



Audi Zentrum Quito

Germanmotors S.A

INFORME ANUAL 2015

Quito, Marzo 2016

INFORME DE DIRECTORIO Y GERENTE
GENERAL

Quito, D.M., 29 de marzo del 2016

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 2015, aprobado por Directorio.

Atentamente,

Diego Luna Lalama
Gerente General

ENTORNO MACRO ECONÓMICO A DICIEMBRE DEL AÑO 2015

El año 2015 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 2015.

INDICADOR RELEVANTE

El factor más relevante de la evolución de la economía ecuatoriana durante el 2015 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 42,50 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 al comienzo del año 2015, que se ubicó en US\$84.16 por barril. Las últimas semanas de diciembre el precio del petróleo ecuatoriano se cotizó por debajo de los USD30 y desde octubre no superó los USD40, entre abril y junio el precio bordeó los USD54.

VARIACIÓN EN EL NIVEL DE PRECIOS

El país cerró con una inflación anual del 3.38% según el último informe del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Esta cifra representa 0,32 puntos porcentuales menos que la inflación del año 2014 que se fijó en 3.7%. Esta reducción se explica porque durante el año 2015 hubo meses en que los precios ciertos productos bajaron. Con menos demanda de bienes y servicios las empresas hacen un ajuste de precios para poder vender.

BANCA

La desaceleración económica que vivió el país en el 2015 se refleja en las cifras que arrojó el sector bancario al final del año.

De acuerdo con la Superintendencia de Bancos, al cierre del 2015, la cartera bruta de crédito de los Bancos privados alcanzó los USD18.773 millones, esto es, un 4% menos comparado con el año previo, cuando la cartera fue de US\$19.651 millones. El crédito de consumo es el que presenta un mayor decremento interanual. Mientras que al finalizar el 2014 la cartera de crédito de consumo llegó a 6.924 millones; en el 2015, la suma de la cartera de crédito de consumo prioritario y ordinario fue de USD6.331 millones. Esta reducción impactó en el sector automotor.

Igual que el resto de empresas privadas la banca sintió la recesión técnica del país durante todo el año 2015, sobre todo en el segundo semestre. La rentabilidad de la banca privada sobre su patrimonio promedio pasó del 11.95% en el 2014 a 8.96% en el 2015.

Hubo menos dinero en la economía. Buena parte de los retiros de los depósitos que se dieron durante el 2015 fueron de empresas grandes y pequeñas, que usaron sus ahorros en la banca para hacer frente a la caída de las ventas.

Esa menor liquidez en la economía se reflejó también en el aumento de la morosidad, es decir, la recuperación de los créditos. Ese indicador pasó del 2.8% al 3.7% en un año.

RIESGO PAÍS

El indicador para medir la capacidad del país para cumplir con sus obligaciones (pagos) externos subió de 817 puntos que estuvo a finales del año 2014 a 1266 puntos a finales del año 2015

Pese a los esfuerzos que realizó el Gobierno durante los últimos meses del año para bajar el riesgo país, este indicador clave para inversionistas no ha dejado de subir.

INVERSIÓN EXTRANJERA

La inversión extranjera directa que recibió el país entre enero y septiembre del año 2015 llegó a USD432 millones según cifras del Banco Central del Ecuador. Esta representa una caída al comparar con los USD516 millones que llegaron en el mismo período del 2014.

DESEMPLEO

El 2015 cerró con desempleo del 4.77%, mientras en el 2014 fue del 3.8%. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), las cifras laborales se deterioraron al cierre del año pasado. La tasa de empleo adecuado cayó 2.8 puntos en diciembre respecto al mismo mes del año 2014 y desempleo creció en 0,98 puntos. La tasa de empleo fue del 46.5% al 2105 mientras que el 2014 fue del 48.0% la pobreza creció en 0.79 puntos porcentuales.

Las compañías explican que esta situación se debe a que su producción y sus ventas se han reducido. Los sectores con menos demanda laboral y con más ajustes de personal han sido la construcción, el petrolero y el automotor.

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 cuatro 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. El Parlamento europeo aprobó la resolución para la Adhesión del Ecuador al acuerdo Comercial Multipartes (ACM) que integran Perú y Colombia con la Unión Europea.

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 diciembre del año 2015 la balanza alcanzó un déficit de 2092 millones, es decir un descalabro del 1359 % con relación al mismo lapso del año pasado. Las exportaciones en el 2014 fueron 25.732 millones y en la 2015 fueron de 18.365 millones. Y las importaciones fueron de enero a diciembre del 2014 US\$26.444 millones y en el mismo período del 2015 fueron 20.458 millones.

Las autoridades gubernamentales reaccionaron imponiendo barreras a las importaciones de los bienes no petroleros (salvaguardias), política que puede permitir reducir el déficit en el corto plazo, pero encarecen precios y afecta la competitividad de los productos nacionales.

DEUDA EXTERNA.

La deuda externa ecuatoriana a finales del 2015 (octubre) fue de USD32.415,70 millones que corresponde al 32.7 % del PIB. Al final del 2014 fue de USD28.405 millones que corresponde al 28.1% del PIB nominal.

CONSUMO FINAL HOGARES La canasta básica familiar en diciembre 2015 costó USD669,96 y en el año 2014 fue de 638,06

EVOLUCION DEL NEGOCIO

SECTOR AUTOMOTOR

En el año 2015, la industria automotriz registró la venta de 81.309 vehículos que representan un decremento de 38.751 unidades; con relación al año anterior en el que se vendieron 120.060 vehículos, el decremento representa el 32.28%.

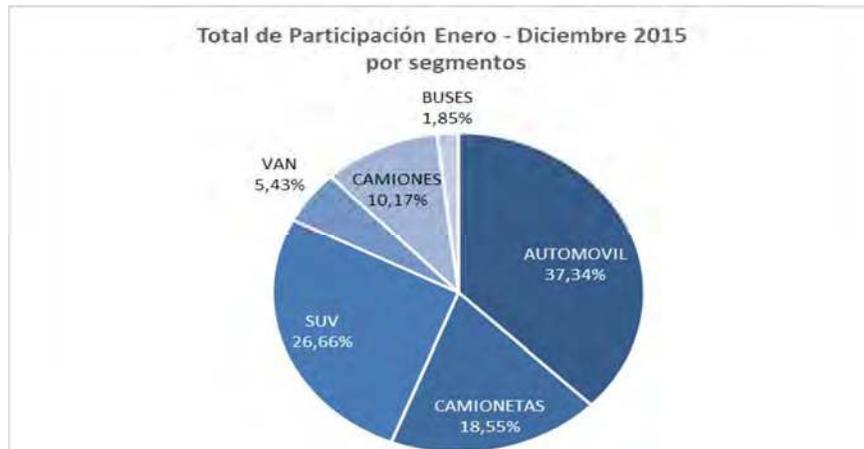
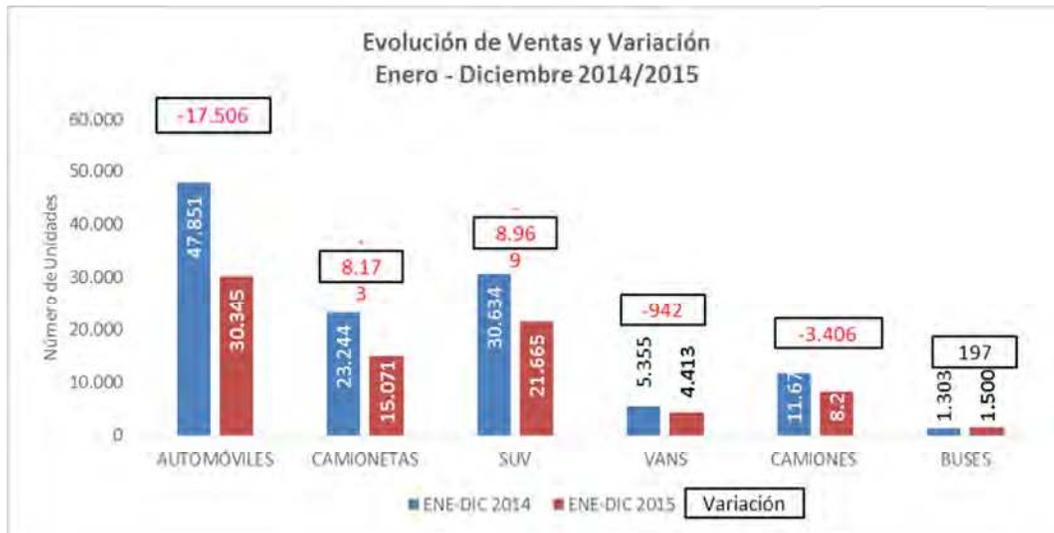
El líder de venta en el año sigue siendo Chevrolet con 40.265 unidades vendidas con una participación del 49.52% del mercado, frente al 44,62% del año anterior con 53.574 unidades vendidas.

En segundo lugar está la marca Kía con 7.647 unidades vendidas y una participación del 9.40% del mercado, un decremento de 4.391 unidades que equivale al 36.48% menos. En tercer lugar se encuentra la marca Hyundai con ventas de 5.678 unidades y una participación del 6.98% del total, con un decremento de 4.945 unidades que equivale al 46.55%.

La marca Audi tuvo un decremento en 9 vehículos al pasar de 191 unidades en el año 2014 a 182 unidades en el año 2015 que equivale a un -0.60% de decremento en el mercado, sin embargo y por cuarto año consecutivo mantenemos el primer lugar del sector Premium (Mercedes Benz, BMW y Porsche).



| MARCA | AÑO 2013 | | AÑO 2014 | | AÑO 2015 | |
|----------------|----------------|-------------|----------------|-------------|---------------|-------------|
| | Nro. | % | Nro. | % | Nro. | % |
| CHEVROLET | 50,195 | 44.10 | 53,574 | 44.62 | 40,265 | 49.52 |
| KIA | 12,300 | 10.81 | 12,038 | 10.03 | 7,647 | 9.40 |
| HYUNDAI | 9,629 | 8.46 | 10,623 | 8.85 | 5,678 | 6.98 |
| NISSAN | 6,576 | 5.78 | 6,019 | 5.01 | 3,794 | 4.67 |
| MAZDA | 6,402 | 5.63 | 6,916 | 5.76 | 3,651 | 4.49 |
| TOYOTA | 6,426 | 5.65 | 6,476 | 5.39 | 3,651 | 4.49 |
| RENAULT | 2,533 | 2.23 | 2,487 | 2.07 | 1,128 | 1.39 |
| FORD | 4,086 | 3.59 | 4,164 | 3.47 | 1,771 | 2.18 |
| VOLKSWAGEN | 1,534 | 1.35 | 1,884 | 1.57 | 1,105 | 1.36 |
| AUDI | 150 | 0.13 | 191 | 0.16 | 182 | 0.22 |
| BMW | 149 | 0.13 | 150 | 0.12 | 114 | 0.14 |
| MERCEDES BENZ | 14 | 0.01 | 132 | 0.11 | 105 | 0.13 |
| PORSCHE | 41 | 0.04 | 43 | 0.04 | 36 | 0.04 |
| VOLVO | 25 | 0.02 | 35 | 0.03 | 30 | 0.04 |
| LAND ROVER | 27 | 0.02 | 34 | 0.03 | 23 | 0.03 |
| OTROS | 13,725 | 12.05 | 15,294 | 12.74 | 12,129 | 14.92 |
| TOTALES | 113,812 | 100 | 120,060 | 100 | 81,309 | 100 |





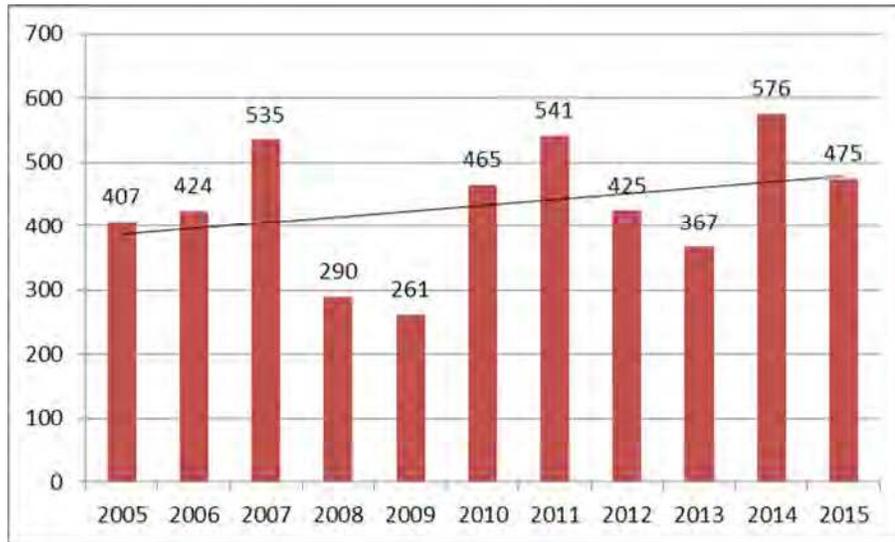
| MARCA | TOTAL ACUMULADO A DICIEMBRE 2014 | TOTAL ACUMULADO A DICIEMBRE 2015 | VAR. UNID. ACUM. 2015/2014 | VAR. % ACUM. 2015/2014 | PARTICIPACIÓN ACUM 2014 | PARTICIPACIÓN ACUM 2015 | VARIACIÓN PART. 2015 VS 2014 |
|---------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------|
| CHEVROLET | 53,574 | 40,265 | -13,309 | -24.84% | 44.62% | 49.52% | 4.90% |
| KIA | 12,038 | 7,647 | -4,391 | -36.48% | 10.03% | 9.40% | -0.62% |
| HYUNDAI | 10,623 | 5,678 | -4,945 | -46.55% | 8.85% | 6.98% | -1.86% |
| NISSAN | 6,019 | 3,794 | -2,225 | -36.97% | 5.01% | 4.67% | -0.35% |
| MAZDA | 6,916 | 3,651 | -3,265 | -47.21% | 5.76% | 4.49% | -1.27% |
| HINO | 4,578 | 3,385 | -1,193 | -26.06% | 3.81% | 4.16% | 0.35% |
| TOYOTA | 6,476 | 3,651 | -2,825 | -43.62% | 5.39% | 4.49% | -0.90% |
| GREAT WALL | 2,160 | 2,445 | 285 | 13.19% | 1.80% | 3.01% | 1.21% |
| FORD | 4,164 | 1,771 | -2,393 | -57.47% | 3.47% | 2.18% | -1.29% |
| RENAULT | 2,587 | 1,128 | -1,459 | -56.40% | 2.15% | 1.39% | -0.77% |
| CHERY | 1,117 | 1,059 | -58 | -5.19% | 0.93% | 1.30% | 0.37% |
| VOLKSWAGEN | 1,942 | 1,105 | -837 | -43.10% | 1.62% | 1.36% | -0.26% |
| JAC | 1,314 | 891 | -423 | -32.19% | 1.09% | 1.10% | 0.00% |
| DFSK | 765 | 558 | -207 | -27.06% | 0.64% | 0.69% | 0.05% |
| CITROËN | 453 | 329 | -124 | -27.37% | 0.38% | 0.40% | 0.03% |
| MERCEDES BENZ | 335 | 316 | -19 | -5.67% | 0.28% | 0.39% | 0.11% |
| DONGFENG | 303 | 216 | -87 | -28.71% | 0.25% | 0.27% | 0.01% |
| FIAT | 278 | 236 | -42 | -15.11% | 0.23% | 0.29% | 0.06% |
| JEEP | 443 | 203 | -240 | -54.18% | 0.37% | 0.25% | -0.12% |
| FAW | 49 | 206 | 157 | 320.41% | 0.04% | 0.25% | 0.21% |
| KENWORTH | 472 | 179 | -293 | -62.08% | 0.39% | 0.22% | -0.17% |
| MITSUBISHI | 419 | 256 | -163 | -38.90% | 0.35% | 0.31% | -0.03% |
| BYD | 299 | 171 | -128 | -42.81% | 0.25% | 0.21% | -0.04% |
| LIFAN | 25 | 146 | 121 | 484.00% | 0.02% | 0.18% | 0.16% |
| FUSO | 239 | 151 | -88 | -36.82% | 0.20% | 0.19% | -0.01% |
| PEUGEOT | 184 | 146 | -38 | -20.65% | 0.15% | 0.18% | 0.03% |
| AUDI | 191 | 182 | -9 | -4.71% | 0.16% | 0.22% | 0.06% |
| JMC | 106 | 121 | 15 | 14.15% | 0.09% | 0.15% | 0.06% |
| INTERNATIONAL | 186 | 192 | 6 | 3.23% | 0.15% | 0.24% | 0.08% |
| SKODA | 261 | 100 | -161 | -61.69% | 0.22% | 0.12% | -0.09% |
| FREIGHTLINER | 272 | 96 | -176 | -64.71% | 0.23% | 0.12% | -0.11% |
| BMW | 150 | 114 | -36 | -24.00% | 0.12% | 0.14% | 0.02% |
| GOLDEN DRAGON | 2 | 117 | 115 | 5750.00% | 0.00% | 0.14% | 0.14% |
| UD TRUCKS | 86 | 78 | -8 | -9.30% | 0.07% | 0.10% | 0.02% |
| FOTON | 128 | 76 | -52 | -40.63% | 0.11% | 0.09% | -0.01% |
| HONDA | 147 | 121 | -26 | -17.69% | 0.12% | 0.15% | 0.03% |
| BEIBEN | 52 | 49 | -3 | -5.77% | 0.04% | 0.06% | 0.02% |
| DODGE | 70 | 40 | -30 | -42.86% | 0.06% | 0.05% | -0.01% |
| PORSCHE | 43 | 36 | -7 | -16.28% | 0.04% | 0.04% | 0.01% |
| MACK | 100 | 63 | -37 | -37.00% | 0.08% | 0.08% | -0.01% |
| TATA | 31 | 35 | 4 | 12.90% | 0.03% | 0.04% | 0.02% |
| SHACMAN | 4 | 19 | 15 | 375.00% | 0.00% | 0.02% | 0.02% |
| QMC | 26 | 36 | 10 | 38.46% | 0.02% | 0.04% | 0.02% |
| VOLVO | 35 | 30 | -5 | -14.29% | 0.03% | 0.04% | 0.01% |
| YUTONG | 48 | 46 | -2 | -4.17% | 0.04% | 0.06% | 0.02% |
| DAEWOO TRUCKS | 39 | 31 | -8 | -20.51% | 0.03% | 0.04% | 0.01% |
| LAND ROVER | 34 | 23 | -11 | -32.35% | 0.03% | 0.03% | 0.00% |
| DAIHATSU | 23 | 13 | -10 | -43.48% | 0.02% | 0.02% | 0.00% |
| CHANGHE | 58 | 12 | -46 | -79.31% | 0.05% | 0.01% | -0.03% |
| SCANIA | 19 | 27 | 8 | 42.11% | 0.02% | 0.03% | 0.02% |
| SINOTRUK | 10 | 13 | 3 | 30.00% | 0.01% | 0.02% | 0.01% |
| FORLAND | 3 | 13 | 10 | 333.33% | 0.00% | 0.02% | 0.01% |
| MAN | 5 | 8 | 3 | 60.00% | 0.00% | 0.01% | 0.01% |
| DAF | 7 | 11 | 4 | 57.14% | 0.01% | 0.01% | 0.01% |
| CAMC | 12 | 4 | -8 | -66.67% | 0.01% | 0.00% | -0.01% |
| WESTERN STAR | 18 | 5 | -13 | -72.22% | 0.01% | 0.01% | -0.01% |
| GMC | 1 | 3 | 2 | 200.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| IVECO | 27 | 4 | -23 | -85.19% | 0.02% | 0.00% | -0.02% |
| MINI | 5 | 4 | -1 | -20.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| LEXUS | 5 | 2 | -3 | -60.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| MAHINDRA | 68 | 2 | -66 | -97.06% | 0.06% | 0.00% | -0.05% |
| BAW | 4 | 0 | -4 | -100.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| BEICHI | 0 | 0 | 0 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| D LONG FC | 0 | 0 | 0 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| DACIA | 3 | 0 | -3 | -100.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| GEELY | 1 | 0 | -1 | -100.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| HIGER | 4 | 0 | -4 | -100.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| PETERBILT | 0 | 0 | 0 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| VICTORY | 0 | 0 | 0 | 0.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| ZOTYE | 3 | 0 | -3 | -100.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| ZX AUTO | 1 | 0 | -1 | -100.00% | 0.00% | 0.00% | 0.00% |
| TOTAL | 120,060 | 81,309 | -38,751 | -32.26% | 100% | 100% | |

| | TOTAL ENE - DIC 2014 | TOTAL ENE - DIC 2015 |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| Ventas históricas | 116,091 | 77,320 |
| Ventas históricas 2 | 3,969 | 3,989 |
| TOTAL MERCADO | 120,060 | 81,309 |

| | |
|----------------------|---------|
| Var % Dic15/Dic14 | -54.81% |
| Var % Dic15/Nov15 | 4.94% |
| Var% Acumulada 15/14 | -32.28% |

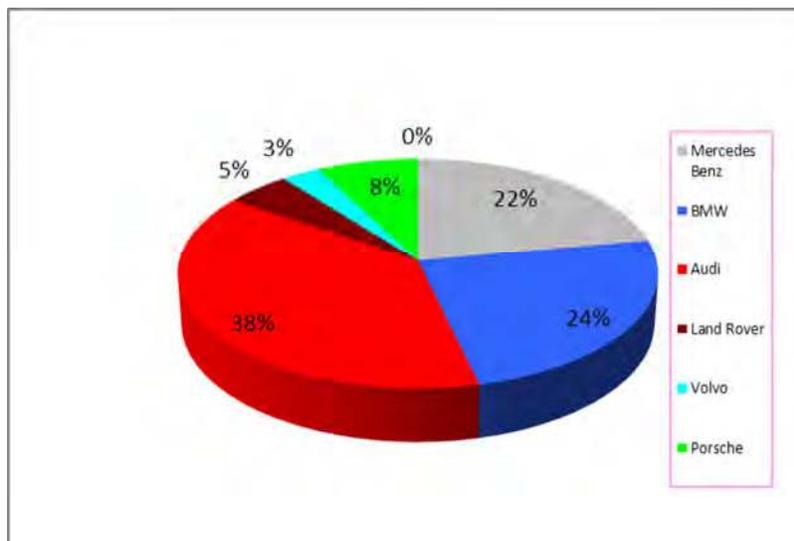
Mercado Premium extendido 2015

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 2015:



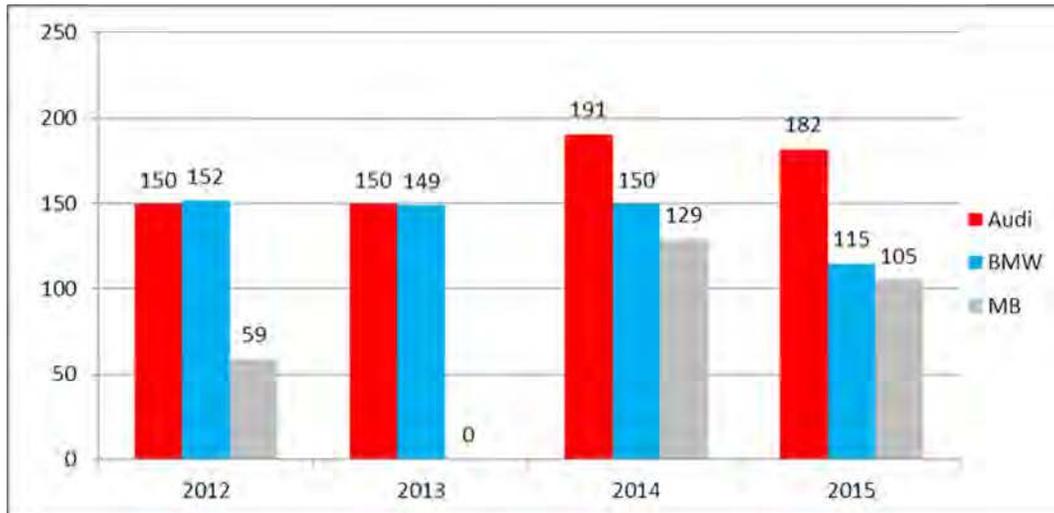
El segmento Premium registró un decrecimiento en el 2015. En el 2014 se vendieron 576 unidades entre las 6 marcas que integran este segmento. En el 2015 descendió el número de ventas a 475 unidades lo que significa un decremento del 17.54%

Distribución de la participación de mercado en el segmento Premium extendido en el año 2015



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

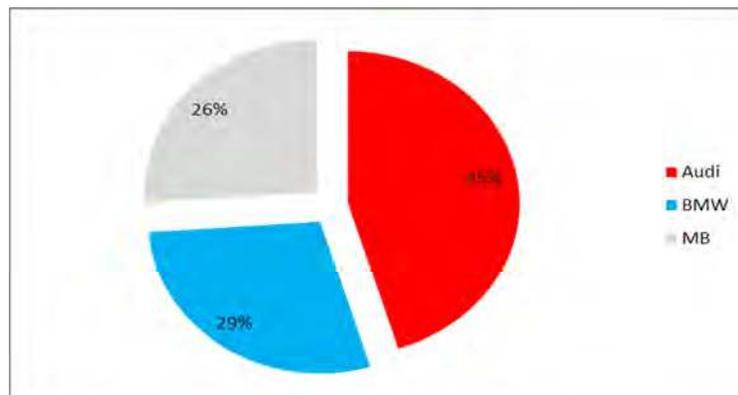
Dentro de las marcas que consideramos como competencia directa en el segmento Premium constan: Audi, BMW y Mercedes Benz, en el siguiente cuadro podemos ver la evolución en las ventas de estas marcas en los últimos 4 años.



Distribución de la participación de mercado de la competencia directa en el año 2015

En el 2015 el líder del Segmento Premium ocupó Audi por tercer año consecutivo. Con un total de 182 unidades vendidas y con una participación de mercado del 45%, el segundo lugar fue para BMW cuyas ventas fueron de 115 unidades, representando el 29% de participación de mercado; finalmente se encuentra Mercedes Benz cuya marca representa el 26% o 105 unidades.

En lo que se refiere a crecimientos frente al año anterior, Audi decreció en un -5%, BMW en -23% y Mercedes Benz en -19% frente al año 2014.

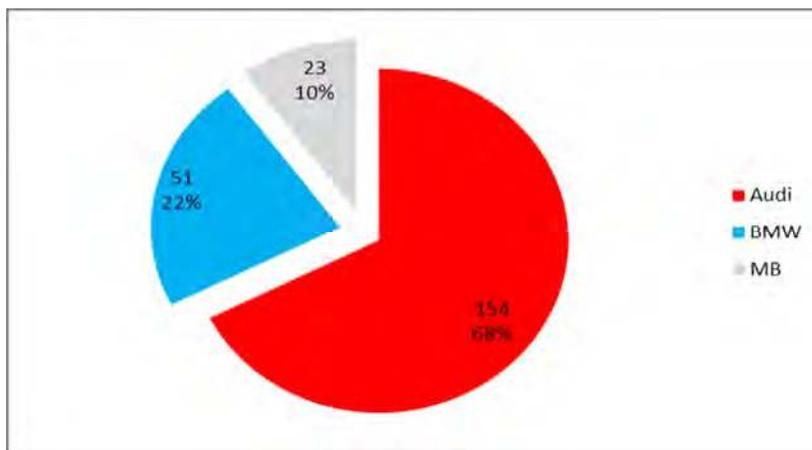


Participación de mercado por segmentos en la competencia directa Ecuador 2015

La división por segmentos entre SUV y vehículos de pasajeros durante el 2015 se presentó de la siguiente forma:

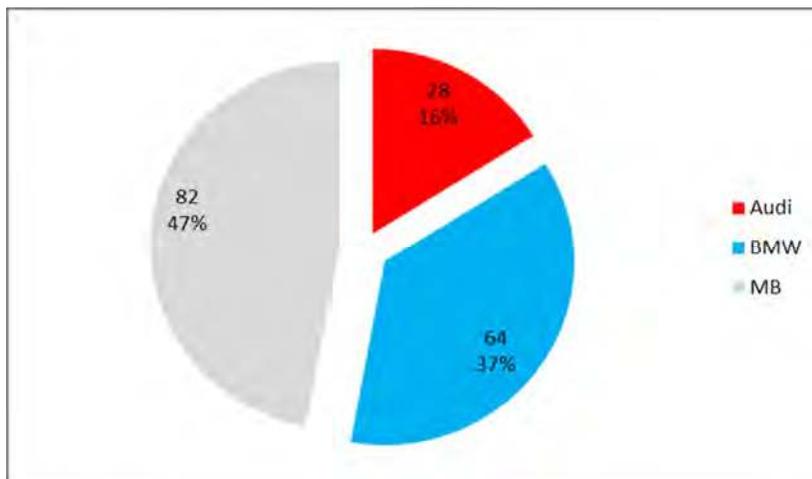
Ventas de SUVs 2015

Las ventas en SUV se dividieron 67.5% para Audi con un total de 154 ventas y un crecimiento respecto al año anterior de 15%, En cuanto a BMW tuvo una participación del 22.36% correspondiente a 51 ventas es decir un decrecimiento del -35% y para Mercedes Benz la participación fue de 10% con un total de 23 ventas, significándole esto un decrecimiento de -39% en relación al 2014.



Ventas de vehículos de pasajeros 2015

Las ventas en de vehículos de pasajeros se dividieron 16% para Audi con un total de 28 ventas y un decrecimiento respecto al año anterior de -85%, En cuanto a BMW tuvo una participación del 37% correspondiente a 64 ventas es decir un decrecimiento del -10% y para Mercedes Benz la participación fue de 47% con un total de 82 ventas, significándole esto un decrecimiento del -39% en relación al año 2014.



Participación de ventas por tipo de vehículo Audi 2015
Ventas de SUVs por ciudad
Guayaquil

| MARCA | MODELO | TOTAL 15 |
|----------------------|--------------|-----------|
| Mercedes Benz | | 4 |
| | GLK 250 | 0 |
| | GLK 300 | 0 |
| | M 350 | 0 |
| | M 400 | 3 |
| | GLC 250 | 0 |
| | GL | 1 |
| | G 500 | 0 |
| BMW | | 13 |
| | X1 | 0 |
| | X3 | 1 |
| | X4 | 2 |
| | X5 | 6 |
| | X6 | 4 |
| AUDI | | 44 |
| | Q7 3.0 T FSI | 7 |
| | Q3 1.4 | 13 |
| | Q3 20T | 0 |
| | Q5 2.0T | 24 |
| Grand Total | | 61 |

Quito

| MARCA | MODELO | TOTAL 15 |
|----------------------|--------------|------------|
| Mercedes Benz | | 19 |
| | GLK 250 | 2 |
| | GLK 300 | 6 |
| | M 350 | 0 |
| | M 400 | 7 |
| | GLC 250 | 2 |
| | GL | 2 |
| | G 500 | 0 |
| BMW | | 38 |
| | X1 | 10 |
| | X3 | 7 |
| | X4 | 2 |
| | X5 | 17 |
| | X6 | 2 |
| AUDI | | 110 |
| | Q7 3.0 T FSI | 19 |
| | Q3 1.4 | 37 |
| | Q3 20T | 6 |
| | Q5 2.0T | 48 |
| Grand Total | | 167 |

Ventas de pasajeros por ciudad 2015
Guayaquil

| MARCA | MODELO | TOTAL 15 |
|----------------------|--------------------|-----------|
| Mercedes Benz | | 13 |
| | A 180 | 0 |
| | A 45 AMG | 0 |
| | C63 AMG COUPE | 0 |
| | C 200 | 4 |
| | C250 COUPE | 0 |
| | CLK 350 | 0 |
| | CLA 45 AMG | 0 |
| | CLA 180 | 0 |
| | CLS 400 | 1 |
| | E 300 | 1 |
| | E200 COUPE | 0 |
| | E 350 | 1 |
| | E 400 COUPE | 0 |
| | E63 AMG | 0 |
| | GLA 250 | 5 |
| | SLK 200 | 0 |
| | S400 HYBRID | 1 |
| BMW | | 20 |
| | 116i | 0 |
| | 120i | 0 |
| | 218i | 0 |
| | 320i | 3 |
| | 316i | 1 |
| | 3 Hybrid | 0 |
| | 335i | 0 |
| | 420i | 2 |
| | 428i | 2 |
| | 520i | 9 |
| | 528i | 0 |
| | 535 | 2 |
| | 5 Hybrid | 1 |
| | 640 | 0 |
| | 750i | 0 |
| | M235i | 0 |
| | Z4 | 0 |
| AUDI | | 8 |
| | A1 | 0 |
| | A3 SPORTBACK | 0 |
| | A3 SEDAN | 3 |
| | A4 1.8 T MULT | 0 |
| | A4 2.0 T TIP | 0 |
| | A5 | 0 |
| | TT | 1 |
| | A6 | 4 |
| | A7 3.0T | 0 |
| | A8 | 0 |
| Grand Total | Grand Total | 41 |

Quito

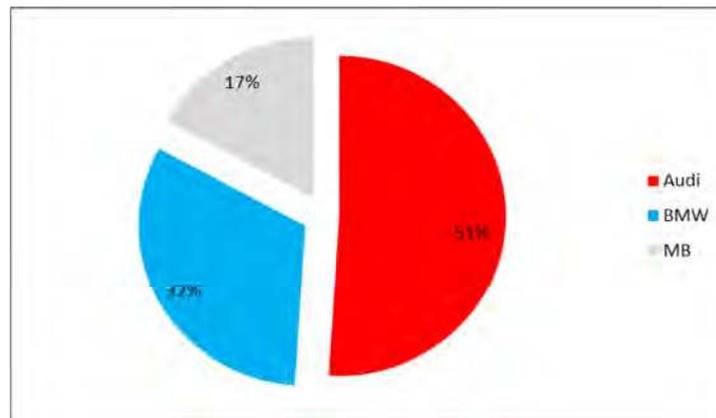
| MARCA | MODELO | TOTAL 15 |
|----------------------|--------------------|------------|
| Mercedes Benz | | 69 |
| | A 180 | 5 |
| | A 45 AMG | 0 |
| | C63 AMG COUPE | 0 |
| | C 200 | 24 |
| | C250 COUPE | 1 |
| | CLK 350 | 0 |
| | CLA 45 AMG | 3 |
| | CLA 180 | 5 |
| | CLS 400 | 0 |
| | E 300 | 4 |
| | E200 COUPE | 6 |
| | E 350 | 2 |
| | E 400 COUPE | 1 |
| | E63 AMG | 0 |
| | GLA 250 | 15 |
| | SLK 200 | 3 |
| | S400 HYBRID | 0 |
| BMW | | 44 |
| | 116i | 0 |
| | 120i | 3 |
| | 218i | 4 |
| | 320i | 12 |
| | 316i | 11 |
| | 3 Hybrid | 2 |
| | 335i | 0 |
| | 420i | 1 |
| | 428i | 3 |
| | 520i | 2 |
| | 528i | 1 |
| | 535 | 1 |
| | 5 Hybrid | 0 |
| | 640 | 0 |
| | 750i | 0 |
| | M235i | 3 |
| | Z4 | 1 |
| AUDI | | 20 |
| | A1 | 0 |
| | A3 SPORTBACK | 2 |
| | A3 SEDAN | 9 |
| | A4 1.8 T MULT | 6 |
| | A4 2.0 T TIP | 0 |
| | A5 | 1 |
| | TT | 0 |
| | A6 | 1 |
| | A7 3.0T | 0 |
| | A8 | 1 |
| Grand Total | Grand Total | 133 |

Participación de mercado en la competencia directa Ecuador 2015 por ciudad.

La división de las ventas por cada una de las ciudades durante el 2015 se presentó de la siguiente forma:

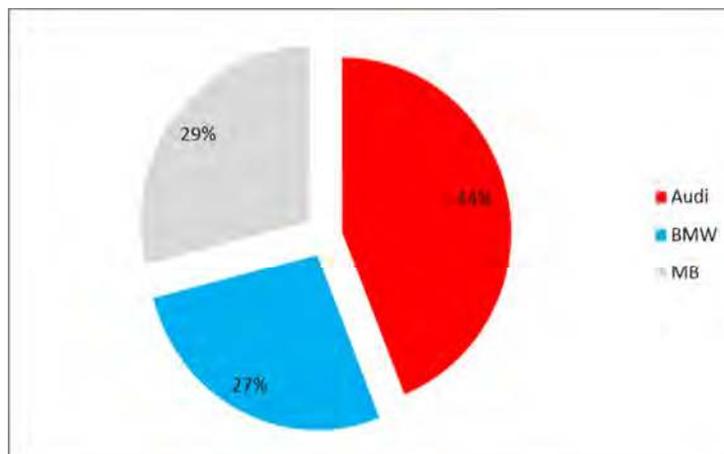
Ventas de la competencia directa Guayaquil 2015.

Las ventas en la ciudad de Guayaquil se dividieron en un 51% para Audi lo que representan un crecimiento del 9% con respecto al año 2014, 32% para BMW es decir un decrecimiento de 10% y 17% para Mercedes Benz, un crecimiento del 1%.



Ventas de la competencia directa Quito 2015.

Las ventas en la ciudad de Quito se dividieron en un 44% para Audi lo que representan un crecimiento del 4% con respecto al años 2014, 27% para BMW es decir un decrecimiento de 1% y 29% para Mercedes Benz, un decrecimiento del 3%.



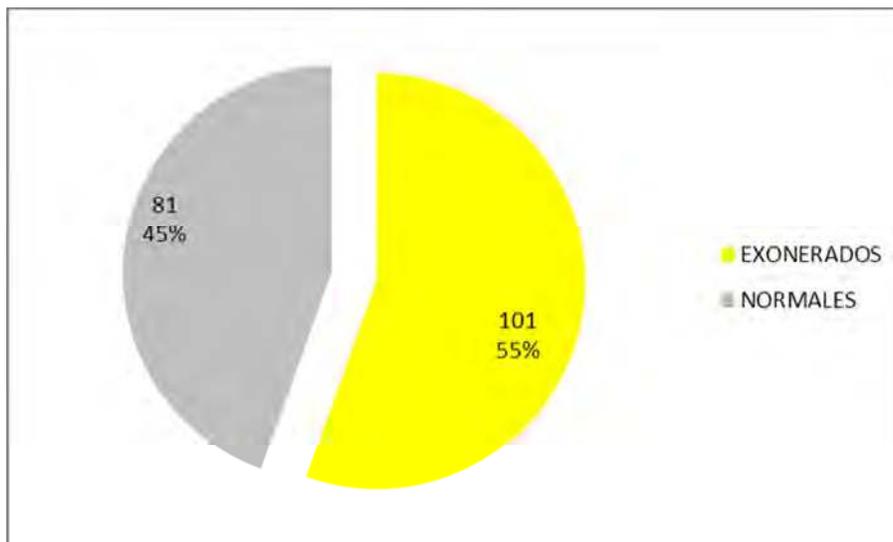
Participación de mercado en la competencia directa Ecuador 2015 por segmento de vehículos.

La división de las ventas por los segmentos identificados de vehículos durante el 2015 se presentó de la siguiente forma:

| Segment (Audi Model) |  MS |  MS |  MS | Total PS |
|-------------------------|--|--|--|------------|
| A0 (A1) | 0 0% | 3 50% | 3 50% | 6 |
| A (A3) | 14 29% | 5 10% | 30 61% | 49 |
| B (A4, A5) | 7 10% | 35 49% | 29 41% | 71 |
| C (A6, AR) | 5 14% | 18 49% | 14 38% | 37 |
| D (A7, A8, R8) | 1 33% | 0 0% | 2 67% | 3 |
| FUN (TT) | 1 13% | 3 38% | 4 50% | 8 |
| SUB A (Q3) | 56 85% | 10 15% | 0 0% | 66 |
| SUV B (Q5) | 72 77% | 12 13% | 10 11% | 94 |
| SUV C (Q7) | 26 44% | 23 39% | 10 17% | 59 |
| SUV SAC | 0 0% | 6 67% | 3 33% | 9 |
| Total per brand | 182 45% | 115 29% | 105 26% | 402 |

Distribución de las ventas Audi por tipo de venta 2015

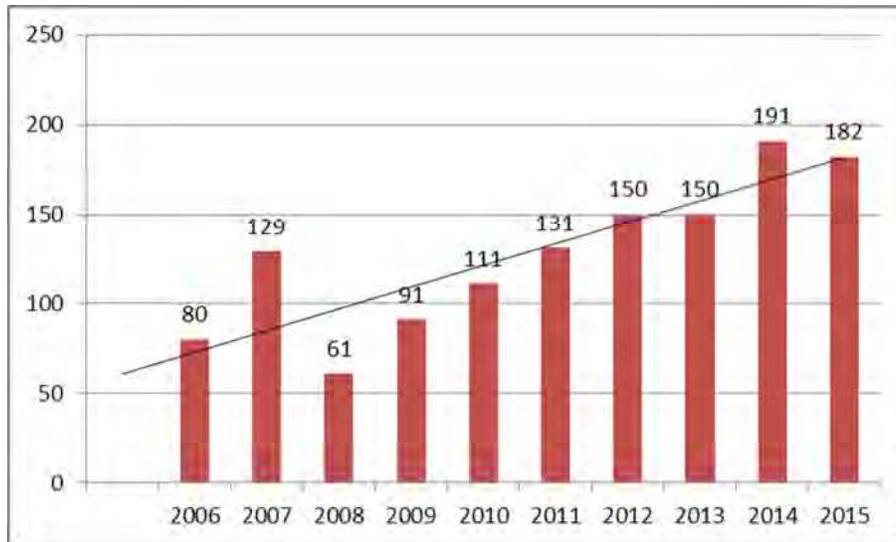
La distribución de las ventas de acuerdo al tipo de venta ya sea ventas normales con impuestos o exoneradas de impuestos se dividió de la siguiente forma:



Ventas Audi Ecuador 2015

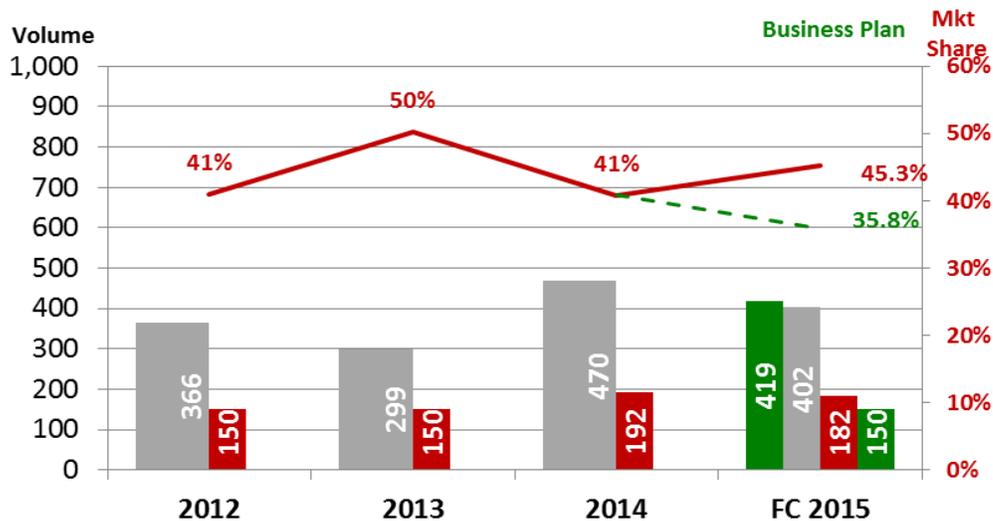
Evolución de las ventas al detalle Audi 2015

La evolución de las ventas de la marca Audi se plasman en el siguiente gráfico, podemos ver una marcada tendencia de crecimiento con excepción del último año en el que el decrecimiento con relación al periodo 2014 fue de -4.71%



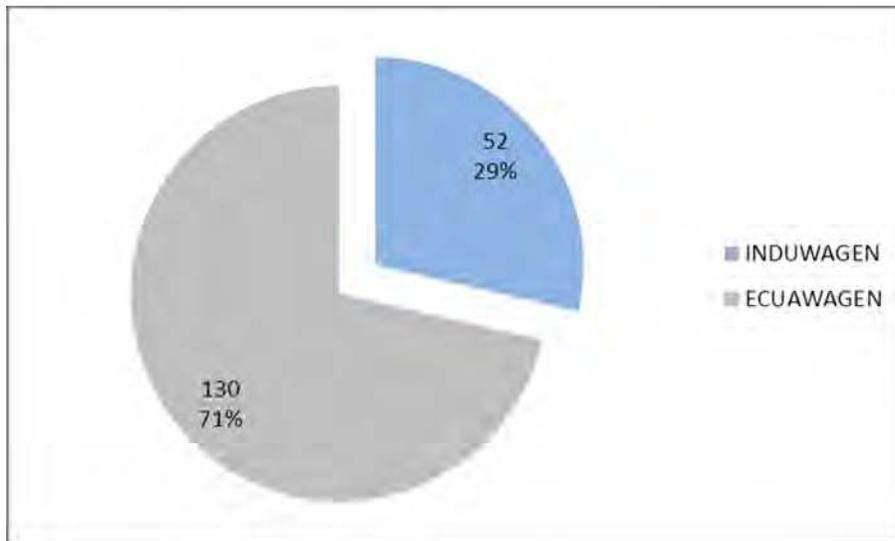
Evolución de Audi en la participación de mercado

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 recupero participación en el año 2015 con un 45,3%.



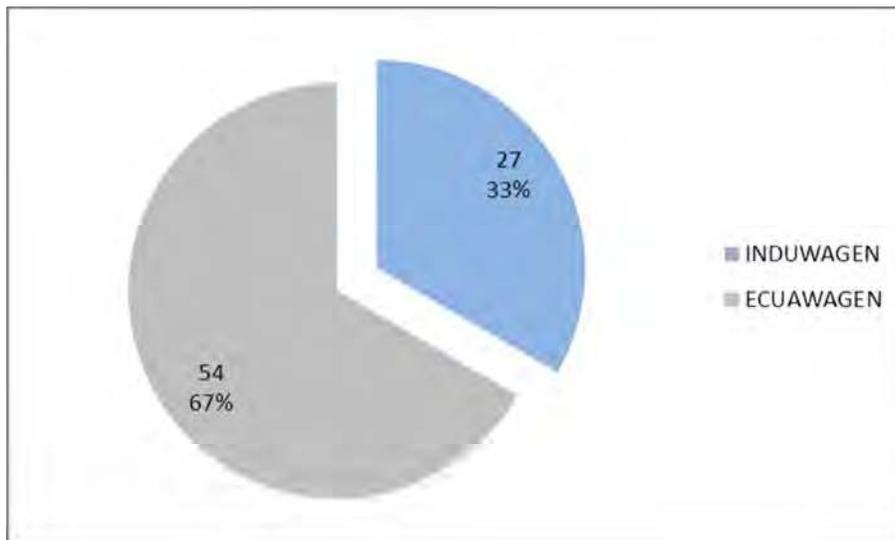
Participación de las ventas Audi por ciudades 2015

Durante el año 2015 la participación de Audi dividida en sus dos concesionarios de Quito y Guayaquil se explica en los siguientes gráficos:



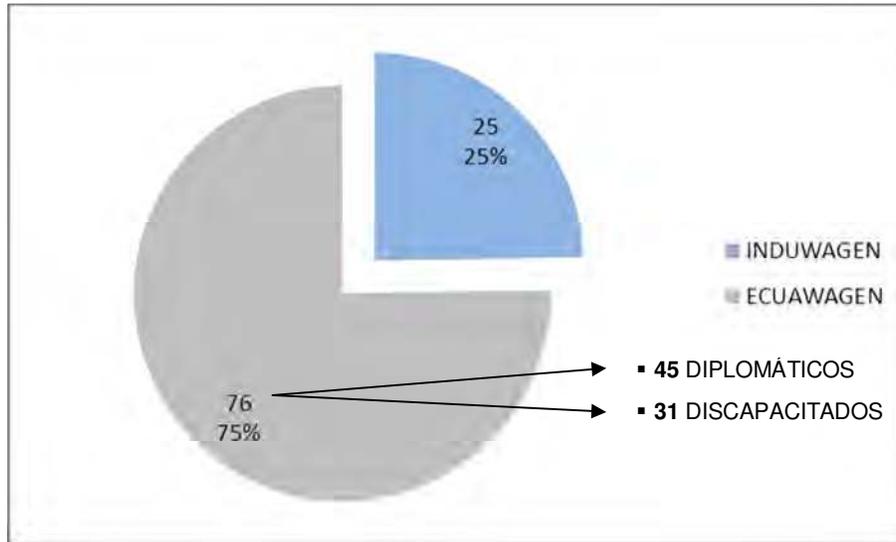
Participación de las ventas de vehículos de importación normal por ciudades 2015.

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



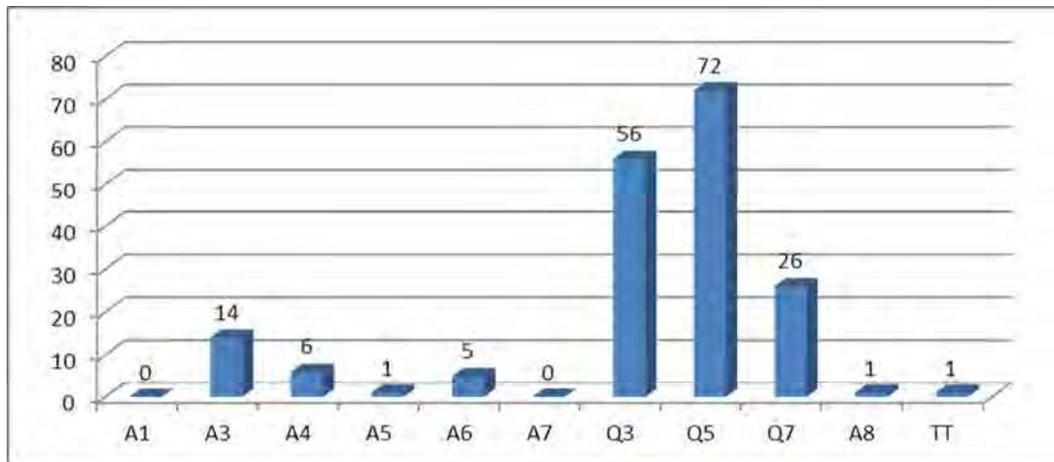
Participación de las ventas de vehículos de importación exoneradas de impuestos por ciudades 2015.

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

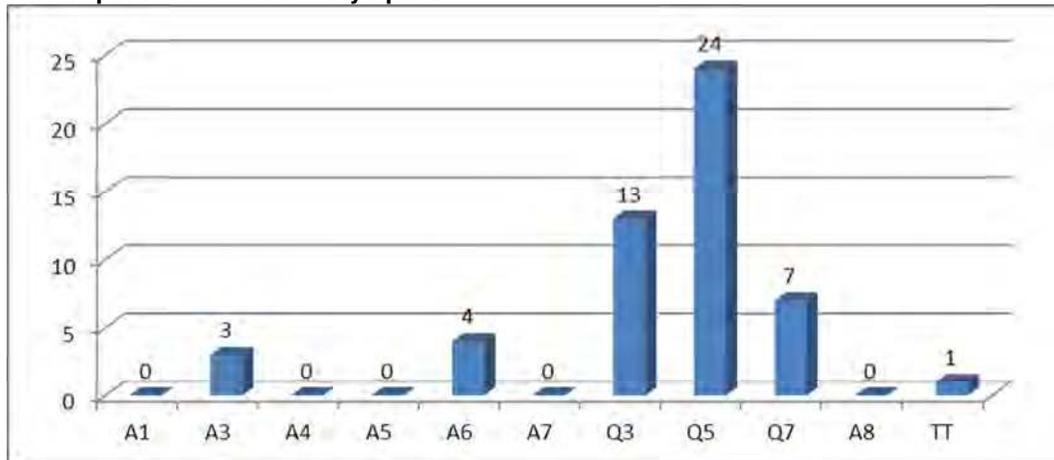


Ventas por modelo Audi Ecuador 2015

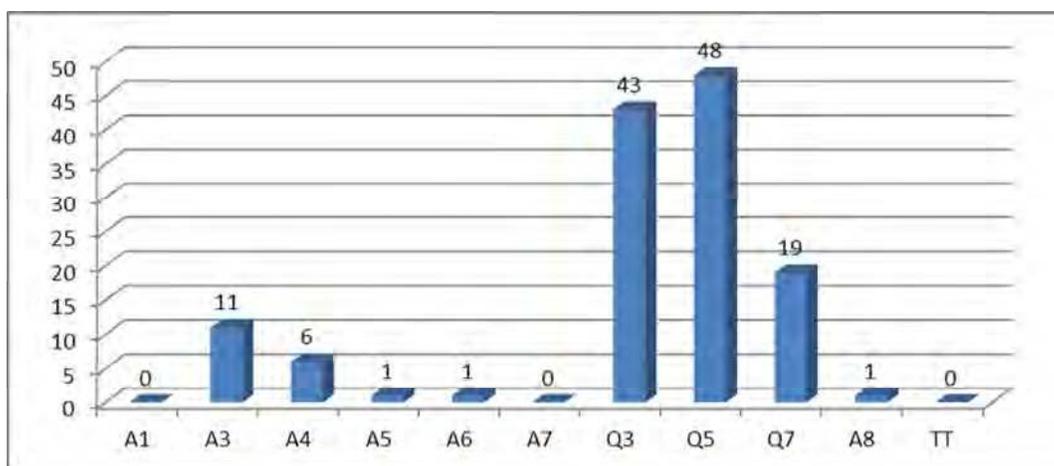
La mayor concentración de ventas está en el modelo Q5 con 72 unidades y 40% de las ventas totales; seguido por el Audi Q3 con 56 ventas y 31% de las ventas, este modelo ganó participación gracias a la introducción del nuevo modelo Audi Q3 1.4 TFSI.



Ventas por modelo Audi Guayaquil 2015



Ventas por modelo Audi Quito 2015





Marketing Audi Ecuador 2015

En el año 2015 la inversión de marketing se hizo de manera compartida entre los concesionarios y el importador. De esta manera se apoyó a los dealers con todos los gastos referentes a publicidad escrita digital, eventos, auspicios y merchandising. Los gastos los detallamos a continuación:

Detalle de gastos en eventos Audi 2015

| MEDIO/UBICACIÓN | CONCEPTO GENERAL | MES | APORTE ECUAWAGEN | APORTE INDUWAGEN | APORTE GERMAN MOTORS | TOTAL | TOTAL SIN IVA |
|---------------------------|---|------------|------------------|------------------|----------------------|------------|-------------------|
| QUITO | PREMIER PELICULA: 50 SOMBRAS DE GREY CINEMATICA PASEO S. FCO. | FEBRERO | 2213,57 | N/A | 2213,57 | 4427,14 | 3.952,8 |
| QUITO | AUDI CHEF EXPERIENCE 1 EDICION | MARZO | 762,64 | N/A | 762,64 | 1525,28 | 1.361,9 |
| QUITO | XVIII FERIA DEL CABALLO DE PURA RAZA ESPAÑOLA | MARZO | 3447,5 | N/A | 3447,5 | 6895 | 6.156,3 |
| SALINAS | REGATA AUDI SALINAS YATCH CLUB | MARZO | N/A | 6905,52 | 5102,62 | 12008,14 | 10.721,6 |
| QUITO | EXPO. GRANDES MAESTROS DEL ARTE POPULAR IBEROAMERICANO | MARZO | 660 | N/A | 660 | 1320 | 1.178,6 |
| QUITO | AUSPICIO AUDI ZAZU LOUNGE | ABRIL | 3360 | N/A | 3360 | 6720 | 6.000,0 |
| QUITO | CONCURSO NACIONAL HIRCO AUDI | MAYO | 2.676,55 | N/A | 2.676,55 | 5353,1 | 4.779,6 |
| QUITO Y GUAYAQUIL | PREMIER PELICULA: AVENGERS: ERA DE ULTRON | MAYO | 3772,42 | 1717,4 | 5219,34 | 10709,16 | 9.561,8 |
| QUITO | AUSPICIO PELICULA ECUATORIAN SHETTA-DANIEL VARELA | MAYO | 336 | N/A | 336 | 672 | 600,0 |
| QUITO | ANNUAL BRITISH BUSINESS NETWORKING COCKTAIL | JUNIO | 296,8 | N/A | 296,8 | 593,6 | 530,0 |
| QUITO | CARRERA INCLUSIVA Y SOLIDARIA SK CONADIS | JUNIO | N/A | N/A | 9820,16 | 9820,16 | 8.768,0 |
| SUIZA | INVITACION PERIODISTA CHRISTIAN SEGARRA CARBURANDO-NEW Q7 | JUNIO | N/A | N/A | 2298,67 | 2298,67 | 2.052,4 |
| QUITO | RESP. SOCIAL: PREMIACION CARRERA INCLUSIVA SK SHOW ROOM AUDI | JUNIO | 970,66 | N/A | 970,66 | 1941,32 | 1.733,3 |
| QUITO | CASA DE LA MUSICA LIEPZIG QUARTET | JUNIO | 2036,64 | N/A | 2036,64 | 4073,28 | 3.636,9 |
| QUITO | ANIVERSARIO 20 REVISTA COSAS | JUNIO | 2284,8 | N/A | 2284,8 | 4569,6 | 4.080,0 |
| QUITO | INDEPENDENCIA DE MEXICO | SEPTIEMBRE | 1344 | N/A | 1344 | 2688 | 2.400,0 |
| QUITO | PGA "ALL YOU NEED IS ECUADOR TOUR 2015" | SEPTIEMBRE | 3903,86 | N/A | 3903,86 | 7807,72 | 6.971,2 |
| QUITO | INDEPENDENCIA EMBAJADAS CENTROAMERICANAS | SEPTIEMBRE | 1120 | N/A | 1120 | 2240 | 2.000,0 |
| GUAYAQUIL | TORNEO DE GOLF | SEPTIEMBRE | N/A | 1853,66 | 1853,66 | 3707,32 | 3.310,1 |
| GUAYAQUIL | TORNEO DE POLO | SEPTIEMBRE | N/A | 2918,05 | 2918,05 | 5836,1 | 5.210,8 |
| PANAMA | INVITACION PERIODISTA OSWALDO HERNANDEZ -NEW Q7 | SEPTIEMBRE | N/A | N/A | 800 | 800 | 800,0 |
| PANAMA | INVITACION PERIODISTA CRISTINA GUEVARA ABORDO-NEW Q7 | SEPTIEMBRE | N/A | N/A | 1200 | 1200 | 1.200,0 |
| GUAYAQUIL | DIA DE CAMPO COLEGIO ALEMAN | OCTUBRE | N/A | 1000 | 1000 | 2000 | 1.785,7 |
| GUAYAQUIL | MARATHON PREEESCOLAR COLEGIO DELTA | OCTUBRE | N/A | 280 | 280 | 560 | 500,0 |
| QUITO | II AUDI BRITISH POLO CUP 2015 (F) | OCTUBRE | 5694,96 | N/A | 5694,96 | 11389,92 | 10.169,6 |
| GUAYAQUIL | FUNDACION EDUCAR EN CRISTO-RESPONSABILIDAD SOCIAL | NOVIEMBRE | N/A | 750 | 750 | 1500 | 1.339,3 |
| QUITO | FIESTAS DE DICIEMBRE CLUB EL CONDADO | DICIEMBRE | | | | | |
| TOTAL POR DEALER INC. IVA | | | 34.880,40 | 14.674,63 | 62.350,48 | 112.655,51 | |
| GRAN TOTAL SIN IVA | | | 31.143,21 | 13.102,35 | 55.670,07 | | 100.799,56 |

Detalle de gastos en material publicitario y otros Audi 2015

| DETALLE CONSOLIDADO MARKETING AUDI 2015 | | | | | | | |
|--|--|------------|------------------|------------------|----------------------|-----------|------------------|
| FECHA CORTE: 16 OCTUBRE DE 2015 | | | | | | | |
| TIPO DE INVERSIÓN: TOTAL CONSOLIDADO DE PUBLICACIONES, EVENTOS Y GASTOS GENERALES DE MARKETING | | | | | | | |
| MEDIO/UBICACIÓN | CONCEPTO GENERAL | MES | APORTE ECUAWAGEN | APORTE INDUWAGEN | APORTE GERMAN MOTORS | TOTAL | TOTAL SIN IVA |
| FACEBOOK | MANTENIMIENTO PAGINA FACEBOOK | ENE-DIC | N/A | N/A | 10080 | 10080 | 9.000,0 |
| LOBO | IMPRESIÓN DE FOLLETOS EXONERADOS SEGÚN REQUERIMIENTO GUAYAQUIL | SEPTIEMBRE | N/A | 329,28 | 329,28 | 658,56 | 588,0 |
| ACEVEDO TEXTILES | CHOMPAS EVENTOS PERSONAL INDUWAGEN | JULIO | N/A | 504 | 504 | 1008 | 900,0 |
| LOBO | CARPETAS PROMOCIONALES BOUTIQUE | OCTUBRE | 478,24 | N/A | 478,24 | 956,48 | 854,0 |
| LOBO | 2000 HOJAS VOLANTES REQUERIMIENTO GUAYAQUIL | AGOSTO | N/A | 144,48 | 144,48 | 288,96 | 258,0 |
| TOTAL POR DEALER INC. IVA | | | 478,24 | 977,76 | 11.536,00 | 12.992,00 | |
| GRAN TOTAL SIN IVA | | | 427,00 | 873,00 | 10.300,00 | | 11.600,00 |



Detalle de gastos en publicaciones pagadas Audi 2015

| MEDIO/UBICACIÓN | CONCEPTO GENERAL | MES | APORTE ECUAWAGEN | APORTE INDIWAGEN | APORTE GERMAN MOTORS | TOTAL SIN IVA |
|---------------------------------------|--|------------|------------------|------------------|----------------------|------------------|
| REVISTA EKOS | REPORTAJE: AUDI, LIDER EN VENTAS DEL SEGMENTO PREMIUM EN ECUADOR | ENERO | 924 | N/A | 924 | 1.650,0 |
| REVISTA RAQUETA TENIS ATP 2015 | PUBLICIDAD: AUDI A6 PRESENCIA SUPREMA | FEBRERO | N/A | N/A | 1120 | 1.000,0 |
| DIARIO EL COMERCIO/DIARIO EL UNIVERSO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | FEBRERO | N/A | N/A | 9708,16 | 8.668,0 |
| REVISTA HOLA ECUADOR | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 1120 | 1.000,0 |
| REVISTA MUNDO DINERS | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 2419,2 | 2.160,0 |
| DIARIO EL COMERCIO/DIARIO EL UNIVERSO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 9708,16 | 8.668,0 |
| REVISTA COSAS | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 2240 | 2.000,0 |
| REVISTA ABORDO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 2189,6 | 1.955,0 |
| REVISTA GENTLEMAN | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 2184 | 1.950,0 |
| REVISTA VISTAZO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 2805,6 | 2.505,0 |
| REVISTA COSAS | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | N/A | N/A | 2240 | 2.000,0 |
| REVISTA COSAS | PUBLICIDAD POSTVENTA PERFECCION | ABRIL | N/A | N/A | 2240 | 2.000,0 |
| DIARIO EL UNIVERSO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MAYO | N/A | N/A | 8851,36 | 7.903,0 |
| REVISTA GENTLEMAN | PUBLICIDAD POSTVENTA AUDI SOLO SE DETIENE | MAYO | 728 | 728 | 728 | 1.950,0 |
| REVISTA COSAS | PUBLICIDAD POSTVENTA AUDI SOLO SE DETIENE | MAYO | N/A | N/A | 2240 | 2.000,0 |
| DIARIO EL COMERCIO | SUPLEMENTO SALUDO A ARGENTINA | MAYO | 784 | N/A | 784 | 1.400,0 |
| REVISTA COSTA | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | JUNIO | N/A | 550 | 616 | 1.041,1 |
| REVISTA SAMBORONDON | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | JUNIO | N/A | 550 | 616 | 1.041,1 |
| ANUARIO COLEGIO ALEMAN QUITO | PUBLICIDAD: MI PRIMER AUDI | JUNIO | 840 | N/A | 840 | 1.500,0 |
| DIARIO EL UNIVERSO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | JUNIO | N/A | 4425 | 4425 | 7.901,8 |
| REVISTA TEATRO SUCRE | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | JUNIO | 837,2 | N/A | 837,2 | 1.495,0 |
| ANUARIO BRITISH SCHOOL QUITO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | JULIO | 392 | N/A | 392 | 700,0 |
| SUPLEMENTO CAVALIERE | PUBLICIDAD: MI PRIMER AUDI | JULIO | 1120 | 1120 | 1120 | 3.000,0 |
| REVISTA SUMMER | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | AGOSTO | 373,33 | 373,33 | 373,33 | 1.000,0 |
| REVISTA AVIANCA | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | AGOSTO | 354,66 | 354,66 | 354,66 | 950,0 |
| REVISTA OKONOMIA | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | AGOSTO | 208,95 | 208,95 | 208,95 | 559,7 |
| MEMORIA CAMARA ALEMANA | PUBLICIDAD POSTVENTA PERFECCION | AGOSTO | 169,26 | 169,26 | 169,26 | 453,4 |
| SUPLEMENTO EL COMERCIO (CHILE) | SALUDO INDEPENDENCIA DE CHILE | SEPTIEMBRE | 522,66 | 522,66 | 522,66 | 1.400,0 |
| REVISTA CARBURANDO | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | SEPTIEMBRE | 818,34 | 818,34 | 818,34 | 2.192,0 |
| REVISTA OKONOMIA | SALUDO ALEMANIA | OCTUBRE | 215,04 | 215,04 | 215,04 | 576,0 |
| SUPLEMENTO EL COMERCIO (ALEMANIA) | SALUDO ALEMANIA | OCTUBRE | 448 | 448 | 448 | 1.200,0 |
| EL MERCURIO CUENCA | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 584,41 | 584,41 | 584,41 | 1.565,4 |
| EL HERALDO AMBATO | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 244,09 | 244,09 | 244,09 | 653,8 |
| LA HORA LOJA | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 266,56 | 266,56 | 266,56 | 714,0 |
| DIARIO DEL NORTE IBARRA | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 680,96 | 680,96 | 680,96 | 1.824,0 |
| LA PRENSA RIOBAMBA | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 456,96 | 456,96 | 456,96 | 1.224,0 |
| EL MERCURIO MANTA | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 221,76 | 221,76 | 221,76 | 594,0 |
| EL CORREO MACHALA | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 584,19 | 584,19 | 584,19 | 1.564,8 |
| LA HORA SANTO DOMINGO | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 158,66 | 158,66 | 158,66 | 425,0 |
| REVISTA GENTLEMAN | PUBLICIDAD: Q7 PRESENCIA SUPREMA | OCTUBRE | 728 | 728 | 728 | 1.950,0 |
| REVISTA COSAS | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | OCTUBRE | 746,66 | 746,66 | 746,66 | 2.000,0 |
| REVISTA COSAS | PUBLICIDAD: EXONERADOS PROVINCIAS A4&Q3 | NOVIEMBRE | 333,33 | 333,33 | 333,33 | 892,8 |
| TOTAL POR DEALER INC. IVA | | | 13.741,02 | 15.488,82 | 68.464,10 | |
| GRAN TOTAL SIN IVA | | | 12.268,77 | 13.829,30 | 61.128,66 | 87.226,78 |

Resumen consolidado de inversión en marketing Audi 2015

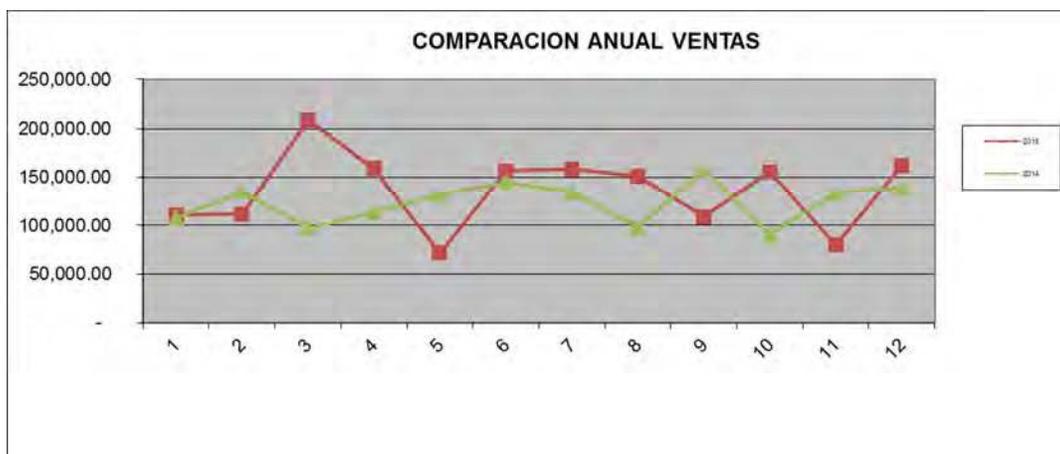
| DETALLE CONSOLIDADO MARKETING AUDI 2015 | | | | | | |
|--|------------------|------------------|----------------------|------------|-------------------|--|
| FECHA CORTE: 31 DIC DE 2015 | | | | | | |
| TIPO DE INVERSIÓN: TOTAL CONSOLIDADO DE PUBLICACIONES, EVENTOS Y GASTOS GENERALES DE MARKETING | | | | | | |
| MEDIO/UBICACIÓN | APORTE ECUAWAGEN | APORTE INDIWAGEN | APORTE GERMAN MOTORS | TOTAL | TOTAL SIN IVA | |
| TOTAL POR DEALER INC. IVA | 49.099,66 | 31.141,21 | 142.350,58 | 223.341,50 | | |
| GRAN TOTAL SIN IVA | 43.838,98 | 27.804,65 | 127.098,73 | | 199.626,34 | |

Detalle de Free Press Audi 2015: Resumen Simplificado

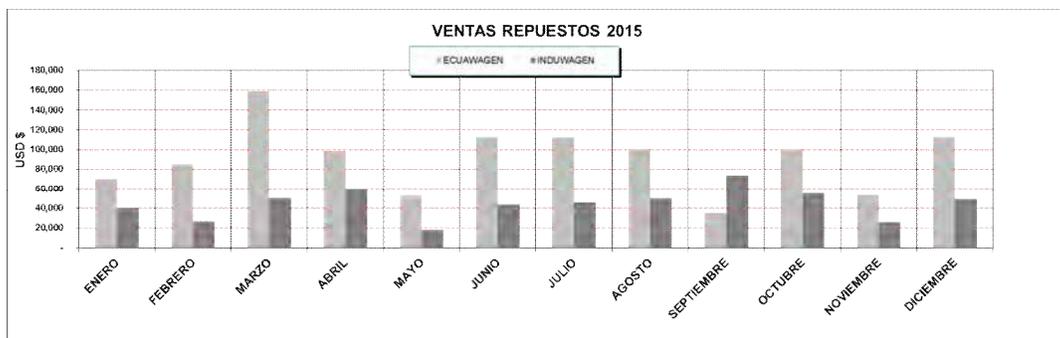
| MEDIO/UBICACIÓN | CONCEPTO GENERAL | MES | TOTAL |
|--------------------------------------|--|------------|-------|
| SUPLEMENTO GLOBAL ORO TENIS ATP 2015 | PUBLICIDAD: AUDI A6 PRESENCIA SUPREMA | FEBRERO | 0 |
| REVISTA NUMBERS | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | 0 |
| REVISTA COSAS | SOCIAL: AUDI ZENTRUM EL ANFITRION DE LAS 50 SOMBRAS DE GREY | MARZO | 0 |
| REVISTA AUTO IN | PORTADA Y NOTA: AHORA MAS RESTRICCIONES A VEHICULOS AUDI | MARZO | 0 |
| REVISTA ABORDO | SOCIAL: AUDI ZENTRUM EL ANFITRION DE LAS 50 SOMBRAS DE GREY | MARZO | 0 |
| REVISTA DOLCE VITA | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | MARZO | 0 |
| REVISTA DOLCE VITA | SOCIAL: AUDI ZENTRUM EL ANFITRION DE LAS 50 SOMBRAS DE GREY | MARZO | 0 |
| REVISTA CLAVE! | PUBLICIDAD: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | ABRIL | 0 |
| REVISTA CLAVE! | INSERTO: CAMPAÑA DE VEHICULOS EXONERADOS | ABRIL | 0 |
| BRITISH SCHOOL QUITO | POSTERS Y PUBLICIDAD EN MEDIOS DE C.C SCALA OBRA DE TEATRO: THE PRINCESS BRIDE | ABRIL | 0 |
| REVISTA COSAS | SOCIAL: AUDI SAILING CHALLENGE 2015 SALINAS | ABRIL | 0 |
| REVISTA DOLCE VITA | PUBLICIDAD POSTVENTA PERFECCION | MAYO | 0 |
| REVISTA DOLCE VITA | SOCIAL: AUDI SAILING CHALLENGE 2015 SALINAS | MAYO | 0 |
| REVISTA COSAS | SOCIAL: CONCURSO NACIONAL HIPICO AUDI 2015 | MAYO | 0 |
| REVISTA AUTO IN | SOCIAL: AUDI SAILING CHALLENGE 2015 SALINAS | MAYO | 0 |
| REVISTA AUTO IN | SOCIAL: CONCURSO NACIONAL HIPICO AUDI 2015 | MAYO | 0 |
| REVISTA CARBURANDO | PUBLIREPORTAJE: UN AUDI TT ATERRIZO EN WORTHERSEE | MAYO | 0 |
| REVISTA CARBURANDO | SOCIAL: CONCURSO NACIONAL HIPICO AUDI 2015 | MAYO | 0 |
| REVISTA CARBURANDO | SOCIAL: RESPONSABILIDAD SOCIAL CARRERA INCLUSIVA SK | MAYO | 0 |
| REVISTA CLUBES | SOCIAL: CONCURSO NACIONAL HIPICO AUDI 2015 | MAYO | 0 |
| REVISTA CARBURANDO | AUDI APOYO A DEPORTISTAS EN UNA CARRERA DE DISCAPACITADOS | JULIO | 0 |
| DIARIO EL QUITEÑO | PREMIO AL ESFUERZO | JUNIO | 0 |
| REVISTA AUTO IN | PUBLIREPORTAJE: SEIS MILLONES DE AUDI | AGOSTO | 0 |
| EL COMERCIO | AUDI APOYO A DEPORTISTAS EN UNA CARRERA DE DISCAPACITADOS | AGOSTO | 0 |
| REVISTA EKOS | AUDI APOYO A DEPORTISTAS EN UNA CARRERA DE DISCAPACITADOS | AGOSTO | 0 |
| REVISTA DOLCE VITA | PUBLICIDAD: Q7 PRESENCIA SUPREMA | SEPTIEMBRE | 0 |

DEPARTAMENTO DE REPUESTOS

La facturación total del departamento de repuestos para el año 2015, fue de USD 1'634,676. El costo de ventas es de USD 1'198,088 dando un margen bruto de USD 436,587 (26.70% sobre ventas). Con respecto al año 2014 hay un incremento del 10.30% en la facturación neta. Cabe mencionar que se incluye la facturación de las líneas lubricantes y accesorios, siendo las cifras de estas rubros USD 160,900 y USD 85,260 respectivamente.



Para el período 2015 la facturación del departamento de Repuestos fue 67% para Ecuawagen y 33% para Induwagen. Comparado con el 2014 que fue de 66% y 34% respectivamente.



Datos del Negocio 2015

| | |
|----------------------------|---------------|
| INVENTARIO PROMEDIO 2015 | 184,690 |
| ROTACION PROMEDIO | 5.9 |
| GRADO DE SERVICIO | 94% |
| COMPRAS A VW 2015 | 709.447 |
| OBJETIVO COMPRAS A VW 2015 | 770.000 (92%) |
| COMPRAS LUBRICANTES | 92,060 |

REPORTE POSTVENTA 2015

Retail

| 2015 | Pais | | | Ecuawagen | | | Induwagen | | |
|--------------------------|----------|---------|------|-----------|---------|------|-----------|---------|------|
| | Objetivo | Real | % | Objetivo | Real | % | Objetivo | Real | % |
| Pasos de Taller | 3755 | 3831 | 102% | 2472 | 2654 | 107% | 1284 | 1177 | 92% |
| Horas vendidas | 19525 | 19958 | 102% | 12476 | 12783 | 102% | 7049 | 7175 | 102% |
| Mano de Obra | 781458 | 798739 | 102% | 499246 | 511498 | 102% | 282212 | 287241 | 102% |
| Repuestos | 2340666 | 2626072 | 112% | 1374060 | 1818059 | 132% | 966606 | 808013 | 84% |
| Mano de Obra y Repuestos | 3122123 | 3424811 | 110% | 1873306 | 2329557 | 124% | 1248818 | 1095254 | 88% |

El resultado general de los indicadores del retail a nivel país durante el 2015 han sido exitosos superando cada uno de los objetivos propuestos. Este resultado visto en la participación del 68% en el indicador de Mano de obra y repuestos de Ecuawagen mientras que Induwagen solo participa con un 32% en el mismo indicador.

Ventas

| 2015 | Pais | | | Ecuawagen | | | Induwagen | | |
|------------|----------|---------|-----|-----------|---------|------|-----------|--------|-----|
| | Objetivo | Real | % | Objetivo | Real | % | Objetivo | Real | % |
| Ventas | 1664652 | 1634222 | 98% | 1093568 | 1093319 | 100% | 571083 | 540902 | 95% |
| Accesorios | 121884 | 85259 | 70% | 109884 | 75353 | 69% | 12000 | 9906 | 83% |

Las ventas del importador a los dealers si bien logran un 98% de cumplimiento; a nivel general se observa que durante el 2015 el abastecimiento a las bodegas de los dealers estuvo marcada por repuestos para reparaciones sobre vehículos mientras que la línea de negocio de accesorios tuvo un desempeño bajo comparado con el año anterior.

Campañas

| 2015 | Pais | | | Ecuawagen | | | Induwagen | | |
|---------------------------------|----------|------|-----|-----------|------|-----|-----------|------|------|
| | Objetivo | Real | % | Objetivo | Real | % | Objetivo | Real | % |
| Taller sin notificación cliente | 679 | 556 | 82% | 416 | 340 | 82% | 258 | 216 | 84% |
| Taller con notificación cliente | 117 | 105 | 90% | 88 | 78 | 89% | 27 | 27 | 100% |
| PDI | 4 | 3 | 75% | 4 | 3 | 75% | 0 | 0 | N/A |
| Llamada | 146 | 133 | 91% | 93 | 82 | 88% | 53 | 51 | 96% |
| TOTAL | 946 | 797 | 84% | 601 | 503 | 84% | 338 | 294 | 87% |

La fábrica ha diferenciado un nuevo indicador en las campañas de taller; las que requieren de notificación al cliente las cuales han alcanzado un 90% de cumplimiento lo cual demuestra un buen desempeño por parte de los dealers.

CSS

| Plan Target Satisfaccion | Target | Pais | Ecuawagen | Induwagen |
|--------------------------|--------|------|-----------|-----------|
| QI | 7.5 | 7 | 6.3 | 8.7 |
| QII | 7.5 | 6.5 | 6.7 | 6.2 |
| QIII | 7.5 | 6.5 | 6.8 | 5.9 |
| QIV | 7.5 | 9 | 10.2 | 6.7 |

A nivel del indicador de satisfacción general se observa un año difícil diferenciado por el último trimestre; esto es debido a la ventana de oportunidad del sistema de fábrica permitiendo la realización de las encuestas durante la entrega del vehículo, ventaja que adoptaron los dealers y esto ha logrado un buen resultado en QIV.

| Plan Target Reparacion repetida | Target | Pais | Ecuawagen | Induwagen |
|---------------------------------|--------|------|-----------|-----------|
| QI | 13 | 10.2 | 13.3 | 0 |
| QII | 13 | 20.1 | 26.2 | 8.3 |
| QIII | 13 | 16.9 | 18.4 | 13 |
| QIV | 13 | 3.9 | 3.4 | 4.8 |

Hemos visto que el QIV hace la diferencia y el país obtiene buen desempeño en reparaciones repetidas; esto demuestra que la estrategia acogida funciona para el mercado y la demanda del servicio por sus clientes.

Formación

| Personal | Tipo | Pais | Ecuawagen | Induwagen |
|-----------------|-------------|-------------|------------------|------------------|
| Productivo | No Tecnico | 6.58 | 2.33 | 10.83 |
| | Tecnico | 9.50 | 8.83 | 10.17 |
| | Total | 16.08 | 11.17 | 21.00 |
| No Productivo | No Tecnico | 4.21 | 6.22 | 2.10 |
| | Tecnico | 0.42 | 0.00 | 0.80 |
| | Total | 4.63 | 6.22 | 2.90 |
| Ventas | No Tecnico | 2.13 | 1.60 | 3.00 |
| | Tecnico | 0.13 | 0.20 | 0.00 |
| | Total | 2.25 | 1.80 | 3.00 |

El desempeño del entrenamiento del personal durante 2015 ha sido logrado por el desarrollo de formación técnica presencial y al desenvolvimiento de cada una de las áreas que hacen parte de la red con su formación on line de los nuevos productos disponibles.

Resumen Postventa 2013

ESTADOS FINANCIEROS

1.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Al 31 de Diciembre de 2015

- El valor total de los activos se disminuyó en US\$ -557 mil debido a:
 - o Disminución en Inventarios en US\$ -576 mil ya que hubo una disminución en los inventarios en tránsito.
 - o Diminución en caja y equivalente al efectivo en US\$ -105 mil por el pago de obligaciones financieras.
 - o Disminución en otras cuentas por cobrar en US\$ -98 mil debido a la disminución de otras cuentas por cobrar de clientes no relacionados.
 - o Incremento en cuentas por cobrar comerciales en US\$ 209 mil.

- El pasivo corriente tiene un decremento de US\$ -582 mil y el pasivo a largo plazo se incrementa en US\$ 4 mil, debido a:
 - o Disminución en obligaciones por pagar a financieras en US\$ -326 mil
 - o Disminución en proveedores por pagar en US\$ -242 mil
 - o Disminución en anticipos recibidos de clientes en US\$ -162 mil
 - o Otras cuentas por pagar se incrementó en US\$ 135 mil.

- El patrimonio crece en US\$ 20 mil debido al resultado del año 2015.

- La estructura financiera se mantiene con relación al año 2014, ya que el 83,1% de los activos se financiaron con pasivos.



| | dic-14 | dic-15 | Variación Absoluta | Variación % |
|---|--------------|--------------|--------------------|----------------|
| Activos | | | | |
| Activos Corrientes | 3,002 | 2,431 | -571 | -19.02% |
| Caja y Equivalentes de Caja | 113 | 8 | -105 | -92.80% |
| Cuentas por Cobrar Comerciales | 40 | 248 | 209 | 526.56% |
| Clientes Vehículos | - | 55 | 55 | 100.00% |
| Clientes Repuestos | 40 | 193 | 154 | 387.38% |
| Inventarios | 1,752 | 1,175 | -576 | -32.90% |
| Inventario de Repuestos | 161 | 184 | 23 | 14.28% |
| Inventarios en Tránsito | 1,585 | 1,000 | -585 | -36.90% |
| Inventario Boutique | 17 | 17 | 0 | -0.37% |
| Provisión Obsolescencia Inventarios | (10) | (25) | -14 | 138.20% |
| Gastos Anticipados y Otras Ctas x Cobrar | 1,097 | 999 | -98 | -8.96% |
| Otras Cuentas por Cobrar y Anticipos | 1,092 | 937 | -155 | -14.16% |
| Gastos Anticipados | 1 | 2 | 0 | 4.90% |
| Crédito Tributario y Anticipo Impuestos | 1 | 55 | 54 | 10321.20% |
| Activos Impuestos Diferidos | 4 | 5 | 2 | 51.86% |
| Activos No Corrientes | 8 | 22 | 14 | 225.49% |
| Propiedades y Equipos | 6 | 20 | 14 | 225.49% |
| Inversiones | 2 | 2 | 0 | 0.00% |
| Total Activos | 3,010 | 2,453 | -557 | -18.52% |

| | dic-14 | dic-15 | Variación Absoluta | Variación % |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------------|----------------|
| PASIVOS | 2,616 | 2,038 | -578 | -22.08% |
| Pasivos Corrientes | 2,608 | 2,027 | -582 | -22.30% |
| Obligaciones por Pagar Financieras | 1,541 | 1,215 | -326 | -21.18% |
| Proveedores por Pagar | 483 | 241 | -242 | -50.05% |
| Cuentas por Pagar | 252 | 387 | 135 | 53.68% |
| Anticipos Recibidos | 280 | 117 | -162 | -58.04% |
| Beneficios Sociales | 28 | 25 | -2 | -8.43% |
| Impuestos | 25 | 41 | 16 | 64.01% |
| Pasivos No Corrientes | 7 | 12 | 4 | 54.13% |
| Beneficios Sociales Largo Plazo | 7 | 12 | 4 | 54.13% |

| | dic-14 | dic-15 | Variación Absoluta | Variación % |
|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------------|----------------|
| PATRIMONIO | 394 | 414 | 20 | 5.14% |
| CAPITAL | 270 | 273 | 4 | 1.32% |
| Capital Social Pagado | 250 | 250 | 0 | 0.00% |
| Reserva Legal | 17 | 20 | 4 | 21.17% |
| Ajuste por primera vez adopción NIIF | 3 | 3 | 0 | 0.00% |
| RESULTADOS | 124 | 141 | 17 | 13.45% |
| Utilidades Retenidas | 89 | 121 | 32 | 36.1% |
| Utilidad año corriente | 36 | 20 | -15 | -43.03% |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 3,010 | 2,453 | -557 | -18.52% |

1.2. ESTADO DE RESULTADOS

Del 1 de enero al 31 de diciembre del año 2015

- Las ventas totales se incrementaron en relación al año 2014 en US\$ 104 mil el 2.16%.
- El margen bruto aumenta en US\$ 20 mil en valor absoluto y el margen de rentabilidad pasa del 12.62% al 12,77%.
- Las comisiones ganadas en la venta de vehículos Audi exonerados aumenta en US\$ 4 mil.
- Los gastos operativos aumentan en US\$ 39 mil debido a una provisión en gastos de marketing y publicidad.
- Los gastos financieros disminuyen en US\$ -1 mil
- Los otros ingresos/gastos neto se incrementan en US\$ 9 mil (ingresos)
- El impuesto a la renta tiene un incremento de US\$ 12 mil.
- La utilidad neta tiene un decrecimiento en US\$ -17mil respecto al año anterior al pasar de US\$ 35.6 mil en el año 2014 a US\$ 18.4 mil en el año 2015.

| | Acumulado | | Variación | |
|---|---------------|---------------|-------------|----------------|
| | dic-14 | dic-15 | Absoluta | Relat. |
| Ingresos | | | | |
| Vehículos | 3,340 | 3,292 | (49) | -1.46% |
| Repuestos | 1,454 | 1,576 | 122 | 8.36% |
| Otros | 27 | 58 | 31 | 114.15% |
| Total Ventas | 4,822 | 4,926 | 104 | 2.16% |
| Total Costos | 4,213 | 4,297 | 84 | 1.98% |
| Utilidad Bruta | 608 | 629 | 20 | 3.37% |
| Margen bruto | 12.62% | 12.77% | 0 | 1.18% |
| Comisiones ganadas vehículos exonerados | 175 | 179 | 4 | 2.16% |
| Utilidad bruta mas comisiones exonerados | 783 | 808 | 24 | 3.10% |
| Total Gastos Operativos | 727 | 765 | 39 | 5.32% |
| Utilidad en Operación | 57 | 42 | (14) | -25.45% |
| Movimiento Financiero Neto | -12 | -13 | (1) | 9.69% |
| Otros Ingresos / Gastos Neto | 96 | 105 | 9 | 9.89% |
| Utilidad (-Pèrda) antes de Participación | 141 | 135 | (6) | -4.34% |
| Participación Trabajadores | 21 | 20 | (1) | -4.34% |
| Impuesto a la Renta | 84 | 96 | 12 | 14.38% |
| Total Deducciones | 105 | 116 | 11 | 10.62% |
| Utilidad Neta | 35.6 | 18.4 | (17) | -48.39% |

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

INFORME DEL OFICIAL DE CUMPLIMIENTO
2015



Quito DM, 29 de marzo del 2016

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 2015, 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 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 2015

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 2015 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 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 2015

Reportes y notificación a la Superintendencia de Compañías:

- Envío del informe de auditoría externa e Informe de comisario sobre el grado de cumplimiento del año 2014
- Envío del Plan Operativo de Actividades para el año 2015
- Envío del informe de cumplimiento del plan operativo de actividades del año 2015
- 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

**PLAN DE TRABAJO OFICIAL DE
CUMPLIMIENTO EJERCICIO 2016**

Quito DM, 29 de marzo del 2016

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 Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento del Terrorismo y Otros Delitos**, para el periodo del 01 de enero al 31 de diciembre de 2016, 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:



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

| AÑO 2016 | | |
|---|-----------------------|--|
| ACTIVIDADES | PERIODICIDAD | OBSERVACIONES |
| UNIDAD DE ANALISIS FINANCIERO (UAF) | | |
| Envío de reportes RESU | Mensual | |
| Actualización de datos de oficial de cumplimiento | Anual | |
| Envío del informe de cumplimiento de la capacitación interna del año 2015 | Anual | |
| Envío del plan anual de capacitación Interna para el año 2016 | Anual | |
| SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS | | |
| Envío del informe de auditoría externa e Informe de comisario sobre el grado de cumplimiento del año 2015 | Anual | |
| Envío del plan operativo de actividades para el año 2016 | Anual | |
| Envío del informe de cumplimiento del plan operativo de actividades del año 2015 | Anual | |
| Actualización de datos de oficial de cumplimiento | Anual | |
| JUNTA DE ACCIONISTAS | | |
| Aprobación de Manual de Prevención de Lavado de Activos, Financiamiento de Terrorismo y Otros Delitos | Anual | |
| Aprobación del informe de actividades del año 2015 | Anual | |
| Aprobación del informe de auditoría externa del año 2015 | Anual | |
| Aprobación Plan Operativo Anual (POA) de actividades de Prevención de Lavado de Activos para el año 2016 | Anual | |
| Aprobación del Plan de Capacitación Interna en Prevención de Lavado de Activos para el año 2016 | Anual | |
| COMITÉ DE CUMPLIMIENTO | | |
| 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 INTERNA | | |
| Ejecución de auditoría sobre Política Conozca su cliente (estadísticas) | Semestral | |
| Ejecución de auditoría sobre Política Conozca su personal (estadísticas) | Anual | |
| Ejecución de auditoría Política Conozca su proveedor (estadísticas) | Anual | |
| Ejecución de auditoría Política Conozca su mercado (estadísticas) | Anual | |
| 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 | |
| PROGRAMAS - CAPACITACION | | |
| Capacitación del Oficial de Cumplimiento | Anual | |
| 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 | |
| COMUNICACIONES | | |
| Difusión de manual y políticas de Prevención de Lavado de Activos | Semestral | |
| Comunicación a personal | Semestral | |
| ACTIVIDADES DE CUMPLIMIENTO | | |
| Verificar la adecuada conservación y custodia de los documentos de clientes, proveedores y empleados materia de prevención de lavado de activos | Anual | |
| Elaboración del informe a la Gerencia General sobre el Grado de Cumplimiento | Anual | |
| Actualizar el manual de prevención de lavado de activos y financiamiento de 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