

INFORME DEL GERENTE GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE AÑO 2.009

Señores accionistas:

Para el Gerente General es un gusto presentar el informe de actividades de la empresa, para que ustedes conozcan de las principales actividades y los de los asuntos mas relevantes acontecidos en el año 2009, y de esta manera cumplir adicionalmente con el mandato de los Estatutos Sociales y las normas dictadas por la Superintendencia de Compañías.

ANTECEDENTES.

El 2009 se presenta como un año realmente difícil, especialmente después de haber pasado un año realmente excelente para las ventas a nivel nacional y después de haber roto en el año 2008 el record histórico de venta de vehículos en el Ecuador. Pues la crisis mundial que afecta principalmente a países de Europa y a los Estados Unidos justo el ultimo trimestre del 2008, se cree que nos afectara también a nosotros, no sabemos en que grado, ni en que escala, pues después de oír a varios expertos financieros nacionales y extranjeros nos deberíamos preparar para cuando que la crisis llegue y de esta manera nos afecte lo menos posible también a nosotros.

Como sabemos esta crisis comienza principalmente por la compra, venta, la reventa y recompra de los bonos inmobiliarios, sobre los mismos que se vuelven a generar deudas y garantías, lo cual se negocia en la bolsa de valores a nivel mundial y son los grandes bancos principalmente quienes compran garantizan y revenden estos paquetes de deuda que en principio se generan del crédito inmobiliario de la venta de casas, departamentos y edificios. Los cuales al dejar de pagar los deudores genera una escalada de instituciones involucradas en esta vorágine de deudas; mencionaban que el año anterior había cientos de casas abandonadas de gente que no podía pagarlas en varias ciudades de los Estados Unidos, y que preferían dejarlas a que los bancos las reposean y ellos declararse en quiebra para no pagar por los altos intereses que estas deudas generaban.

Es así que en varios campos, las instituciones, las empresas, los bancos, el estado comenzó a tomar providencias tratando de capear un temporal que de acuerdo a los expertos no se sabía cuanto iba a durar y cuan grave iba a ser en el momento que toque fondo. En estados Unidos y Europa de acuerdo a las noticias había mucha gente que estaba perdiendo sus trabajos, las empresas estaban despidiendo a gente que no podía mantener en sus nominas, las empresas automotrices de los Estados Unidos estaban quebrando unas y desapareciendo otras, el panorama era realmente preocupante.

Nosotros todavía no sabíamos cuan grave llegaría a ser, sin embargo decidimos para comenzar por recortar los gastos de publicidad, comenzar una campaña de concientización de los empleados especialmente en el ahorro de recursos de la empresa como son agua, luz, teléfono y suministros. Se suspendió la compra de varios elementos de los cuales podíamos momentáneamente dejar para hacerlo después

como son herramientas, computadoras, incluso el paseo que estaba presupuestado. Se suspendió el mantenimiento que estaba programado para el edificio matriz, y se suspendió la inversión que se debía hacer en los talleres de las agencias, y el de Latacunga.

No se compro los vehículos Test Drive que debíamos actualizarlos para las diferentes agencias de la empresa, son un mínimo de dos por punto, ni tampoco se adquirió el sistema Informático – contable que se venía tratando de cambiar para mejorar la operatividad e intercomunicación de la empresa con sus agencias. Inclusive se bajo el personal ajustándonos en un 10% menos. Bueno fueron muchas decisiones las que hubo que tomar con tal de estar preparados para esta crisis que se venía venir, también se bajaron las comisiones y los sueldos a varios funcionarios de la empresa.

Por otra parte El estado se preparaba poniendo salvaguardias e impuestos a varios productos que se importaban del extranjero ropa , perfumes , zapatos , licores, tabacos, joyas y entre estos también estaban afectados los vehículos , motos y llantas pues para ellos se dio otra forma de control, el cual fue darles un cupo de importación en base a las importaciones de los años anteriores, supuestamente esto funcionaria para frenar las importaciones de vehículos en principio para todo el año.

Mas a mitad del año se cambio esta política de cupos por una salvaguardia que fue un 12% adicional a los aranceles que se paga normalmente ; para de esta manera frenar y controlar especialmente la salida de divisas , tratando de precautelar la dolarización y mantener la balanza comercial de nuestro país con saldo positivo.

Así mismo, el sector se vio obligado a ofrecer vehículos más costosos para el público, debido a los recargos mencionados, otro efecto inmediato de las medidas se evidencio en la venta de modelos menos equipados o abaratados, afectando también el cuidado del medio ambiente y la seguridad de los conductores. En segmentos muy sensibles al precio de venta, los vehículos se encarecieron dificultando su adquisición. Y finalmente la rentabilidad de la empresa se vería afectada gravemente de no realizar ventas en volumen y de no haber buscado alternativas como fueron, la venta de accesorios y la eficiencia en ahorro, y recorte de gastos en alto nivel.

El 2009 muestra la primera caída del sector desde el año 2003. El sector había venido creciendo a ritmo sostenido hasta llegar a las 112.684 unidades. El 2009 en cambio cerró con 91.778 unidades vendidas.

Con estos limitantes el distribuidor nacional se oriento a traer los vehículos que mas demanda presentaban , dejando a un lado los que por sus precios no eran atractivos al mismo tiempo que utilizaban ese cupo y los recursos para importar los de más fácil salida o venta, es así que se dejo de traer los Veracruz, y en muy poco numero se trajo el Santa Fe. En los vehículos pequeños se dejo de traer el pequeño I10 y en muy poca escala teníamos Elantra , lo que quedaba para la venta era el Getz y el Accent vehículos que por causa de las salvaguardias también incrementaron su precio.

El vehículo que HYUNDAI fue el que más se importo definitivamente fue el Tucson en su versión estándar, el cual por su precio y prestaciones; además en este modelo no se incrementaba el ICE solo paga el 5% , tenía un espectacular precio de USD 19.990 el cual era imbatible para cualquier otra marca y modelo de vehículo. Aquí el

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
LOCAL MATRIZ NORTE RIOBAMBA LATACUNGA													
TOTAL VENTAS POR MES													

La matriz vende 383 unidades que es el 39,6 % del total , la Agencia Norte vende 295 unidades y aporta con el 30,4 % de las ventas , Riobamba baja su porcentaje de aporte en relación al año anterior, y vende 209 con un 21,6 % y Latacunga suma 78 ventas que es el 8,4% de las ventas generales de la empresa; siendo el reparto ideal 40% para la matriz quien cumple objetivos , 25% Ingahurco quien supera los objetivos, 25% Riobamba como dijimos este año baja su participación y 10% Latacunga que estuvo cerca de su meta.

A esto podemos comentar que el primer semestre fue bastante regular, con ventas que se realizaban cada vez financiadas en menor cantidad, pues como había indicado antes los bancos habían prácticamente cerrado sus operaciones pues no prestaban sino en casos excepcionales, y cosa curiosa se comenzó a vender los autos con crédito a corto plazo, con crédito directo y en muchos casos de contado, pues la gente obtenía el dinero de otras fuentes para adquirir los vehículos.

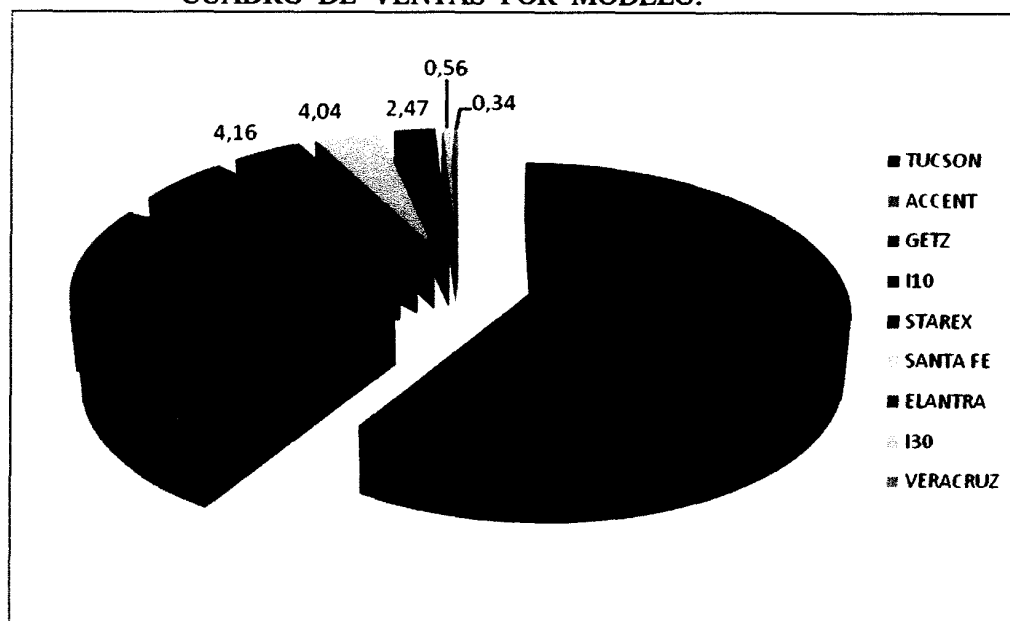
En el segundo semestre se liberaron los cupos para la venta de vehículos , pues los cupos no dieron el efecto que se creía y se importaron sin problema, subieron los impuestos vía salvaguardias , subieron los autos pero curiosamente las ventas especialmente de Tucson por disponibilidad de producto mejoraron y la prueba es que el segundo semestre se muestra mucho mejor en ventas , llegando a sumar 968 ventas totales en el año 2009. De acuerdo al siguiente cuadro:

VEHICULOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Livianos	66	60	70	56	58	71	116	66	65	76	66	120	890
Comerciales	3	2	2	2	6	6	5	8	5	2	10	7	58
Taxis exon.	2	6	12										20
Total Ventas													

De acuerdo al cuadro anterior podemos deducir que el aporte de vehículos comerciales en el año fue muy bueno pues se ha hecho gestión que a dado frutos con una razonable venta de camiones con un 6% de ventas este dato es bastante bueno después de tener en años anteriores resultados para nada halagadores en lo referente a las ventas de camiones y buses livianos. En cuanto a los taxis estas pocas unidades son las ultimas que quedaban pendientes de entrega del grupo de exonerados aportando con un 2%, de las ventas generales y el 92 % son vehículos livianos de pasajeros tanto autos como SUV.

En cuanto al mix o mezcla de modelos de vehículos tenemos el siguiente cuadro que nos muestra en porcentajes las ventas correspondientes a cada modelo y nos hace ver mucho más claramente como se desenvolvió las ventas en el año anterior las cuales se grafican a continuación:

CUADRO DE VENTAS POR MODELO.



Siendo las cifras en números como sigue:

VEHICULOS LIVIANOS

Tucson	523	58,76 %
Accent	111	12,47 %
Getz	103	11,57 %
I10	50	5,62 %
Starex H-1	37	4,16 %
Santa Fe	36	4,04 %
Elantra	22	2,47 %
I30	5	0,56 %
Veracruz	3	0,34 %

VEHICULOS COMERCIALES

HD-72	23	39,66 %
Porter	20	34,48 %
HD.65	7	12,07 %
HD-78	6	10,34 %
County	2	3,45 %

TAXIS EXONERADOS 20

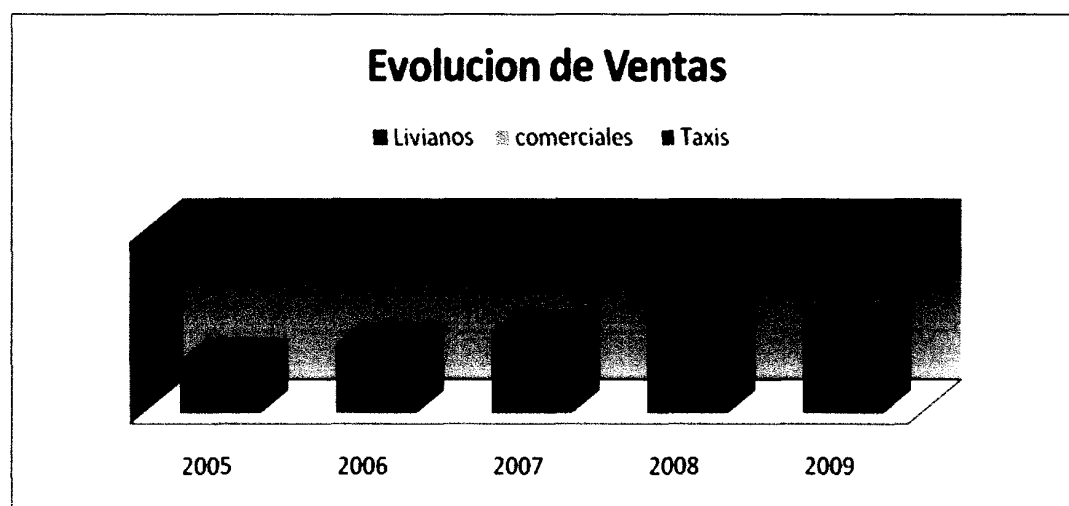
SUMANDO EN EL 2009 UN GRAN TOTAL DE 968 UNIDADES VENDIDAS.

Aquí nos podemos dar cuenta claramente que este año las ventas se debieron en gran parte, casi el 60% al Tucson en todas su versiones, pero en su mayoría a la versión estándar que fue imbatible en el mercado, dejando solo un 40 % para los demás modelos entre los que podemos ver Accent y Getz, Starex, I10, Santa Fe y Elantra y un aporte bueno de comerciales.

En relación al año anterior podemos decir que sin contar con los taxis el 2009 se vende más que el 2008 en el que vendemos 944 unidades sin contar con los 97 taxis, en el 2009 vendemos 947 unidades sin taxis es decir en ventas normales llegamos a vender 3 unidades más que el 2008.

La evolución de las ventas de los últimos 5 años las tenemos en el siguiente cuadro: En que podemos graficar las ventas correspondientes al periodo 2005 al 2009. Como ventas totales tenemos los siguientes datos.

AÑOS	2005	2006	2007	2008	2009
VENTA TOTAL	438	564	670	1039	967



Al final del año, en lo que a vehículos nuevos se refiere, el mercado general sufrió una caída del 18% en relación del 2008. En todo caso la caída en las ventas de Andinamotors solo decrece en un 7% en relación al año anterior.

El resultado de haber hecho los recortes y ahorros en la empresa y el no haber bajado en un numero significativos nuestras ventas nos a dado como resultado el tener un año con excelentes resultados, resultados que normalmente no nos habíamos presupuestado, pues como mencionaba en un principio la crisis económica no nos

afecto en el nivel que se había esperado. Sin embargo nos deja enseñanzas muy importantes las cuales quedaran reseñadas en este informe y se tomaran en cuenta en un futuro.

De cualquier manera podemos indicar que este es el año que mejores resultados a tenido la empresa en todo el tiempo que lleva operando; producto de los ajustes y del trabajo organizado y planificado de cada uno de los departamentos.

TALLERES.- En cuanto a talleres este año se a dedicado mucho esfuerzo en tratar de atraer al cliente a que haga todos los servicios que la marca pide en un taller autorizado , y nuestro esfuerzo se dirige hacia allá, también como se preveía este año de bajas ventas , se torno la vista hacia el servicio en crecer a través de las ventas de mano de obra y de la venta de servicio.

Es aquí en donde vemos que debemos aprovechar la presencia de la marca y el soporte que debemos dar a los vehículos y a los clientes a través del servicio, en este año la venta e instalación de accesorios a sido una muy buena fuente de ingresos, también la venta de los dispositivos satelitales , ya que 'Neohyundai' actualmente implemento un dispositivo propio (Sherloc), que se instala en nuestros talleres y esperamos próximamente buscar , otras fuentes de ingresos por medio del Taller.

Actualmente estamos trabajando con tres talleres como son: Matriz, Riobamba y el nuevo punto de Ingahurco implementado este año, en donde se maneja latonería y pintura además de dar servicio a los camiones, esperamos próximamente estar en Latacunga.

En el año 2009 podemos hacer un resumen de producción del taller de servicio con:

Venta de mano de obra por	USD 150.641,04
Venta de Lubricantes	USD 101.716,69
Venta de trabajos externos	USD 117.742,47
Venta de repuestos por talleres	USD 415.568,70
Venta de repuestos por mostrador	USD 78.574,89

Dando una gran total de ventas de USD 864.243,69

Tenemos un incremento de 23% en la producción total en relación al año anterior siendo el rubro de trabajos externos (Latonería y pintura) lo que hace que tengamos un buen nivel dentro de este crecimiento.

REPUESTOS.- como hemos dicho anteriormente es un departamento que va de la mano con el taller de servicio al igual que el año anterior a crecido en inventarios pues el numero de vehículos y la marca nos exige crecer y mantener un mayor numero de partes como inventario estratégico, sin embargo la experiencia de la gente que trabaja y el control y la experiencia hace que no compremos todo lo que nos exige Neohyundai, pues es una gran ayuda tener como al momento dos bodegas de repuestos que nos dan soporte en repuestos una en Quito y otra en Manta, además de las de los concesionarios con quienes estamos siempre en contacto.

Actualmente la cantidad de repuestos servidos o entregados al concesionario por parte del mayorista que en este caso es Neohyundai ha subido de una manera importante y podemos decir que están entregándonos sobre un 90 %. Se sigue comprando a proveedores externos en menor grado y solo repuestos urgentes.

Este año hemos dado de baja un inventario de repuesto que sumaba la cantidad de USD 47,890,12 , para lo cual realizamos un convenio con el Colegio Técnico Guayaquil de la ciudad de Ambato a quienes donamos un lote de repuestos de aproximadamente 234 ítems, lo cual lo realizamos en el mes de Noviembre , previa la autorización del Servicio de Rentas Internas, con la debida presencia de un notario quien certifico el acto de donación en el cual se entregaron los repuestos a personeros del Colegio Guayaquil .

En ventas por mostrador no hemos incrementado mas bien nos hemos mantenido, pero el crecimiento ha sido alto en ventas de repuestos a través del taller de servicio; siendo este crecimiento un reto que nos disponemos a tomarlo muy en serio para el próximo año.

PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE LAS UTILIDADES.

A continuación un cuadro con los resultados de este año, junto con la conciliación tributaria correspondiente al año 2009.

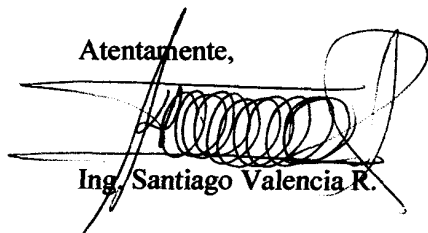
UTILIDAD DEL EJERCICIO	USD	1'166.740,85
15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES	USD	176.395,86
15% IMPUESTO A LA RENTA	USD	175.613,13
SALDO	USD	814.734,34
RESERVA LEGAL	USD	81.473,19
REINVERSION	USD	733.000.00
SALDO DISPONIBLE PARA ACCIONISTAS	USD	258,67

La Gerencia General de la compañía propone que la utilidad del ejercicio 2009 se destine a reinversión del Capital con el fin de fortalecer a la empresa, esto beneficiara en dos sentidos a nuestra empresa se pagara un valor menor en impuesto a la renta y se dispondrá de dinero para fortalecer el financiamiento directo que es un medio de obtener , mejor rentabilidad de la empresa.

Así el valor que se propone a reinvertir será de USD 733.000.00, Por lo que solicito que esta Junta General resuelva favorablemente al planteamiento propuesto. El saldo de USD 258,67 se sugiere que se incremente a la reserva facultativa de la empresa.

Agradezco al directorio de la empresa en quienes, siempre la Gerencia General a encontrado la colaboración y el entusiasmo necesario para seguir adelante con mis delicadas funciones.

Atentamente,



Ing. Santiago Valencia R.

