REVISTA CARBURANDO	PUBLIREPORTAJE: AUDI TT SE REINVENTA PERO ES FIEL A SU ORIGEN	NOVIEMBRE	3800
REVISTA CARBURANDO	PUBLIREPORTAJE: TTS PROPONE UN DESEMPEÑO SUPERIOR	NOVIEMBRE	2800
REVISTAS COSAS	SOCIAL: AUDI BRITISH POLO CUP	NOVIEMBRE	1400
REVISTA CARBURANDO	PUBLIREPORTAJE: AUDI NO PIERDE LA COSTUMBRE Y ENTREGO SUS AUTOS AL REAL MADRID	DICIEMBRE	2850
REVISTA CARBURANDO	PUBLIREPORTAJE: GRUPO VOLKSWAGEN BUSCA CRECER	DICIEMBRE	2850
REVISTA ACELERANDO	PUBLIREPORTAJE: AUDI A6 A LA VANGUARDIA DEL DISEÑO Y LA TECNOLOGIA	DICIEMBRE	2500
REVISTA ACELERANDO	SOCIAL: AUDI REALIZO UN ENCUENTRO CON PERIODISTAS DE LA INDUSTRIA	DICIEMBRE	660
REVISTA DOLCE VITA	LUXURY DRIVING AUDI A3 Q.8 TFSI	DICIEMBRE	633
REVISTA GENTLEMAN	NOVEDADES 2015: AUDI TT TFSI 2015	DICIEMBRE	560
REVISTA GENTLEMAN	PUBLIREPORTAJE: AUDI, EL SECRETO DEL ÉXITO	DICIEMBRE	3360
REVISTA GENTLEMAN	PUBLIREPORTAJE: AUDI BRITISH POLO CUP	DICIEMBRE	3360
REVISTA AUTO IN	MINI REPORTAJE AUDI A3 SPORTBACK	DICIEMBRE	600
REVISTA AUTO IN	MINI REPORTAJE AUDI TT 2015	DICIEMBRE	600
TOTAL POR DEALER CON IVA			
TOTAL POR DEALER SIN IVA			
<b>GRAN TOTAL CON IVA</b>			<b>127.819,83</b>

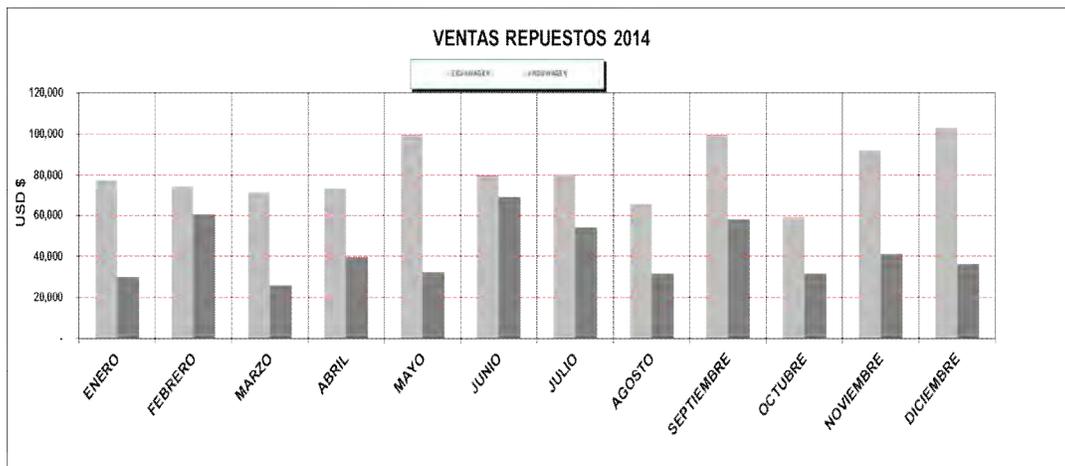
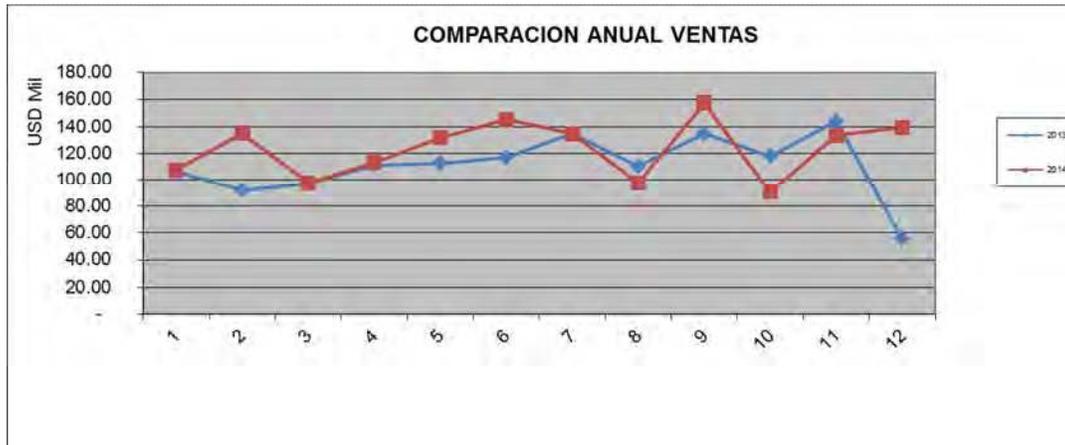


**Audi**

# Germanmotors S.A

## DEPARTAMENTO DE REPUESTOS

La facturación total del departamento de repuestos para el año 2014, fue de **USD 1'482,232**. El costo de ventas es de USD 1'083,562 dando un margen bruto de USD 398.670 (26.90% sobre ventas), con respecto al año 2013 hay un incremento del 11.30% en la facturación neta. Cabe mencionar que se incluye la facturación de las líneas **lubricantes y accesorios**, siendo las cifras de estas rubros USD 156,231 y USD 104,092 respectivamente.



### Datos del Negocio 2014

INVENTARIO PROMEDIO 2014	162.000
ROTACION PROMEDIO	6.02
GRADO DE SERVICIO	93%
COMPRAS A VW México 2014	712.500 (9.9% +2013)
OBJETIVO COMPRAS A VW México 2014	729.000 (97.7%)
COMPRAS LUBRICANTES	91,822



**REPORTE POSTVENTA 2014**

**Retail**

2014	PAIS			ECUAW AGEN			INDUW AGEN		
	Objetivo	Real	%	Objetivo	Real	%	Objetivo	Real	%
Pasos de Taller	3602	3414	94.8%	2381	2247	94.4%	1221	1167	95.6%
Horas vendidas	17766	17750	99.9%	11582	11342	97.9%	6184	6408	103.6%
Mano de Obra	702096	710416	101.2%	452501	453860	100.3%	249595	256556	102.8%
Repuestos	2183954	2127878	97.4%	1374361	1249145	90.9%	809593	878733	108.5%
Mano de Obra y Repuestos	2886050	2838294	98.3%	1826863	1703005	93.2%	1059188	1135289	107.2%

Los resultados a nivel país en retail fueron buenos durante 2014 resaltando la labor de Induwagen por sus indicadores obtenidos.

**Compras**

2014	PAIS			ECUAW AGEN			INDUW AGEN		
	Objetivo	Real	%	Objetivo	Real	%	Objetivo	Real	%
Compras	1482206	1486297	100.3%	1076909	976400	90.7%	405297	509896	125.8%
Repuestos	92762	104092	112.2%	72638	98111	135.1%	20124	5981	29.7%

Ecuawagen deberá trabajar en compras de repuestos e Induwagen en accesorios para que lleguen a sus objetivos propuestos.

**Campañas**

Campañas	PAIS			ECUAW AGEN			INDUW AGEN		
	Objetivo	Real	%	Objetivo	Real	%	Objetivo	Real	%
Taller	784	644	82.1%	501	404	80.6%	283	240	84.8%
PDI	2	2	100.0%	2	2	100.0%	0	0	N/A
Llamada	132	98	74.2%	83	63	75.9%	49	35	71.4%
Total	918	744	81.0%	586	469	80.0%	332	275	82.8%

Los resultados en campañas vienen desarrollándose bien conforme a las notificaciones de nuevas acciones sobre los vehículos del mercado.

**CSS**

CSS	PAIS		ECUAW AGEN	INDUW AGEN
	Target	Real	Real	Real
Satisfacción	7.2	6.9	6.5	7.8
QI	7.3	6.7	7.2	5.9
QII	7.4	6.4	6.8	5.6
QIV	7.5	7.7	7.4	8.2

El anterior año las encuestas del CSS han sido modificadas a modo On Line y los resultados en el número de encuestas han sido muy bajos, caso que repercute en los resultados País.

CSS	PAIS		ECUAW AGEN	INDUW AGEN
	Target	Real	Real	Real
Reparación Repetida	13	17.2	17.7	16
QI	13	13.3	13.3	13.3
QII	13	28.4	12.1	60
QIV	13	13.2	7.1	28.6

Las reparaciones repetidas si bien se acercan al target, se requiere de mayor trabajo dentro de los dealers para mejorar el desempeño postventa.

**Formación**

PERSONAL	TMD	ECUAW AGEN	INDUW AGEN
	Productivo	No Técnico	1.8
Técnico		9.0	8.4
Total		10.8	20.0
No Productivo	No Técnico	1.8	9.3
	Técnico	1.8	3.6
	Total	3.6	12.9
Ventas	No Técnico	3.3	9.7
	Técnico	0.0	1.0
	Total	3.3	10.7

TMD: Días de formación por concesionario a nivel técnico y no técnico.

En el anterior año se han desarrollado un número interesante de cursos a nivel técnico y no técnico bastante importante; lo cual ha permitido hacer la solicitud a fábrica para que realice más entrenamientos en sus diferentes niveles de ventas y postventa.



Germanmotors S.A

Resumen Postventa 2012



**Audi**

**Germanmotors S.A**

## **ESTADOS FINANCIEROS**

### **1.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**

#### **Al 31 de Diciembre de 2014**

- El valor total de los activos se disminuyó en US\$ -227 mil debido a:
  - o Disminución en Inventarios en US\$ -319 mil ya que hubo una disminución en los inventarios en tránsito,
  - o Diminución en caja y equivalente al efectivo en US\$ -67 mil por el pago de obligaciones financieras.
  - o Disminución en cuentas por cobrar comerciales en US\$ -133 mil
  - o Incrementó en otras cuentas por cobrar en US\$ 293 mil debido al aumento de ventas realizadas en diciembre por incremento de cupos de terceros.
  
- El pasivo corriente tiene un decremento de US\$ -264 mil y el pasivo a largo plazo se incrementa en US\$ 2 mil, debido a:
  - o Disminución en obligaciones por pagar a financieras en US\$ -201 mil, por pagos a Itochu Latin America
  - o Disminución en proveedores por pagar en US\$ -337 mil
  - o Otras cuentas por pagar y anticipos recibidos de clientes se incrementó en US\$ 274 mil.
  
- El patrimonio crece en US\$ 36 mil debido al resultado del año 2014
  
- La estructura financiera se mantiene con relación al año 2013, ya que el 86,9% de los activos se financiaron con pasivos.



**Audi**

**Germanmotors S.A**

	dic-13	dic-14	Variación Absoluta	Variación %
<b>Activos</b>				
<b>Activos Corrientes</b>	<b>3,227</b>	<b>3,002</b>	<b>-225</b>	<b>-6.99%</b>
Caja y Equivalentes de Caja	180	113	-67	-37.08%
Cuentas por Cobrar Comerciales	172	40	-133	-76.99%
Clientes Vehiculos	74	-	-74	-100.00%
Clientes Repuestos	98	40	-59	-59.67%
<b>Inventarios</b>	<b>2,070</b>	<b>1,752</b>	<b>-319</b>	<b>-15.39%</b>
Inventario de Repuestos	145	161	16	11.05%
Inventarios en Tránsito	1,922	1,585	-338	-17.56%
Inventario Boutique	16	17	1	6.02%
Provisión Obsolescencia Inventarios	(13)	(10)	2	-17.14%
<b>Gastos Anticipados y Otras Ctas x Cobrar</b>	<b>804</b>	<b>1,097</b>	<b>293</b>	<b>36.38%</b>
Otras Cuentas por Cobrar y Anticipos	761	1,092	330	43.38%
Gastos Anticipados	3	1	-2	-58.01%
Crédito Tributario y Anticipo Impuestos	36	1	-35	-98.54%
Activos Impuestos Diferidos	4	4	0	-2.72%
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>9</b>	<b>8</b>		
Propiedades y Equipos	7	6	-1	-15.38%
Inversiones	2	2	0	0.00%
<b>Total Activos</b>	<b>3,236</b>	<b>3,010</b>	<b>-227</b>	<b>-7.00%</b>

	dic-13	dic-14	Variación Absoluta	Variación %
<b>PASIVOS</b>	<b>2,878</b>	<b>2,616</b>	<b>-262</b>	<b>-9.11%</b>
<b>Pasivos Corrientes</b>	<b>2,873</b>	<b>2,608</b>	<b>-264</b>	<b>-9.20%</b>
Obligaciones por Pagar Financieras	1,742	1,541	-201	-11.52%
Proveedores por Pagar	820	483	-337	-41.13%
Cuentas por Pagar	232	255	23	10.07%
Anticipos Recibidos	35	280	245	694.17%
Beneficios Sociales	20	24	4	21.68%
Impuestos	23	25	2	6.59%
<b>Pasivos No Corrientes</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>37.56%</b>
Beneficios Sociales Largo Plazo	5	7	2	37.56%

<b>PATRIMONIO</b>	<b>358</b>	<b>394</b>	<b>36</b>	<b>9.92%</b>
<b>CAPITAL</b>	<b>266</b>	<b>270</b>	<b>3</b>	<b>1.30%</b>
Capital Social Pagado	250	250	0	0.00%
Reserva Legal	13	17	3	25.98%
Ajuste por primera vez adopción NIIF	3	3	0	0.00%
<b>RESULTADOS</b>	<b>92</b>	<b>124</b>	<b>32</b>	<b>34.85%</b>
Utilidades Retenidas	57	89	31	54.2%
Utilidad año corriente	35	36	1	2.67%
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>3,236</b>	<b>3,010</b>	<b>-227</b>	<b>-7.00%</b>



**Audi**

**Germanmotors S.A**

## 1.2. ESTADO DE RESULTADOS

**Del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2014**

- Las ventas totales se incrementaron en relación al año 2013 en US\$ 79 mil el 1.66%.
- El margen bruto aumenta en US\$ 36 mil en valor absoluto y el margen de rentabilidad pasa del 12.06% al 12,62%.
- Las comisiones ganadas en la venta de vehículos Audi exonerados aumenta en US\$ 58 mil.
- Los gastos operativos aumentan debido a que cada concesionario emitió una factura de US\$ 20 mil por concepto de apoyo de marketing, se realizó una provisión de US\$ 54 mil para gastos de marketing para el año 2015 y se entregó auspicios por US\$ 30 mil para otros eventos..
- Los gastos financieros se incrementan en US\$ 9 mil
- Los otros ingresos/gastos neto se incrementan en US\$ 35 mil (ingresos)
- El impuesto a la renta tiene un incremento de US\$ 24 mil.
- La utilidad neta tiene un crecimiento de US\$ 1 mil respecto al año anterior al pasar de US\$ 34.6 mil en el año 2013 a US\$ 35.6 mil en el año 2014.

	Acumulado		Variación	
	dic-13	dic-14	Absoluta	Relat.
<b>Ingresos</b>				
Vehículos	3,401	3,340	(61)	-1.78%
Repuestos	1,293	1,454	162	12.50%
Otros	49	27	(22)	-45.03%
<b>Total Ventas</b>	<b>4,743</b>	<b>4,822</b>	<b>79</b>	<b>1.66%</b>
<b>Total Costos</b>	<b>4,171</b>	<b>4,213</b>	<b>42</b>	<b>1.01%</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>572</b>	<b>608</b>	<b>36</b>	<b>6.38%</b>
<b>Margen bruto</b>	<b>12.06%</b>	<b>12.62%</b>	<b>0</b>	<b>4.65%</b>
Comisiones ganadas vehículos exonerados	117	175	58	49.47%
<b>Utilidad bruta mas comisiones exonerados</b>	<b>689</b>	<b>783</b>	<b>94</b>	<b>13.71%</b>
<b>Total Gastos Operativos</b>	<b>635</b>	<b>727</b>	<b>91</b>	<b>14.38%</b>
<b>Utilidad en Operación</b>	<b>54</b>	<b>57</b>	<b>3</b>	<b>5.70%</b>
Movimiento Financiero Neto	-3	-12	(9)	331.37%
Otros Ingresos / Gastos Neto	61	96	35	56.95%
<b>Utilidad (-Pérdida) antes de Participación</b>	<b>112</b>	<b>141</b>	<b>29</b>	<b>25.70%</b>
Participación Trabajadores	17	21	4	24.69%
Impuesto a la Renta	60	84	24	39.04%
<b>Total Deducciones</b>	<b>77</b>	<b>105</b>	<b>28</b>	<b>35.90%</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>34.6</b>	<b>35.6</b>	<b>1</b>	<b>2.95%</b>



**Audi**

**Germanmotors S.A**

### **RECONOCIMIENTO**

Al terminar este informe es propicia la oportunidad para dejar constancia de la efectiva y profesional dedicación de todo el personal de la compañía, así como quiero agradecer la gran labor de nuestro Presidente del Directorio Ing. Patricio Pinto y Vicepresidente del Directorio Ing. John Wiener

Muchas gracias a los señores Directores de la Empresa por la positiva, importante y permanente colaboración.

Para ustedes señores accionistas, en nombre del Directorio, la Presidencia del Directorio y en especial del mío propio, el testimonio de nuestra profunda y sincera gratitud.

Muy atentamente,

Diego Luna Lalama  
Gerente General



**Audi**

**Germanmotors S.A**

**INFORME DEL OFICIAL DE CUMPLIMIENTO**  
**2014**



Germanmotors S.A

**Audi**

Quito DM, 10 de marzo del 2015

Señores  
**ACCIONISTAS**  
**GERMANMOTORS S.A.**  
Presente.-

Señores Accionistas:

Dando cumplimiento a las obligaciones estipuladas en la Normativa de Prevención, Detección y Erradicación del Delito de Lavado de Activos y del Financiamiento al Terrorismo y Otros Delitos, emitida por la Unidad de Análisis Financiero y por la Superintendencia de Compañías emito el **Informe Anual de Prevención de Lavado de Activos** por el periodo del 01 de enero al 31 de diciembre de 2014, para conocimiento y aprobación de la junta general de accionistas de la compañía.

### **1.- Reuniones de Comité de cumplimiento**

Las reuniones de comité de cumplimiento se han realizado con regularidad todos los meses antes del día quince de cada mes y posterior a ello se ha enviado a la UAF los reportes de transacciones inusuales al igual que los reportes que han igualado y superado el umbral dentro del periodo estipulado en la normativa vigente.

Hasta la fecha el oficial de cumplimiento y el comité de cumplimiento no han detectado operaciones inusuales e injustificadas.

### **2.- Cumplimiento del Plan de Acción 2014**

De acuerdo a lo previsto en el Plan Operativo Anual de actividades de cumplimiento en Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento al Terrorismo y Otros Delitos, durante el año 2014 se realizaron las acciones y cursos planificados en materia de prevención.

### **3.- Cumplimiento de Reportes:**

Germanmotors SA ha cumplido con las disposiciones establecidas, reportando hasta antes del día quince de cada mes:

Reportes a la UAF:

- Reporte de no existencia de operaciones o transacciones económicas inusuales e injustificadas (ROI)
- Reporte de las transacciones económicas que igualen o superen los diez mil dólares de los estados unidos de América (USD 10.000,00) o su equivalente de otras monedas. Así como las operaciones y transacciones múltiples que, en conjunto, sean iguales o superiores a dicho umbral, cuando sean realizadas en beneficio en una misma persona y dentro de un periodo de treinta días (RESU)
- Actualización de datos, obtención de nuevos títulos académicos y/o certificados de nuevos cursos recibidos del Oficial de Cumplimiento, enviado a la UAF en junio de 2014

Reportes y notificación a la Superintendencia de Compañías:

- Notificación de definición de políticas, procedimientos y mecanismos de Prevención de Lavado de Activos,
- Notificación de la implementación de los procesos para el conocimiento del cliente, del mercado, del colaborador/empleo y del proveedor,



## Audi

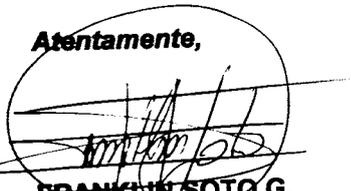
- Notificación de los procesos de monitoreo, definición de alertas, sistemas de análisis, reporte y software para la aplicación de la normativa
- Notificación del Código de Ética y Manual de Prevención de Lavado de Activos.
- Envío del informe de auditoría externa e Informe de comisario sobre el grado de cumplimiento del año 2013
- Envío del Plan Operativo de Actividades para el año 2014
- Envío del informe de cumplimiento del plan operativo de actividades del año 2013
- Actualización de datos de oficial de cumplimiento

#### 4.- Conclusiones

El Oficial de Cumplimiento, informa que ha cumplido con todas las funciones establecidas en la normativa vigente.

Agradezco a los señores accionistas de la empresa GERMANMOTORS S.A., por haberme distinguido con el cargo de OFICIAL DE CUMPLIMIENTO de la compañía y a la administración de GERMANMOTORS SA por su respaldo y apoyo brindado para poder cumplir con la responsabilidad a mi encomendada.

**Atentamente,**



**FRANKLIN SOTO G.**

**OFICIAL DE CUMPLIMIENTO**



Audi

Germanmotors S.A

**PLAN DE TRABAJO OFICIAL DE  
CUMPLIMIENTO EJERCICIO 2015**



**Audi**

**Germanmotors S.A**

Quito DM, 10 de marzo del 2015

**Señores  
ACCIONISTAS  
GERMANMOTORS S.A.  
Presente.-**

Señores Accionistas:

Dando cumplimiento a lo estipulado en la resolución vigente emitida por la Superintendencia de Compañías, el oficial de cumplimiento de Germanmotors SA emite el **Plan Operativo Anual de Actividades de Cumplimiento de Preveñción de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Otros Delitos**, para el periodo del 01 de enero al 31 de diciembre de 2015, así como también el Programa de Capacitación interna de la empresa Germanmotors SA, para conocimiento y aprobación de la junta general de accionistas de la compañía.

#### **PLAN OPERATIVO ANUAL DE ACTIVIDADES**

El Plan Operativo Anual, incluye un programa de capacitación interno a ser realizado por la compañía, y dando cumplimiento al Art. 39.9 de la resolución N° SCV.DSC.14.009 a continuación se describe el programa de capacitación anual:

1. Desarrollar un programa de capacitación anual con el fin de instruir a nuestros empleados, colaboradores y accionistas sobre:
  - a. Las normas legales y reglamentarias vigentes en materia de prevención de lavado de activos, de financiamiento del terrorismo y otros delitos, incluyendo las modificaciones o reformas que pudieran haberse incorporado.
  - b. Las políticas, procedimientos y mecanismos que haya adoptado la compañía para prevenir el lavado de activos, el financiamiento del terrorismo y otros delitos.
  - c. Las señales de alerta establecidas para detectar operaciones o transacciones económicas inusuales e injustificadas.
  - d. Las tipologías detectadas que se enmarquen en el delito de lavado de activos, del financiamiento del terrorismo y otros delitos.
2. El programa de capacitación lo presentamos por escrito y cumple, al menos, con las siguientes condiciones:
  - a. Será impartido durante el proceso de inducción de los nuevos empleados y de terceros relacionados con el negocio, en caso de ser procedente su contratación.
  - b. Será constantemente revisado y actualizado.
  - c. Contará con mecanismos de evaluación de los resultados obtenidos con el fin de determinar la eficacia de dichos programas, comparando su nivel de cumplimiento con los objetivos propuestos.
  - d. El alcance de estos programas, los medios que se emplearán para ejecutarlos y los procedimientos que se utilizarán para evaluarlos, serán establecidos en Plan Operativo Anual.

A continuación el Plan Operativo Anual de actividades de Prevención de Lavado de Activos Financiamiento al Terrorismo y Otros Delitos:



Germanmotors S.A

Audi

GERMANMOTORS SA

PLAN OPERATIVO ANUAL DE ACTIVIDADES DE CUMPLIMIENTO PREVENCIÓN DE LAVADO DE ACTIVOS, FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO Y OTROS DELITOS

Envío de reportes RESU y ROI	Mensual	
Actualización de datos de oficial de cumplimiento	Anual	
Envío del informe de cumplimiento de la capacitación interna del año 2014	Anual	
Envío del plan anual de capacitación Interna para el año 2015	Anual	
Envío del informe de auditoria externa e Informe de comisario sobre el grado de cumplimiento del año 2014	Anual	
Envío del plan operativo de actividades para el año 2015	Anual	
Envío del informe de cumplimiento del plan operativo de actividades del año 2014	Anual	
Actualización de datos de oficial de cumplimiento	Anual	
Aprobación de Manual de Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento de Terrorismo y Otros Delitos	Anual	
Aprobación del informe de actividades del año 2014	Anual	
Aprobación del informe de auditoria externa y comisario del año 2014	Anual	
Aprobación Plan Operativo Anual (POA) de actividades de Prevención de Lavado de Activos para el año 2015	Anual	
Aprobación del Plan de Capacitación Interna en Prevención de Lavado de Activos para el año 2015	Anual	
Convocar y asistir al Comité de Cumplimiento	Mensual	
Elaboración y custodia de actas del Comité de Cumplimiento	Mensual	
Elaboración del informe del oficial de cumplimiento para la presentación al Comité	Mensual	
Conocer y analizar los reportes de transacciones inusuales e injustificadas	A solicitud	
Ejecución de auditoria sobre Política Conozca su cliente (estadísticas)	Trimestral	
Ejecución de auditoria sobre Política Conozca su personal (estadísticas)	Semestral	
Ejecución de auditoria Política Conozca su proveedor (estadísticas)	Semestral	
Ejecución de auditoria Política Conozca su mercado (estadísticas)	Semestral	
Recepción de transacciones inusuales e inustificadas	A solicitud	
Análisis de información sobre transacciones con señales de alerta	A solicitud	
Absolución de consultas del personal	A solicitud	
Capacitación del Oficial de Cumplimiento	Semestral	
Capacitación a personal de la compañía	Semestral	
Capacitación al personal nuevo	A solicitud	
Evaluación de resultados obtenidos para medir la eficacia de los programas de capacitación	Semestral	
Difusión de manual y políticas de Prevención de Lavado de Activos	Trimestral	
Comunicación a personal	Semestral	
Verificar la adecuada conservación y custodia de los documentos de clientes, proveedores y empleados materia de prevención de lavado de activos	Mensual	
Elaboración del informe a la Gerencia General sobre el Grado de Cumplimiento	Trimestral	
Actualizar el manual de prevención, el código de ética para prevenir el lavado de activos, el financiamiento del terrorismo y otros delitos	Cuando se lo requiera	Cuando se emita o actualice la normativa aplicable por parte de los organismo de control.

Atentamente,

FRANKLIN SOTO G.  
OFICIAL DE CUMPLIMIENTO