

INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE ANDINAMOTORS PERIODO 2010.

Señores accionistas:

La Gerencia General entrega el presente informe de las actividades de la empresa, a la Junta General de accionistas como es obligación año a año, cumpliendo así con el mandato de los Estatutos Sociales, y normas dictadas por la Superintendencia de Compañías. A continuación pongo a su consideración el informe económico del año 2.010.

Todos los inicios de año, representan nuevos retos para la empresa, para la Gerencia General y para los funcionarios de los diferentes departamentos de Andinamotors, siempre que finaliza un año las autoridades gubernamentales toman decisiones que, de alguna manera alteran el normal desarrollo de los hechos y de las proyecciones que normalmente se realizan. Este año comienza después de un periodo de crisis mundial que ha afectado a todos los países del mundo, sin embargo con todas las providencias que la empresa tomo y que con las decisiones proteccionistas que el país acogió con anticipación, no se sintió tan drásticamente como en los países grandes de América y Europa, al igual que Asia.

Nuestras proyecciones fueron buenas para este nuevo año especialmente después de cerrar el anterior con magnificas ventas del modelo Tucson, lo cual hacia prever que nuestra proyección sea muy alta, lo que no contábamos es con la novedad de cambio de modelo tan rápido, y comenzamos con un inventario de saldos del modelo anterior, y una espera de dos meses hasta que llegue el nuevo Tucson IX, el cual llegaba con mucha expectativa por su diseño totalmente nuevo y características diferentes al anterior, pero también con un incremento en el precio de entre un 20% al 25%, lo cual no fue un grave impedimento para que las ventas se realicen normalmente pues es muy bonito el nuevo Tucson IX que la gente lo esperaba y aceptaba el precio sin ningún inconveniente.

La provisión en los dos primeros meses desde que llego fue muy buena , pero a partir del mes de mayo comenzó una escases tremenda de producto IX, pues la demanda a nivel mundial era tan buena que faltaban unidades para proveer a todos los países que deseaban tener este nuevo modelo de Hyundai que rompía esquemas con el nuevo diseño fluidico, que ha comenzado a imponer la marca en sus modelo nuevos.

A partir de esa fecha se comenzó a reprogramar totalmente los pedidos y proyecciones de ventas, pues estaban como en el año anterior basadas en un gran porcentaje en el nuevo Tucson IX, del cual no íbamos a tener sino escasas unidades, y deberíamos entonces cubrir esta escases de Tucson con ventas de los demás modelos, para lo cual se comenzó a pedir más Accent, Getz, Elantra se bajó el precio del Santa Fe y se presentó un modelo sin aire acondicionado , el cual se lo ofrecía como opción para estar más cerca asi del

Tucson y tener un precio más aceptable, se bajó el precio de la furgoneta Starex H-1 , en esto ayudo también la baja de la tasa arancelaria que el gobierno había impuesto el año anterior con el afán de frenar la salida de divisas al exterior, la cual se hizo en periodos bimensuales, lo cual afecto positivamente en la baja de algo del costo en los vehículos.

Esta reestructuración de precios y del mix de modelos para la venta tenía mucho que ver con las proyecciones que Hyundai y los concesionarios teníamos que cumplir para este año , las cuales eran de 19.000 unidades algo que nunca antes habíamos vendido y de alguna manera había que tratar de cumplir, y teníamos otro parámetro que era subir la participación de la marca en el mercado nacional del 12,8% al 15,8 % y en eso estábamos todos los concesionarios directamente involucrados. Para su información Hyundai alcanzo el año 2010 la venta de 16.640 unidades cumpliendo con el 87,5% de su objetivo y alcanzo una participación del 13,9% del mercado nacional de vehículos.

Para lograr estos objetivos generales se han tomado decisiones realmente poco discutidas e inconsultas; pues lamentablemente las decisiones del Distribuidor son unilaterales. Neohyundai toma las directrices de cambios de precios, de recorte de márgenes, de bonos o descuentos en las ventas de manera sorpresiva y sin ninguna consideración o consulta a los concesionarios, sabemos que son los distribuidores de la marca a nivel nacional , pero lamentablemente no se toma en cuenta a la fuerza de ventas quienes somos los que tenemos el contacto directo con los clientes.

Para el fin de año nuevamente se echaron mano a los bonos los cuales han sido esta vez desde USD 500 en el I10 y Getz, USD 700 en el Elantra, y hasta USD 1000 en el Santa Fe, los cuales hemos compartido el 50% por el concesionario y el 50% por el Distribuidor, Neohyundai. Algo bueno fue que a fin de año nos llegó sin previo aviso el nuevo Sonata, un auto realmente lindo con excelentes terminados y con un precio asequible para el cliente, el cual esperamos nos sigan proveyendo pues, se tuvo buena aceptación sin realizar ninguna publicidad.

En cuanto a VC, Vehículos Comerciales los objetivos generales eran más alcanzables con una meta de 700 unidades en el año de las cuales alcanzamos a vender 601, y teníamos como objetivo subir del 4,8% la participación al 7,8% alcanzando a fin de año el 5,7% del mercado de vehículos comerciales.

Nosotros hicimos una muy buena labor en ventas de camiones, haciendo una flota de 30 unidades de camiones HD-72; las cuales se carrozaron para ser parte del grupo de buses que la compañía Tambo Cumbaya compro para el transporte de pasajeros en el sector sur oriental de la ciudad de Quito , justamente en la nueva avenida Simón Bolívar. Hicimos una alianza estratégica con Mariel bus, quienes iban a proveer de las carrocerías y del financiamiento, y nosotros de los chasises, y así de esta manera lograr la venta de las 30 unidades del camión HD-72, carrozado. Coordinamos con Neohyundai los descuentos que se darían a los clientes , los plazos de entrega de los camiones, y el flujo de los pagos por parte de Mariel bus .

Se habían cumplido con la entrega de 20 unidades cuando comenzaron los reclamos de que las cajas de cambios estaban defectuosas, pues tenían graves problemas al pasar las marchas, reclamamos inmediatamente a Neohyundai y ese momento nos enteramos que había dos proveedores de las cajas de cambios; uno de los cuales tenía graves defectos de fábrica y comenzaban a molestar la tercera y cuarta marcha, en resumen 15 eran cajas Harbin con fallas y 15 cajas Dimos sin problemas.

Nos quedamos con 10 unidades sin poder entregar de las cuales quedamos en repartirnos y vender entre Mariel bus 5 y Andinamotors 5, de las cuales manteníamos solo una en exhibición para la venta. Mariel Bus cumplió con todos los pagos que se había comprometido, se atrasó en los últimos 5 buses pero cancelo en su totalidad.

Lo más grave fue el afrontar los reclamos de los propietarios de los buses pues 15 de ellos tenían una caja con defectos de fábrica esta caja de marca Harbin daba muchos problemas, los clientes venían en comisión a reclamar tanto a Andinamotors como a Mariel bus, quienes hicimos una reunión tripartita entre los personeros de Neohyundai como distribuidores, los vendedores que en este caso Andinamotors y Mariel bus y los socios propietarios de la compañía Tambo Cumbaya. Pues se veía venir una demanda por parte de esta Compañía, por lo que llevamos directamente al proveedor que en este caso es Neohyundai y que ellos que nos ayuden en la solución de este grave inconveniente con las cajas de cambios. Neohyundai hizo campañas de arreglos y reparaciones, no una sino varias veces, fueron con unidades móviles de talleres a atender y cambiar de piezas en los patios de la Compañía Tambo Cumbaya, en algunos caso prestándoles cajas de cambios hasta el arreglo definitivo y solución de este grave inconveniente surgido por la baja calidad de uno de los proveedores de Hyundai comerciales. Pues de verdad que hemos tenido problemas y malos momentos por culpa de estos sistemas en varios camiones de clientes, de lo cual lo mas grave es la espera de los clientes, hasta que lleguen la partes de las cajas de cambios, porque Hyundai está reconociendo, como debe ser, todos los repuestos y la mano de obra de estas reparaciones. Conocemos que esta viniendo un ejecutivo de Hyundai comerciales a hacer una inspección en los buses de la compañía.

Para fin de año teníamos ya un buen nivel de ventas, pues ya no era el Tucson IX el auto más demandado y habíamos abierto más bien un abanico de posibilidades para mejorar las ventas con el Getz, Accent, y TQ como principales jugadores cubriendo una buena parte la falta de Tucson y como segundo plano con I10, Elantra y Santa Fe como modelos que se estaban demandando en menor escala que los anteriores. Aquí el repunte en ventas de Accent es excelente, pues no sé si, el saber que un modelo al final de su etapa de vida es más demandado o es simple coincidencia, pues solo teníamos Accent hasta diciembre porque a partir de marzo del próximo año 2011 ya venía la nueva versión de Accent y nos quedábamos sin inventario esperando el nuevo modelo.

Este año 2010 también comenzábamos la implementación del nuevo sistema contable-financiero, pues después de haber buscado prácticamente por más de dos años el sistema que se adecue al tipo de negocio que nosotros tenemos, que aparte de ventas de vehículos, repuestos, tiene talleres y venta de servicios había sido difícil escoger y

decidir. Kairos es un sistema desarrollado en base de un concesionario de vehículos, el cual cubre todas líneas del negocio cuya base para servicio está en Ambato y además tiene la posibilidad de hacer consultas en línea. Además tuvimos que adquirir toda la infraestructura tanto en equipos, en redes, en comunicación, en cuarto de sistemas con gabinete especial e inclusive aire acondicionado para tener todo de acuerdo a los requerimientos del sistema, pues estamos enlazados vía internet con todos los puntos donde Andinamotors tiene un local, y hacemos transacciones en línea al igual que lo realiza un banco el nivel tecnológico del sistema es muy bueno y esperamos tener magníficos resultados con la aplicación del mismo y sacar el máximo provecho de este sistema tecnológico y de comunicaciones.

Por esta misma razón hubo que renovar un buen número de computadores personales y de repotenciar los que nos daban la posibilidad de así hacerlo, al igual que ver nuevos servidores tanto para el sistema como para las comunicaciones entre agencias, y el intranet teniendo actualmente dentro del sistema hasta a los asesores técnicos del taller, quienes al iniciar una labor digitan su clave y la hora de inicio e igual la hora que la finalizan; lo cual se centra en el sistema para luego unir a la información del departamento de repuestos en cuya bodega se une a los repuesto requeridos, para al final unir toda la información con la que se recibió el auto para poder facturar y presentar en caja para el cobro al cliente.

La Implementación y capacitación del personal para poder tener trabajando el sistema fue de seis meses, ahora podemos decir que ya está trabajando quizá a un 85%- 90% de nuestras necesidades, sin embargo estamos utilizando ni un 5% de la capacidad instalada del sistema y hardware nuevo, cada vez se está dando nuevas capacitaciones para poder aprovechar más del nuevo sistema Kairos, pues son varias las aplicaciones que podemos utilizar y aprovechar de este sistema. Actualmente tenemos una persona tercerizada que nos da soporte como jefe del departamento de sistemas, y que en un futuro muy cercano debemos ver una persona de planta que nos dé a tiempo completo su contingente de trabajo.

Por Ultimo pero no menos importante, está el galardón entregado a Andinamotors S.A. por la revista Ekos como el mejor concesionario automotriz, por el cumplimiento de estándares con los entes de control como Superintendencia de Compañías, y Servicio de Rentas Internas, en el cual estuvimos presentes junto con los accionistas de la empresa en Quito recibiendo el premio. Y cabe destacar también que nuestra empresa ya está encasillada dentro de las 500 empresas más grandes del Ecuador, dato recogido de la Revista Vistazo de septiembre del año 2010.

Cosa que nos hace tener cada vez más cuidado, responsabilidad y calidad en cada una de las acciones que la empresa se propone, buscando siempre la seguridad de sus socios, el bienestar de sus colaboradores y la satisfacción de los clientes, quienes nos entregan su confianza.

EN VEHICULOS.-

El año anterior teníamos como objetivo la venta de (1.080), un mil ochenta unidades, repartidas en un promedio de 90 unidades mensuales, entre todos los modelos de vehículos tanto de pasajeros como de comerciales, siendo el aporte de comerciales el 5,5% es decir 60 unidades. Nuestros resultados a fin de año fueron la venta de 1171 unidades teniendo un cumplimiento del 108,4% , esto gracias a las ventas que se realizaron el mes de diciembre de este año , en el que se lograron el record de ventas en un mes desde que la empresa inicio sus labores en octubre del año 2001; fueron 196 unidades vendidas en el mes de diciembre. La razón que disparo las ventas a esos niveles, fue justamente el anuncio del Régimen de que iban a subir los impuestos a los autos importados, y la verdad no se sabía ni cuando, ni cuanto era el valor o porcentaje que iban a incrementarse por este concepto, lo cual hizo que las personas adelantaran las compras, con el fin de beneficiarse del precio actual y no pagar después con el nuevo incremento.

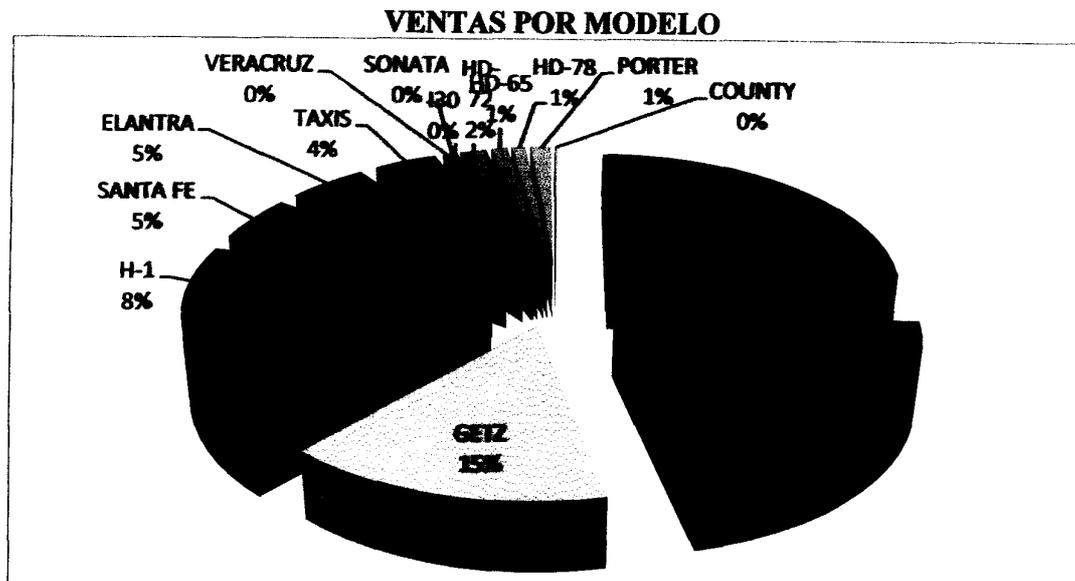
Debemos indicar además que contrario a lo que paso en el año 2009, en el que el Tucson era prácticamente más de la mitad de las ventas, este año se han repartido las ventas en varios modelos de los modelos, quedando en unidades y en porcentaje el reparto de la siguiente manera en Vehículos de pasajeros, así :

Tucson	305	unidades	25,62%
Accent	246		21,01%
Getz	175		14,94%
I10	120		10,25%
H-1	94		8,03%
Santa Fe	60		5,12%
Elantra	59		5,04%
Exonerados	47		4,01%
Veracruz	5		0,43%
Sonata	2		0,17%
I30	2		0,17%
Sumando	1.110	unidades	94,8 % de las ventas totales

En vehículos comerciales el reparto fue de la siguiente forma:

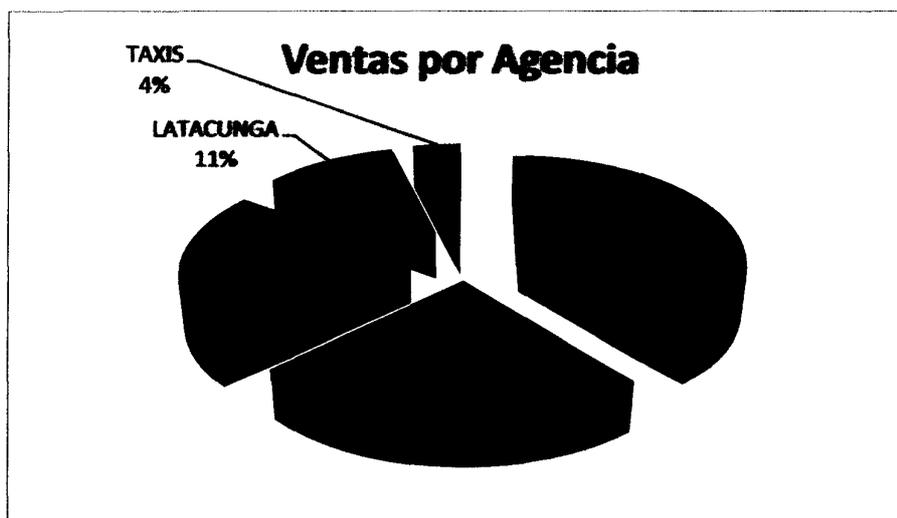
HD-72	20	unidades	1,71%
Porter	16		1,37%
HD-78	12		1,02%
HD-65	11		0,94%
County	2		0,17%
Sumando	61	unidades	5,2 % de las ventas totales

El siguiente grafico nos da una idea más clara de la participación porcentual de venta por modelo

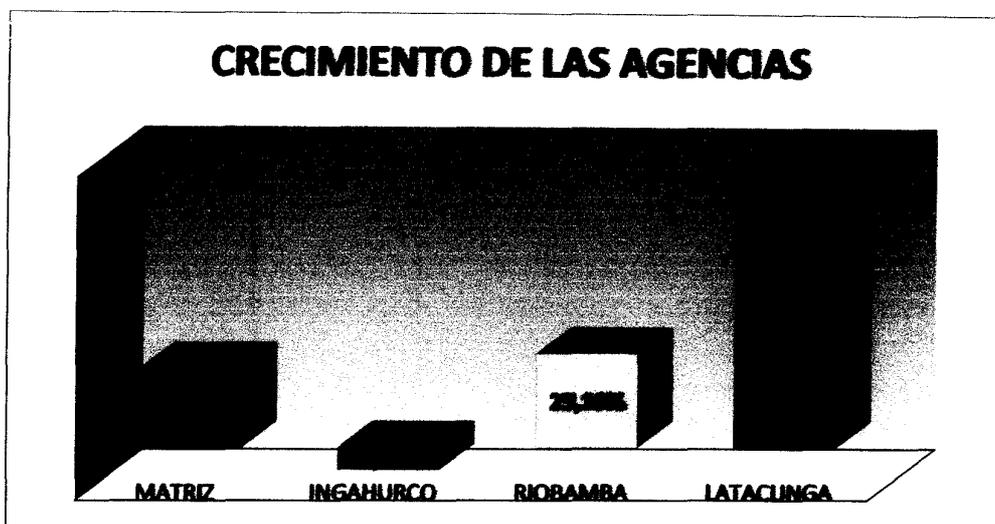


En cuanto a las ventas que se han realizado en los diferentes puntos que tiene la empresa, como son Matriz y sus agencia de: Ingahurco, Riobamba y Latacunga podemos indicar que el aporte de cada agencia a las ventas totales de la empresa es la siguiente Matriz 457, Riobamba 279, Ingahurco 257, Latacunga 131, y hemos separado como otro sector los taxis exonerados con 47 unidades vendidas.

Gráficamente y en porcentajes quedaría de la siguiente manera:



Hay un dato muy importante que podemos analizar a continuación y es el crecimiento que ha tenido cada punto de venta, lo cual está representado en el siguiente gráfico y se presta para un análisis un tanto más profundo.



Como vemos el crecimiento en todas las agencias es bueno, destacándose Latacunga, pues el año anterior no realizó buenas ventas y este se recupera, le sigue Riobamba quien tiene al frente a Francisco Valencia quien está haciendo una muy buena labor, y luego la Matriz quien tiene como Jefa de Ventas a Gabriela Solís desde principios de año.

Pero la agencia Ingahurco decrece en un -5,5%, lo cual es preocupante, y estamos seguros que el factor principal es, el que tienen a Vehysa, como el nuevo concesionario de Hyundai en la zona; un competidor agresivo, y localizado en el sector norte de la ciudad, por lo cual les afecta en su desenvolvimiento normal de las labores, el próximo año habrá que delinear estrategias que nos ayuden a mejorar las ventas en este local.

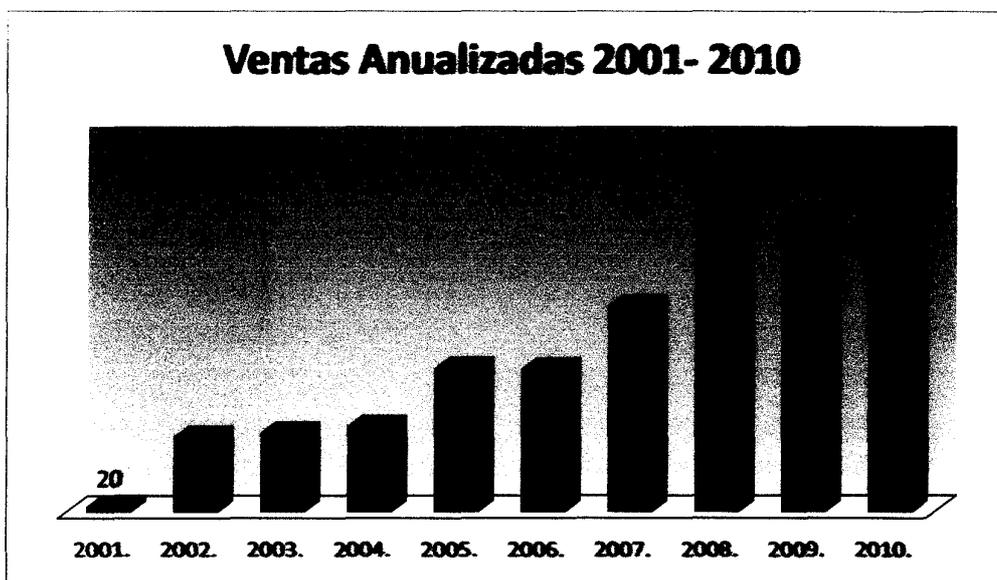
Como comentábamos al principio lamentablemente la escasa entrega de Tucson IX por parte de la fábrica, fue uno de los factores más relevantes para no poder incrementar más ventas. Sabemos ya para fin de este año que va a cambiar el modelo Accent y por eso nos adelantamos a pedir para fin de año una cantidad mayor que la normal con el fin de quedarnos con algo de inventario y poder cubrir la falta de producto previo al cambio de modelo.

Los bonos compartidos ha sido uno de los factores que sirvieron para incrementar las ventas al final del año, en el que se entregó como indicamos a los clientes USD 500 de descuento en el I10 y el Getz, USD 700 en el Elantra y USD 600 en el Accent, lo cual aceleró el interés de compra, la parte difícil es que el concesionario aporta con el 50% y el otro 50% es reconocido por el distribuidor; lo cual hace que el nivel de rentabilidad sea aún menor.

En cuanto a rentabilidad bruta debo indicar que estuvimos con el 9% en el Tucson, el 8% en santa Fe, Elantra, I10, Getz, TQ, el 7% en Accent, el 4% en Sonata y Veracruz, y 3% en I30, es realmente bajo en nivel de rentabilidad que se está recibiendo en vehículos, lo cual nos obliga a realizar ventas altas, ventas de volúmenes grandes todos los meses para poder cubrir ase los gastos y tener cierto margen de rentabilidad.

En el cuadro siguiente podemos ver fácilmente como han venido evolucionando las ventas anuales de nuestra empresa las cuales se vienen realizando desde el mes de noviembre del año 2001 cuando comenzamos nuestras operaciones como concesionario autorizado Hyundai con muy pocos autos; con unos vehículos prestamos por Hyundai del Ecuador, y otros tres autos prestados por Megavehiculos, pues en ese entonces eran muy poco el número de autos que contábamos e importábamos.

Durante estos 10 años que la empresa ha existido el crecimiento ha sido continuo, y permanente hasta llegar a los niveles que estamos hoy en día, como se puede ver fueron 20 los autos vendidos en noviembre y diciembre del 2001 cuando comenzamos. También observamos que en el 2006 cuando cambio de manos el Distribuidor hay una ligera baja en ventas y la otra baja en el 2009 cuando la crisis mundial obligo a todos a tomar medidas proteccionistas , ser más cautos en cuanto al gasto.

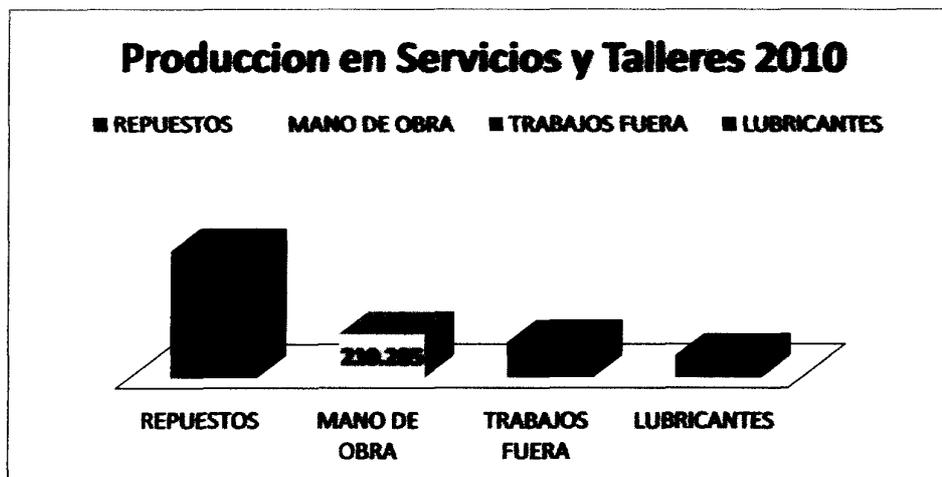


EN TALLERES DE SERVICIO.-

A principio de año estaba presupuestado realizar ventas alrededor de los USD 700.000 en todos los talleres de la empresa, siendo el más grande en importancia y en generación de ventas la Matriz, seguido por Riobamba y luego Ingahurco, llegando a fin de año a superar el millón de dólares en ventas alcanzando la cantidad de USD 1'095.897 entre todos los talleres, valores distribuidos por ingresos de la siguiente manera:

Talleres Matriz	USD 881.966	80,48%
Talleres Riobamba	USD 139.981	12,77%
Talleres Ingahurco	USD 73.950	6,75%

Siendo el principal rubro de ingresos las ventas de repuestos a través del taller de servicio, en estas ventas de repuestos también están incluidos la venta de accesorios como son alarmas, aros y otros artículos que son compras locales y compras a Neohyundai, adicionalmente la venta de dispositivos satelitales, los cuales se están instalando en nuestro taller; seguido por la venta de mano de obra que es el segundo rubro más grande, luego los trabajos que se tercerizan, entre estos latonería y pintura, alineaciones, reparaciones eléctricas, y por último la venta de lubricantes, como podemos observar en el siguiente gráfico.

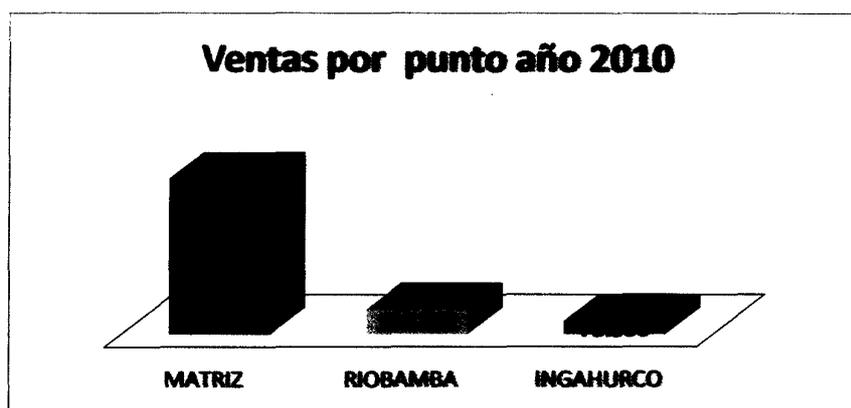


Si este año se han incrementado el número de pasos por el taller, es decir el número de asistencias que los vehículos realizan por cambios de aceite, mantenimiento, reparaciones varias, también se está mejorando el porcentaje de utilización de la capacidad instalada del taller, estos han sido algunos de los factores por los cuales se han atendido más vehículos en el taller y lógicamente el otro más importante es el número de ventas de vehículos realizadas en el año 2010.

Debemos indicar que este momento en Riobamba el espacio físico ya es insuficiente para las labores que se están llevando a cabo en ese local, contamos ya con un lavador y tres mecánicos, y tan solo dos elevadores, al igual que la bodega de repuestos es ya pequeña para el nivel de stock que se requiere para atención a clientes. Igualmente pasa en el taller de la matriz en donde ya nos está haciendo falta espacio y adicionalmente queremos incrementar un mecánico electricista pues actualmente estamos tercerizando ese rubro, al igual que alineación, balanceo y otros servicios, que esperamos este nuevo año ir implementando poco a poco.

En cuanto a los talleres de Ingahurco la producción es pequeña, este se dedica especialmente a vehículos comerciales, lamentablemente el nivel de venta de los camiones no llega a ser muy grande y el otro factor es la falta de cultura del camionero de llevar su vehículos a los talleres autorizados, son esos dos factores los que estamos tratando de cambiar para poder incrementar ingresos en ese punto, por el momento se hacen trabajos de vehículos livianos para poder justificar la capacidad instalada. Y aquí está ubicado el taller de latonería y pintura que genera ingresos como trabajos tercerizados.

En el siguiente gráfico vemos la producción por punto



EN REPUESTOS.-

El negocio en repuestos ha ido creciendo por la relación directa con Neohyundai, ya que nos han impuesto cuotas mensuales de compra para lograr objetivos de crecimiento en ventas bastante grandes y descomunales, las imposiciones de la marca van un tanto exageradas, en las que si no cumplimos con los pedidos programados, ellos nos han indicado que nos van a facturar lo que ellos consideran necesario que tengamos en bodega. Por lo cual hemos tenido después de la reunión general de marcas llevada a cabo en febrero en Cuenca; al menos 3 reuniones con Marino Erazo Gerente de la Línea en la que hemos expuesto nuestro criterio de no llenarnos de elementos o ítems que no sean de alta o mediana rotación, pues nuestro inventario ha ido creciendo en costo y en número

de repuestos , para fines de año inclusive la gerencia general dispuso que se dejen insubsistentes los pedidos de noviembre y diciembre, pues estábamos abarrotados de repuestos los cuales teníamos que embodegar y pagar. Y no íbamos a hacer ningún pedido que no esté dentro de nuestras políticas es decir netamente lo necesario, lo cual fue aceptado por Marino Erazo.

En este año en el ultimo semestre se han bajado el precio al público en un 10% en los repuestos, eso sí, manteniendo nuestra rentabilidad en el 35% en pedidos de repuestos normales y el 25% en repuestos urgentes, en VOR esto es en repuestos que se traen o se importan de afuera , es decir de Estados Unidos de la bodega de Miami, o en caso extremo de Korea se mantiene en el 10%. Esperamos que junto a la planificación de mejorar los costos en la mano de obra; este rindiendo frutos e fin de año 2010 y se proyecte para el 2011 con incremento en las ventas de repuestos.

Con la nueva contratación de una persona experimentada en la línea de repuestos para la Agencia Riobamba , nos hemos visto obligados a mejorar instalaciones e inventarios en el taller de esa agencia , ya que como sabemos estamos en dos locales distanciados de dos cuadras y eso no nos facilita el trabajo de venta en taller y ventas de mostrador, esperamos el año 2011 ya tener la infraestructura apropiada y poder dar mejor atención a nuestros clientes y por ende hacer una mejor gestión que la que ahora se hace; sin dejar de mencionar que hemos mejorado mucho en relación al año anterior pues una sola persona hacía de jefe de talleres y de repuestos , lo cual fue organizado a llevar con dos personas, una para el taller y otra para repuestos.

En el Taller de Ingahurco se atiende más a comerciales que son camiones los cuales no asisten regularmente a los chequeos programados dentro de la garantía, es algo con lo que estamos trabajando para conseguir la asistencia de los propietarios de los camiones, con llamadas de posventa y haciendo citas para que acudan al taller, mientras tanto se da servicio a vehículos livianos y a los vehículos que son trasladados para arreglos de chapistería y pintura lo cual es una gran ayuda para sacar los gastos que genera ese punto, por esa razón la venta de repuestos no es para nada halagüeña.

Para su información indicamos que ventas por talleres significan mas o menos el 75% de las ventas totales de repuestos y el 25% es en ventas de repuestos por mostrador, algo que se va tornando en un parámetro a nivel nacional en todos los concesionarios. Las cifras exactas son las tenemos a continuación:

Ventas realizadas a través del taller	USD 482.818,55
Ventas realizadas por mostrador	USD 183.877,56
VENTAS TOTALES DE REPUESTOS	USD 666.696,11

Debemos indicar que en este dato es netamente repuestos, no están incluidos aquí la venta de accesorios, ni dispositivos, alarmas, que ahora la empresa está vendiendo e instalando en los vehículos nuevos.



INDICADORES ECONOMICOS.-

En base a la aplicación de los índices, observamos que la empresa ha tenido el siguiente desempeño:

El Índice de solvencia es de 2,62 en el 2010. Esto se debe a que el pasivo corriente aumento el 25% lo que significa que la empresa sigue manteniendo una buena capacidad para cubrir sus deudas en el corto plazo si tomamos como referencia la relación 1 a 1 .

El Índice de Liquidez subió de 1,95 en el 2009 a 1,76 en el 2010, lo que indica la capacidad que tienen la compañía para solventar sus obligaciones corrientes sin depender de sus inventarios que representan un 26% del activo corriente y este rubro tuvo un incremento del 17% con respecto al año anterior.

La prueba acida es de 0,69 lo que quiere decir que Andinamotors S.A. cuenta con USD 0,69 de capital, para cancelar por cada dólar adeudado.

El capital de trabajo actual es de USD 4'776.601,79 aumento un 16% y los inventarios tuvieron una rotación de 8 veces. La permanencia de inventarios es de 45 dias es decir que cada 45 dias rota el inventario.

El periodo de cobranza de 39,41 dias en el 2009, subio a 50 en el 2010, por lo que podemos indicar que la cartera vencida para este año es el 12%, la cartera de más de 60 días es un 4% y la cartera de 30 a 60 días es un 1%, y la de hasta 30 dias es de 7%.

La rentabilidad de la empresa en este año es de 3.4%. Quiere decir que Andinamotors, genero una rentabilidad liquida de 3,4% del total de las ventas, sin embargo que las ventas se incrementaron en un 23% así mismo el costo de ventas se incrementó en el mismo 23%, esto es gracias a la menor rentabilidad que entrega el distribuidor.

A continuación adjunto un detalle de la conciliación tributaria y pago de impuestos, en la que presento los dos casos u opciones que tenemos, en el primero en el caso de que se haga reinversión y el segundo caso en que no se haga reinversión, lo cual dará como resultado la utilidad disponible.

	Con reinversión	Sin reinversión
UTILIDAD DEL EJERCICIO	1'190.173,33	1'190.173,33
15% participación trabajadores	- 178.526,00	- 178.526,00
Con: 15% Impuesto a la Renta	- 161.780,92	
Sin : 25% Impuesto a la Renta		- 237.780,92
Saldo	849.866,41	773.866,40
Reserva legal	- 84.986,64	- 77.386,64
Saldo a Reinvertir o	764.879,77	
Capitalización	760.000,00	
Saldo disponible para accionistas	4.879,77	696.479,76

En el caso de que se reinvierta el saldo disponible habría un ahorro de USD 76.000

RECOMENDACIONES.-

La Gerencia General de la compañía propone a los señores accionistas que la utilidad del ejercicio después de impuestos, reparto a los trabajadores y reservas legales; esto es USD 764.879,77 se destine a reinversión del Capital; con el fin de dar liquidez y mejorar el capital de operación de la empresa, aumentar el financiamiento que es un rubro que genera utilidad a la empresa; de esta manera nos beneficiamos con un ahorro de USD 76.000 en el pago del Impuesto a la Renta. Por lo que recomiendo que esta Junta General resuelva favorablemente al planteamiento propuesto.

En el caso de realizar la capitalización se recomendaría que se la haga por los USD 760.000,00, quedando un saldo de USD 4.879,77 que se lo podría repartir entre los accionistas o mandar a reserva facultativa.

Para terminar debo agradecer a los señores accionistas por su apoyo y colaboración incondicional a la empresa y a la Gerencia General, y en especial a todos los colaboradores de la empresa que son el capital humano con el que contamos, quienes que han sabido cumplir con responsabilidad y dedicación a las labores a ellos encomendadas.

Atentamente,
Ing. Santiago Valencia R.

