

**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 2017
MARZO 28 DEL 2018**

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 en proporcionarles las explicaciones correspondientes.

Para analizar correctamente tanto el entorno económico como los resultados de la empresa durante el año 2017, es preciso dividirlo en dos semestres muy marcados. En los primeros 3 meses del año continuaron los efectos negativos ocasionados por la fuerte recesión que experimentó el Ecuador durante el año 2016 por la dramática caída del precio del petróleo, la inestabilidad política por las elecciones presidenciales y el incesante gasto público financiado a través de endeudamiento. Si bien los resultados electorales fueron favorables al partido de Gobierno, los escándalos de corrupción dentro del mismo y el frágil estado de las finanzas públicas pronto causaron una profunda ruptura en sus filas y esto forzó una propuesta de conciliación que fue positivamente recibida y esto generó un modesto crecimiento de la economía y de la industria automotriz. Durante el segundo semestre del año, tanto las maniobras políticas como legales para debilitar la influencia del ex presidente y su círculo dominaron la atención del público y esto permitió al Gobierno incrementar el endeudamiento a través de emisión de bonos lo que a su vez generó un exceso de liquidez dentro del sistema bancario que reactivó fuertemente el consumo.

Durante el último trimestre del año 2016, el Estado 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. Esto permitió a los importadores de vehículos incrementar fuertemente su disponibilidad de producto con precios muy competitivos con respecto al ensamblaje local. La demanda represada desde el año 2015, mas la amplia oferta de crédito del sistema financiero y una recuperación de la confianza del

consumidor, generaron un crecimiento en el 2017 del 65.32% en unidades, de las ventas totales de la industria automotriz y del 44.85% para la marca Chevrolet.

Es preciso resaltar que la notable recuperación del precio del barril de petróleo permitió un crecimiento de la economía nacional del 1.05% en el 2017, el mismo que fue generado a un costo social muy alto, específicamente por el deterioro significativo de la balanza comercial y un nivel de endeudamiento público por encima del límite establecido en la Constitución.

La problemática descrita en la economía nacional, el tumulto político, 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 que las utilidades para el año 2017 no incrementen en proporción al crecimiento de ventas de la empresa. La utilidad generada en el balance por un valor de 711.735 dólares, después de impuestos y participación de empleados, se debe en gran parte a la reestructuración comercial y administrativa implementada en los departamentos de vehículos y servicio postventa.

VENTAS DE LA EMPRESA

Las ventas de vehículos de la empresa aumentaron de 732 unidades a 1.329 es decir un 81% más, pero a diferencia del año pasado, este resultado fue comparativamente mayor con respecto al crecimiento que experimentaron tanto la marca Chevrolet como la industria en general, lo cual se explica por las siguientes razones:

1. Si bien General Motors nuevamente 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, el levantamiento de las salvaguardias permitió que durante el año la marca Chevrolet realice varios lanzamientos de nuevos productos importados con diseños más atractivos, con mejores prestaciones y precios de venta.
2. A pesar de que se implementaron promociones de diferente tipo durante casi todo el año 2017, la marca Chevrolet perdió participación de mercado y el volumen de ventas no aumento lo suficiente para evitar que la utilidad operacional de los distribuidores de General Motors, bajara en todo el país ya que no se alcanzaron los

objetivos de ventas de vehículos y otro productos y servicios que generan un incentivo en la política comercial.

3. Gradualmente, la reestructuración comercial del departamento de Vehículos genero resultados positivos sobre el volumen de ventas en los dos puntos de ventas, en Quito y en Santo Domingo de los Tsáchilas.
4. A pesar de que el año 2016 fue muy complicado, la solidez financiera de la empresa le permitió incrementar las ventas a través de crédito directo.
5. La empresa concentro sus recursos publicitarios de manera más efectiva en medios digitales lo que genero un incremento en el trafico a las salas de ventas y un mayor reconocimiento de la empresa de parte del mercado.

En el área de postventa, las ventas de repuestos crecieron el 17.70%, gracias a una notable mejora en productividad de cada asesor y al desarrollo de los canales digitales de la empresa. A su vez, la facturación del taller de servicio alcanzó la suma de 3 millones ochocientos noventa y dos mil dólares durante el año 2017, principalmente por la reorganización tanto administrativa como productiva para reducir agresivamente gastos e incrementar las ventas con un nuevo enfoque comercial. Durante el año 2018, esperamos aprovechar el crecimiento del parque de vehículos e incrementar el número de ordenes de trabajo, el porcentaje de retención de clientes y las ventas de repuestos por taller y mostrador.

PRODUCTOS PARA LA VENTA EN EL AÑO 2018

Desde el último trimestre del 2016, GM – OBB, inicio un nuevo programa para identificar alternativas de vehículos en sus diferentes plataformas globales para mejorar y refrescar el portafolio de productos que comercializamos y de esta manera 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 renovación de imagen del modelo Spark GT y la introducción, durante el primer trimestre, de la más reciente versión del vehículo Chevrolet Cavalier el cual reemplaza al exitoso Aveo Emotion y que ofrece un diseño con líneas modernas y una motorización de 1.5L, que permite no solo incrementar la potencia sino mejorar el rendimiento del consumo de combustible. Este modelo importado, es un producto de mucha importancia ya que se comercializa en varios países de Suramérica

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 2018 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. 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 aspiracional e imagen del mismo. Finalmente, para el cuarto trimestre del año se prevé la renovación de imagen de la línea completa de Pick Ups D-Max en su versión turbo diesel la cual presenta un cambio muy atractivo en su diseño, especialmente en el habitáculo.

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 endeble esperamos alcanzar una venta de alrededor de 1.500 unidades siempre y cuando las condiciones crediticias de 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 la reestructuración comercial ya implementada, la cual nos permitió alcanzar la categorización más alta establecida por GM – OBB, esperamos incrementar las ventas de vehículos a través de los lanzamientos detallados anteriormente y generar utilidades razonables, a pesar de que la estructura de gastos por salarios y beneficios más las inversiones en imagen

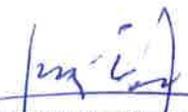
corporativa y exigencias de capacitación de la marca por lo general se incrementan a un nivel mayor al de la inflación.

Es nuestro parecer que para el Ecuador, GM – OBB ha realizado cambios a las políticas comerciales que rigen el modelo de negocios para concesionarios Chevrolet, con las cuales no estamos de acuerdo en algunos conceptos, implementado objetivos desmedidos para las ventas al detal y flotas, reduciendo los márgenes de contribución para los vehículos de mayor volumen e incrementando severamente el requerimiento de unidades en inventario lo cual resta liquidez y aumenta los costos financieros. Sin embargo, de aquello, haremos lo que esté a nuestro alcance para mitigar las condiciones adversas del mercado, desarrollando más el servicio post venta para optimizar su rendimiento, además, en la medida de lo posible, incrementar las ventas de repuestos por nuevos canales y las de vehículos a través de crédito directo, dependiendo claro está de cómo responda el sistema financiero ante la inestabilidad económica 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 en efectivo del 7% sobre el capital pagado, y por razones de vinculación con los préstamos otorgados por el banco Produbanco, se repartirá acciones de este banco en un porcentaje del 1.2% con relación al capital pagado que poseen los accionistas en Autolandia, esperamos que estos repartos sean aceptados por los señores accionistas, y si es aprobada la moción la entrega de los valores y acciones 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.

ATENTAMENTE


JORGE PAEZ JARAMILLO
PRESIDENTE EJECUTIVO


JORGE PAEZ ANDRADE
GERENTE GENERAL