

**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 2018
MARZO 27 DEL 2019**

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, gustosos les proporcionaremos las explicaciones respectivas.

Para analizar correctamente tanto el entorno económico como los resultados de la empresa durante el año 2018, es preciso aclarar que a pesar de que el mercado automotor creció notablemente, la economía nacional afrontó serios problemas estructurales. La reducción anunciada en el gasto público fue a duras penas modesta y por consecuente, el gobierno se vio forzado a financiar el déficit a través de nuevas emisiones de bonos a tasas muy onerosas de tal forma que el monto total de la deuda sobrepasó el límite establecido en la Constitución. Esta importante inyección de liquidez al mercado financiero permitió un tibio crecimiento del PIB, generado principalmente por el incremento en el consumo ya que los ingresos petroleros se redujeron por ineficacia en la producción y los altos costos de refinación del combustible local y por tales motivos la Balanza Comercial nuevamente sufrió un deterioro significativo. A diferencia de la parsimonia con la cual el gobierno afronto los problemas económicos, fue bastante activo en emprender varias maniobras políticas para debilitar la influencia del ex presidente, destapando nuevos casos de corrupción tanto en la administración estatal como en la contratación del sector público.

Conforme al acuerdo de libre comercio con la Unión Europea y a la eliminación general de cuotas o salvaguardias para la importación de vehículos, el ensamblaje local experimento su producción más baja en los últimos años, alcanzando apenas el 26.8% de participación comparado con el 38.2% durante el 2017. Una competencia intensificada por la amplia disponibilidad y la reducción notable en precios de venta

generaron un crecimiento del 31% en unidades de las ventas totales de la industria automotriz y del 11% para la marca Chevrolet.

La problemática descrita en la economía nacional, el desconcierto 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 2018 no se incrementen en proporción al crecimiento de ventas de la empresa. La utilidad generada por la empresa en el ejercicio económico del año 2018 ascendió a US\$ 1.023.990 dólares, después de impuestos y participación de empleados, monto que se debe en gran parte a la consolidación del plan de restructuración comercial y al impulso en las ventas a través de crédito directo; pero debido al ajuste del VPP (Valor Patrimonial Porcentual) de los talleres cuyo monto es de US\$ 320.207 dólares, la utilidad generada por la empresa de acuerdo al balance consolidado se reduce a US\$ 772.582 dólares.

VENTAS DE LA EMPRESA

Las ventas de vehículos de la empresa aumentaron de 1.329 unidades a 1.639 es decir un 23% más, este resultado fue comparativamente mayor con respecto al crecimiento que obtuvo la marca Chevrolet, pero por debajo del experimentado por la industria en general, lo cual se explica por las siguientes razones:

1. La marca Chevrolet realizó varios lanzamientos de nuevos productos importados con diseños más atractivos, mejores prestaciones y precios de venta más competitivos. Adicionalmente, durante el segundo semestre, GME definió un nuevo esquema de pedidos en firme a través de consensos mensuales lo cual permitió mejorar en parte la administración del inventario acorde a la demanda de cada concesionario.
2. A pesar de que se implementaron incesantes promociones durante casi todo el año 2018 para incentivar tanto la compra de unidades wholesale como la venta al público, la marca Chevrolet perdió participación de mercado y el volumen de ventas no aumentó 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 otros productos y servicios que generan un incentivo en la política comercial.

3. La consolidación del plan comercial del departamento de Vehículos generó resultados positivos sobre el volumen de ventas en los dos puntos de ventas en Quito, es especial el ASO 6 de Diciembre, y en Santo Domingo de los Tsáchilas.
4. A pesar de que el año 2018 fue bastante disparejo, la solidez financiera de la empresa le permitió incrementar las ventas a través de Crédito Directo.
5. La empresa concentró sus recursos publicitarios de manera más efectiva en medios digitales lo que generó un incremento en el tráfico a las salas de ventas y un mayor reconocimiento de la empresa en el mercado.

En el área de post venta, las ventas de repuestos crecieron en 11% debido a continuas mejoras en la productividad de los asesores y al desarrollo de los canales digitales de la empresa; a su vez, la facturación de los talleres de servicio durante el año 2018, alcanzó la suma de US\$ 3.870.156.35 dólares, principalmente por el mantenimiento del parque de vehículos nuevos.

Durante el año 2019, esperamos que tanto los planes comerciales como los cambios organizacionales implementados, nos permitan incrementar la productividad operativa, el porcentaje de retención de clientes y las utilidades del taller.

PRODUCTOS PARA LA VENTA EN EL AÑO 2019

GM – OBB ha mantenido firme su iniciativa de identificar alternativas de vehículos en las diferentes plataformas globales para mejorar y refrescar el portafolio de productos que comercializamos y de esta manera evitar que las marcas Coreanas y Chinas alcancen una mayor participación de mercado con modelos actualizados y a precios atractivos.

La principal novedad para este año será la reintroducción, durante el segundo semestre, de la más reciente versión del Chevrolet Captiva en versiones de 5 y 7 pasajeros el cual ofrece un diseño con líneas modernas, amplio espacio interior y una motorización de 1.5L turbo, 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 comercializará en varios países de Suramérica y Asia en el segmento de SUV que es el de mayor crecimiento en el mercado y donde varios

competidores han alcanzado una sólida participación con nuevas versiones de modelos de alta aceptación.

En general Chevrolet realizara lanzamientos enfocados a competir específicamente con los diferentes productos existentes en el mercado y de esta manera mantener su liderazgo en el segmento de pasajeros, que es el de mayor volumen, y recuperar su participación en el segmento de SUV debido al alto nivel aspiracional e imagen del mismo. De igual manera GM – OBB aspira complementar el line up existente adicionando versiones LS en los modelos que han alcanzado una posición importante en sus respectivos segmentos, como son Beat y Spark GT y expandiendo la oferta de la línea Premium para D-Max y futuros modelos para el segmento de SUV.

A pesar de que varios vehículos Chevrolet ensamblados e importados mantienen una relación de precio beneficio bastante atractiva, las principales marcas como Kia, Hyundai, Great Wall, Toyota y Nissan – Renault más el creciente abanico de marcas Chinas constantemente están introduciendo nuevos modelos para tratar de ganar participación en más segmentos de mercado que anteriormente habían ignorado o su vez en los de mayor volumen y crecimiento. Por lo tanto, debido a un entorno más competitivo y una situación macro económica y política endeble esperamos alcanzar una venta de alrededor de 1.560 unidades siempre y cuando las condiciones crediticias del sistema financiero y la capacidad adquisitiva del mercado lo permitan.

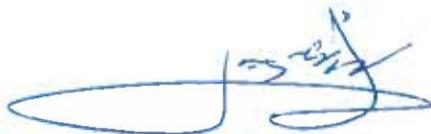
UTILIDADES FUTURAS

Sin temor a equivocarnos hemos aseverado que, el negocio automotriz es uno de los más competitivos en el Ecuador; Autolandia seguirá realizando grandes esfuerzos para mejorar eficientemente las ventas tanto de repuestos como vehículos, reducir gastos operativos como administrativos y mantener los niveles de liquidez requeridos para financiar las ventas a través de crédito directo. Confiamos que la reestructuración comercial implementada, más la incorporación de nuevos funcionarios especializados en gestión externa y de canales digitales y los lanzamientos detallados anteriormente nos permitan alcanzar los objetivos de facturación propuestos generando 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 suben a un nivel mayor al de la inflación.

Es nuestro parecer que, durante el 2018 GM – OBB aplico criterios desacertados a las políticas comerciales que rigen el modelo de negocios para concesionarios Chevrolet, implementando objetivos desmedidos de participación de mercado, reduciendo los márgenes de contribución con promociones incesantes e incrementando severamente el requerimiento de unidades en inventario lo cual resta liquidez y aumenta los costos financieros. Sin embargo de aquello, durante el primer trimestre del ejercicio actual, conjuntamente con la marca se han replanteado ciertas condiciones que reducen notablemente los aportes de los concesionarios en las actividades promocionales con lo cual aspiramos obtener mayor estabilidad para continuar realizando nuestro mejor esfuerzo y aprovechar las oportunidades existentes en el mercado, potenciar el Servicio posventa 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 el entorno económico – financiero responda ante los requerimientos de racionalización del gasto público conforme los términos aceptados por el Ecuador en la carta de Intención para el financiamiento comprometido por organismos multiaterales de crédito.

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 plantearon recomendar a la Junta General un reparto del 8.5 % sobre el capital pagado; de este porcentaje y por razones de vinculación con el Produbanco por los préstamos otorgados a la empresa, se repartirá un porcentaje mínimo en acciones del Produbanco y el resto en efectivo; 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 EJECUTIVO

ATENTAMENTE



JORGE PAEZ ANDRADE
GERENTE GENERAL