

**INFORME DE LOS SEÑORES JORGE PAEZ JARAMILLO, PRESIDENTE, Y JORGE PAEZ ANDRADE, GERENTE GENERAL DE AUTOLANDIA S.A. A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS, SOBRE EL EJERCICIO ECONÓMICO DEL AÑO 2016
ABRIL 12 DEL 2017**

Distinguidos Accionistas:

El Informe de Presidente y Gerente General que nos permitimos poner a su consideración, resumirá brevemente tanto la situación del mercado automotriz como las actividades de la empresa, pero si alguno de los señores accionistas desea formular preguntas sobre el contenido del mismo, estaremos gustosos de proporcionarles las explicaciones respectivas.

Los efectos negativos ocasionados por la fuerte recesión que experimentó el Ecuador durante el año 2015 por la dramática caída del precio del petróleo y el incesante gasto público financiado a través de endeudamiento, provocó una considerable reducción del mercado automotriz durante el primer trimestre del 2016. Como es de conocimiento público a partir de Abril, por el terremoto de Manabí y Esmeraldas, la economía nacional se debilitó aún más y el Estado nuevamente reaccionó implementando medidas impositivas que afectaron negativamente al comercio de vehículos debido al incremento del IVA al 14%, y a los altísimos aportes solidarios decretados tanto para personas naturales como jurídicas. A esto debemos sumar que la injusta metodología de cálculo del anticipo del pago del Impuesto afectó negativamente al desempeño financiero de la mayoría de empresas restándoles liquidez en momentos en que la banca privada redujo o cerró una gran parte de las líneas de crédito para el sector automotriz. La conjugación de todos estos factores generaron una reducción del 22% en unidades a las ventas totales de la industria automotriz y del 30% para la marca Chevrolet.

Aparte de realizar modificaciones puntuales durante el último trimestre del año, el Estado mantuvo en rigor el esquema de cupos de importaciones y aranceles tanto para los vehículos armados como al OKD para de esta manera controlar el consumo de vehículos, pero conforme se profundizaron los efectos de la recesión y las secuelas negativas del terremoto, estas perdieron su efectividad para generar ingresos al fisco y a su vez el

Ecuador se vio obligado a iniciar el proceso de reducir o eliminar gradualmente las salvaguardas Impuestas, como requisito para la firma del tratado de libre comercio con la Unión Europea.

La grave problemática en la economía nacional, la carga excesiva e injusta de tributos y la irracional competencia que existe entre concesionarios de la marca Chevrolet, que establece constantes promociones y políticas comerciales que favorecen el volumen sobre la rentabilidad y solidez de las empresas, ocasionaron una severa reducción en las utilidades de la empresa para el año 2016. La pérdida generada en el balance consolidado por un valor de 109,977.66 dólares, después de impuestos y participación de empleados, se debe en gran parte a la reducción del patrimonio de los talleres de servicio por un valor de 77,164.83 dólares.

VENTAS DE LA EMPRESA

Las ventas de vehículos de la empresa disminuyeron de 1.170 unidades a 732 es decir un 37% menos, pero a diferencia del año pasado, este resultado fue comparativamente peor con respecto al decrecimiento que experimentaron tanto la marca Chevrolet como la Industria en general, lo cual se explica por las siguientes razones:

- General Motors estableció un plan de producción para maximizar el volumen de unidades, priorizando el ensamblaje de modelos más económicos y vehículos para uso comercial o de trabajo. Lamentablemente, las restricciones de crédito y el grave estado de la economía nacional afectaron severamente la capacidad de pago y la voluntad de compra de los posibles clientes para estos segmentos, ocasionando una fuerte contracción en la demanda de estos modelos. A esto debemos sumar que GM / OBB, no pudo reemplazar oportuna y efectivamente la salida del mercado de ciertos modelos de alto volumen de ventas y por lo tanto no pudo reaccionar con la debida agilidad para modificar su línea de producto en relación a la demanda real, y esto influyó a que ciertos concesionarios con estrategias orientadas exclusivamente al volumen inflen sus inventarios a niveles inadecuados.
- A pesar de que se implementaron promociones de diferente tipo durante casi todo el año 2016 la marca Chevrolet perdió participación de mercado, reduciendo

aún más la utilidad operacional de los distribuidores de General Motors ya que no se alcanzaron los objetivos de ventas de vehículos y de otros productos y servicios que generan un incentivo dentro de la política comercial.

- Otro factor determinante que impactó negativamente las ventas de la marca Chevrolet en el Ecuador fue la apreciación del Dólar Norteamericano con respecto a las principales monedas, lo que permitió a los Importadores de vehículos ofrecer precios más competitivos y mejorar sus ganancias a pesar de los altos aranceles impuestos por el Gobierno. Esta coyuntura, más el incremento de aranceles en 5% para los vehículos ensamblados localmente, los cuales son los de mayor peso en nuestro volumen de ventas, provocó que la marca pierda participación de mercado en especial en los segmentos de Pasajeros y Todo Terreno.

En el área de Post Venta, las ventas de repuestos decrecieron en 18.75%; mientras que la facturación de los Talleres de Servicio bajó a cuatro millones quinientos ochenta y ocho mil dólares durante el año 2016, debido principalmente por las severas dificultades económicas que atravesó el país y a que los clientes optaron por productos sustitutos de menor valor y calidad o inclusive redujeron al mínimo posible sus gastos no esenciales de mantenimiento.

Por las condiciones de mercado que se avizoran para el año 2017, esperamos retomar un leve crecimiento en la venta de repuestos, mejorando la productividad de cada asesor.

Por otro lado, los Talleres de Servicio concentrarán su esfuerzo para mejorar los niveles de rentabilidad y eficiencia a través de una reorganización tanto administrativa como productiva para reducir agresivamente gastos e incrementar las ventas con un nuevo enfoque comercial.

PRODUCTOS PARA LA VENTA EN EL AÑO 2017

Debido a que a partir del año 2009, el gobierno estableció una normativa básica de elementos mínimos de seguridad que deben cumplir todos los vehículos comercializados en el Ecuador y al nuevo esquema arancelario, ciertos modelos antiguos ensamblados localmente y que históricamente aportaron significativamente al volumen de ventas de

Chevrolet, fueron descontinuados durante el año 2016, o su vez perdieron competitividad.

Pero a diferencia de años anteriores GM / OBB nos han informado que han podido identificar ciertas alternativas para tratar de reemplazarlos y evitar que otras marcas ganen participación de mercado con productos más modernos y a precios atractivos.

Entre las principales novedades para este año será la introducción durante el segundo semestre, de la más reciente versión del vehículo Chevrolet Sail, el cual ofrece un diseño con líneas modernas y una nueva motorización de 1.5L, que permite no solo incrementar la potencia sino mejorar el rendimiento del consumo de combustible. Este modelo de ensamblaje local es un producto de mucha importancia, ya que se comercializa en varios países de Sudamérica y Asia en el segmento de pasajeros que es el más importante y de mayor volumen del mercado donde varios competidores han retomado su participación con nuevas versiones de modelos reconocidos.

La mayoría de los lanzamientos que planea realizar GM / OBB durante el año 2017 serán de productos importados en especial para el segmento de Todo Terreno (SUV) donde la competencia por captar clientes es muy fuerte ya que existen varios tipos de modelos para todo tipo de perfiles y necesidades. En enero se realizó el lanzamiento de la nueva versión del Chevrolet Tracker de procedencia Mexicana, que es un modelo de muchísima aceptación a nivel mundial por su atractivo diseño y relación de precio beneficio y por lo tanto las ventas del mismo han experimentado un importante incremento.

A finales del 2016 se realizó el lanzamiento del nuevo TrailBlazer 4x4, con motor Turbo Diésel de 2.8L de procedencia Brasileña, el cual ha tenido una muy buena acogida por su combinación de diseño moderno y excelentes prestaciones. Durante el segundo y tercer trimestre de este año, Chevrolet iniciará una estrategia de lanzamientos enfocados a competir específicamente con los diferentes productos existentes en el mercado, y de esta manera recuperar su participación en un segmento de vital importancia, no solo por el volumen de ventas sino por el alto nivel de calidad e imagen del mismo.

A pesar de que varios vehículos Chevrolet ensamblados e importados mantienen una relación de precio beneficio más atractivo que la competencia, las principales marcas como Kia, Hyundai, Great Wall, Nissan – Renault y Toyota, constantemente están

introduciendo nuevos modelos para tratar de ganar participación en más segmentos de mercado que anteriormente habían ignorado. Por lo tanto, debido a un entorno más competitivo y una situación macro económica y política inestable y endeble esperamos alcanzar una venta de alrededor de 910 unidades, siempre y cuando las condiciones crediticias del sistema financiero y la capacidad adquisitiva del mercado lo permitan.

UTILIDADES FUTURAS

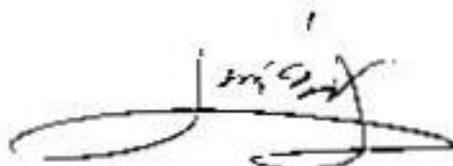
Como hemos comentado en ocasiones anteriores, el negocio automotriz es seguramente uno de los más competitivos en el Ecuador; nuestra empresa seguirá realizando grandes esfuerzos para mejorar eficientemente las ventas de repuestos, reducir gastos operativos como administrativos e incrementar los niveles de liquidez.

Apalancados en este cambio de enfoque y una mejora en las ventas de vehículos a través de los lanzamientos detallados anteriormente, esperamos generar utilidades razonables a pesar de que la estructura de gastos por salarios y beneficios, más las inversiones en imagen corporativa y exigencias de capacitación de la marca, por lo general se incrementan a un nivel mayor al de la inflación.

Esperamos además que la marca puntualice las promociones a través de una planificación de la producción acorde a la demanda real, de lo contrario es posible que en el próximo año las utilidades no alcancen el rendimiento histórico de la compañía. Sin embargo de aquello, haremos lo que esté a nuestro alcance para mitigar las condiciones adversas del mercado, desarrollando más los talleres y postventa para optimizar su rendimiento, además, en la medida de lo posible, incrementar las ventas a través de crédito directo, dependiendo claro está de cómo responda el Sistema Financiero ante la inestabilidad política actual, y aspiramos llevar a cabo otros objetivos que nos hemos propuesto.

Para concluir debemos indicar que el directorio se ha reunido en forma regular, y, en su última sesión acogió el pedido de la Presidencia y planteó recomendar a la Junta General un reparto de un dividendo en efectivo con cargo a la cuenta Reservas Facultativas del 8%, sobre el capital pagado, esperamos que este reparto sea aceptado por los señores accionistas, y si es aprobada la moción la entrega de los valores realizaremos lo más pronto posible.

Agradecemos a los señores accionistas por su valiosa presencia, a los señores miembros del directorio, y al personal de la empresa el reconocimiento por el trabajo, compromiso y apoyo en todos nuestros propósitos.



JORGE PAEZ JARAMILLO
PRESIDENTE

ATENTAMENTE



JORGE PAEZ ANDRADE
GERENTE GENERAL