

**INFORME A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS DE CENTRO DE
ACCESORIOS PARA VEHICULOS CAR ACCESSORY DEPOT CIA. LTDA.**

Quito, 22 de Marzo del 2012

Señor Presidente y Señores Accionistas:

Dando cumplimiento a las normas legales vigentes, pongo a consideración de Ustedes el informe sobre la gestión empresarial, el ejercicio económico del año 2011 con sus estados financieros.

Una vez completado el 2010, en el que la Compañía logró mantenerse y recuperar un poco el patrimonio perdido en el primer año, generando un 2,4% de utilidad neta, determinado fundamentalmente por el incremento de ventas de productos de metalmecánica a nuestro principal cliente y, por el muy importante volumen de ventas de Láminas de Seguridad a Casa Baca, que se fortaleció a partir de Julio Agosto del 2010, tomamos la decisión de fortalecer el área comercial y trabajar en un plan de mercadeo con CM Asociados, con lo que esperabamos incrementar nuestras ventas en un 45% en relación al 2010. (Ver Tabla 1)

La estrategia incluyó básicamente fortalecer la relación con Casabaca como principal cliente, con un fortalecimiento de la venta de Láminas de Seguridad, consolidar la venta de productos de metalmecánica.

La búsqueda de nuevos clientes concesionarios fue un tema importante en el fortalecimiento del área comercial, para lo cual se realizaron estudios y análisis de mercado, se estableció la necesidad de contar con vendedores que cumplan únicamente esa función, por lo que realizamos un proceso de contratación, fruto del mismo se contrató a Wilson Tabango en Septiembre quien el último trimestre trabajó en abrir relaciones comerciales con nuevos clientes concesionarios, sin embargo hasta el 31 diciembre 2011 no se concretaron ventas.

Como se puede ver en la Tabla 2 en Venta de Productos Fabricados se vendió \$180.665,99, que corresponde a un 49% mas que el año anterior y, supera en un 30% la meta para el 2011; sin embargo en Venta de Mercadería (básicamente Láminas de Seguridad) se factura un 21% menos que el 2010 y, se alcanza al 42% de la meta

En Julio Casabaca por asuntos internos nos pide que no trabajemos con nuestro proveedor de Láminas de Seguridad, con lo que las ventas de estos productos cae a \$0 de manera súbita. Nuestro cliente continuó instalando Láminas de Seguridad directamente con el proveedor que trabajó con nosotros. Esto implicó que en los últimos 5 meses del año Car Depot dejó de facturar alrededor de \$ 60.000,00 en Láminas de Seguridad. Esta reducción tuvo un impacto importante sobre la liquidez, por lo que tuvimos que recurrir a un endeudamiento con el Banco Procredit por \$20000.00 a 36 meses de plazo, para capital de trabajo y estar al día con proveedores

En Octubre TDE compra 350 barras de tiro para Fortuner con lo que la facturación en metalmecánica aumentó notablemente. Lo más importante es que la relación con TDE se consolidó con excelentes perspectivas para el 2012.



En relación al Costo de Ventas (Tabla 1), podemos notar que en el 2011 el mismo sufrió un incremento importante, determinado por el aumento del costo de materia prima y, por el incremento de 1 soldador mas. Igualmente el salario de Mauricio Baca se contabiliza en Costo de Producción, debido a que su función esta relacionada casi exclusivamente con producción. Por esta razón encontramos tambien una reducción en Gastos de Personal.

Casabaca sigue siendo nuestro principal cliente, con el 48% de las ventas, seguido de TDE con el 31% (con 1 producto), Autofenix con el 8% y Particulares con el 7%. (Gráfico 1)

A nivel general, los productos de Metalmecánica son los mas vendidos con el 73%, luego Mercadería para Reventa con el 24% y Mano de Obra con el 3% (Gráfico 2). Hay que notar que en Metalmecánica (Gráfico 3) el producto mas vendido ha sido las Barras de Tiro con el 53%, seguido por las Defensas Delanteras con el 14%, sin embargo este producto se venderá muy poco en el futuro en Quito por las restricciones legales. Los Estribos y Roll Bars no tuvieron el movimiento esperado, se explica por la competencia de productos importados y por cuanto en el segundo semestre hubo una reducción de las ventas de camionetas en todas las marcas.

Se propone y esperamos que para el 2012 las ventas de barras de tiro, rollbars y estribos aumente considerablemente. Las Barras de Tiro para Fortuner serán comercializadas directamente a TDE, esperamos que Casabaca instale Barras de Tiro en las Hilux al igual que rollbars. Con el fruto de lo trabajado con nuevos clientes esperamos que a partir del 2012 aumenten las ventas fundamentalmente de estos productos.

En Reventa el principal producto fue Láminas de Seguridad, que desde Agosto no se ha comercializado mas. En el 2012, tendremos estrategias de alianza con importadores para comercializar productos como parrillas, portabicicletas, cajas de techo, neblineros, etc.

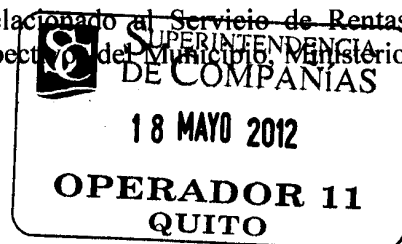
El sistema de proceso de producción así como el de costos de producción se encuentran en plena ejecución y actualización permanente. Igualmente el control de inventarios se lo realiza semanalmente, este incluye productos fabricados terminados, en proceso, a consignación, material e insumos utilizados, productos para la comercialización.

Los diferentes procesos administrativos como: recepción de órdenes de trabajo, vehículos, facturación, compras, los relacionados a la gestión de recursos humanos se encuentran establecidos y en ejecución.

Mantenemos como política prioritaria la atención al cliente con calidad y oportunidad, por lo que en caso de incumplimiento en la fecha de entrega de algún trabajo, Car Depot asume un 5% de descuento en la respectiva factura, este descuento es transferido a los responsables del atraso. Debo mencionar que en el 2011 tuvimos 4 casos.

Las relaciones laborales son óptimas con los trabajadores, se ha cumplido estrictamente con los trámites legales ante el Ministerio de Relaciones Laborales y el IESS. Ha sido una política prioritaria el cancelar los sueldos durante los primeros días del mes.

Estamos regularizados en lo relacionado al Servicio de Rentas Internas. Contamos con los permisos de funcionamiento respectivamente del Municipio, Ministerio del Ambiente. Con el Cuerpo



de Bomberos está pendiente una última inspección; debo señalar que Car Depot ha cumplido con los requisitos, sin embargo no hemos logrado tener la última y definitiva inspección.

El trámite con la Superintendencia de Compañías para el aumento de capital aprobado por la Junta General Ordinaria de Accionistas no se ha realizado, fundamentalmente por falta de liquidez para cubrir los costos de estos trámites, por lo cual en el Balance General consta aún como Aporte a Futuras Capitalizaciones.

ASUNTOS FINANCIEROS:

El detalle de los movimientos financieros será analizado con el Estado de Resultados y Balance General.

Las ventas globales se incrementaron en un 20% en relación al 2010, (Tabla 1 y 2). El cumplimiento de acuerdo al presupuesto 2011 fue del 83%, habiendo superado la meta en un 30,2% en Productos Fabricados, mientras en Mercadería y Mano de Obra se alcanzó al menos del 50% de la meta. Esto fue explicado al inicio con la suspensión de venta de Láminas de Seguridad.

En relación al Margen Bruto sobre Ventas, (Tabla 3) este fue del 24,9% para las ventas totales, lo cual es aproximadamente un 9% menos de lo presupuestado, el impacto mayor de esta brecha lo vemos en Productos Fabricados en el que el margen es del 29,2%, mientras el margen planteado fue del 54%. Influye en esto el aumento del costo de la materia prima y la inclusión del costo del Jefe de Producción (MBS) en el Costo de Ventas – Producción. La Utilidad Bruta anual fue de \$60.524,05.

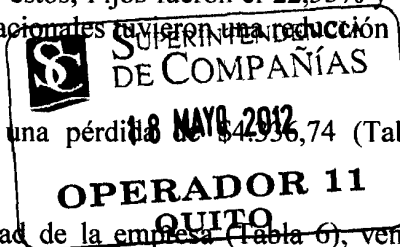
En relación a los Costos Operacionales (Personal y Funcionamiento) (Tabla 4), estos correspondieron al 26,5% sobre ventas; de estos, Fijos fueron el 22,33% y Variables el 4,2%. Si comparamos con el 2010, los Costos Operacionales tuvieron una reducción del 14,6%, 13,4% los Fijos y 1,2% los Variables.

El Resultado del Ejercicio 2010 arroja una pérdida de \$4.936,74 (Tabla 5). Esta pérdida obviamente afecta al patrimonio.

Si realizamos un análisis de la rentabilidad de la empresa (Tabla 6), vemos que el Índice de Rendimiento (BAII/Activo) es de -0,04, y el de Rentabilidad (Beneficio Neto/Capital)-0,05; ambos valores negativos reflejando la pérdida en el ejercicio del 2011.

A continuación presentaré algunos indicadores (Ratios) comparando con el 2010, lo que permitirá tener un panorama más claro sobre el estado financiero de la empresa (Tabla 7)

Índice de Endeudamiento: Relación de Pasivos sobre Patrimonio mas Activos. Este Índice no debe ser mayor a 0,6; observamos que en el 2010 fue de 0,56, en el 2011 es 0,46, demostrando una discreta mejoría; este indicador está influenciado fundamentalmente por el Pasivo Corriente a Proveedores, hemos mejorado en nuestros pagos a proveedores.

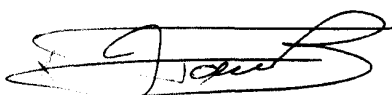


Índice de Calidad de Deuda: Establece la relación de Pasivos Corrientes sobre Total de Pasivos. Se encuentra en 0,46, mejorando notablemente en relación al año anterior. Esto nos indica que el 46% de nuestros pasivos son a corto plazo. Al adquirir la deuda a 36 meses con el Banco Procredit, logramos cancelar los pasivos corrientes en buena medida. Debo indicar que se ha cancelado parcialmente también deudas a largo plazo a socios.

Índice de Liquidez: La relación entre Activo y Pasivo Corriente; debe mantenerse idealmente sobre 1,5. En el 2010 este valor fue de 1,15 que indicó claramente una iliquidez de la compañía. En el 2011 el valor es de 1,99, demostrando una mejoría, pero aun es un valor que indica riesgo.

En relación al Plazo de Cobro y Pago, ha existido una mejoría importante en el tiempo de cobro, de 35 a 18 días. En lo relacionado al Plazo de Pago, de 86 días en el 2010 pasamos a 35 días en el 2011 tiempo cercano al establecido con nuestros proveedores.

Gracias.



Dr. Fernando Torres Andrade
Gerente General

