

INFORME DE GERENCIA GENERAL AL DIRECTORIO DE ANDINAMOTORS S.A. CORRESPONDIENTE
AL AÑO 2011

En principio el año 2011 se presenta muy favorable para las ventas, después del incremento en ventas del 2010; el que termina con un mes de diciembre que rompe el record de ventas por lejos en un mes, con un total de 196 unidades. Se espera que continúe con un repunte general en las ventas de este nuevo año, es así como se empieza el año con la expectativa de tener vehículos para poder ofrecer a nuestros clientes.

Antes de analizar nuestra situación, me gustaría dar datos generales del mercado automotriz nacional, pues importante dar a conocer esta información y poner el marco general del mercado con los siguientes datos.

Este año finaliza con un total de 139.593 unidades vendidas, las cuales abarcan absolutamente todos los segmentos de modelos de vehículos desde autos hasta buses. Siendo para sorpresa de todos, el año con más ventas acumuladas nuevamente e igualmente un record de ventas en vehículos hasta la fecha.

En cuanto a las marcas participantes en el mercado nacional podemos comentar que las dos principales marcas se han mantenido igual, como son Chevrolet y Hyundai como los dos primeros puestos en las ventas, Kia, tercera, es la marca ganadora en cuanto a mejorar sus ventas en este año, los nuevos productos y los vehículos ensamblados localmente son una ventaja. Y hubiese estado en mejor posición, de no haber propuesto el Gobierno Nacional los cupos y licencias de importación; que desde el segundo trimestre del 2011 se venía rumorando, que el gobierno, sin base legal iba a imponer para restringir de alguna manera la importación de vehículos, pues siendo estas compras al exterior una manera de salida de divisas, y una de las razones para que aumente el saldo en contra de la balanza comercial, se veía venir esta restricción sin que haya ningún dato cierto de como se la iba a aplicar.

Después del terremoto y Tsunami en Japón las ventas de los productos japoneses por su falta de provisión bajaron, y es así como Toyota y Mazda pasan a puestos secundarios, siendo otro de los ganadores la marca Nissan, con sus productos ensamblados en México, los que tienen un repunte en ventas. Marcas como Ford Renault y Volkswagen ocupan puestos poco importantes en las ventas quedando conjuntamente con Hino dentro de las 10 marcas más vendidas en el país dentro de un conjunto de más de un total de noventa marcas que se ofertan en el País.

La gran revelación son las marcas chinas , que después de un 2010 pésimo para estas, en las que las ventas les habían bajado drásticamente , con la entrada de Great Wall con una cuantiosa inversión y una excelente estrategia de mercadeo, hace que las marcas chinas revivan y ocupen muy buenos puestos en el ranking de ventas de vehículos en el Ecuador inclusive sobre marcas con mucha trayectoria y renombre como Mitsubishi , Skoda, Peugeot, Honda entre otras , al igual el Gobierno no sabemos por qué razones les da un cupo mayor al que deberían haber tenido. Pues desde el tercer trimestre de este año se dictamina que las marcas deberán bajar un 20 % de sus importaciones del año anterior , esto como un aporte a que mejore la balanza comercial del Ecuador.

Adjunto un cuadro en el que están detallados las marcas y los porcentajes de participación en el mercado Nacional.

PARTICIPACION DE LAS MARCAS EN EL AÑO 2011

TOTAL MERCADO	139.593	100%	PUESTO
----------------------	----------------	-------------	---------------

CHEVROLET	59.189	42,40%	1
HYUNDAI	14.879	10,70%	2
KIA	11.965	8,60%	3
NISSAN	10.080	7,20%	4
MAZDA	8.012	5,70%	5
TOYOTA	6.544	4,70%	6
RENAULT	5.441	3,90%	7
FORD	4.385	3,10%	8
HINO	4.133	3,00%	9
VOLKSWAGEN	3.040	2,20%	10

GREAT WALL	2.071	1,50%	11
CHERY	1.515	1,10%	
JAC	924	0,70%	
MITSUBISHI	983	0,70%	
SKODA	648	0,50%	
PEUGEOT	349	0,30%	
HONDA	194	0,10%	

Dentro de la información general también podemos indicar los segmentos en los que se dividen las ventas de automotores en nuestro País.

POR SEGMENTOS		2011
AUTOS	62.456,00	44,74%
SUV	31.542,00	22,60%
CAMIONETAS	27.480,00	19,69%
CAMIONES	10.773,00	7,72%
VAN	5.681,00	4,06%
BUSES	1.661,00	1,19%
TOTAL	139.593,00	100,00%

Y como dato importante dentro de la información general de las ventas del mercado nacional podemos anotar la participación de nuestra provincia dentro del aporte de ventas a nivel general con el siguiente cuadro, el cual nos indica que Tungurahua y las zonas de influencia ocupan un tercer lugar en el mercado por provincias, como podemos apreciar a continuación.

POR PROVINCIA		2011
PICHINCHA	54.336	38,92%
GUAYAS	36.935	26,46%
TUNGURAHUA	10.334	7,40%
AZUAY	8.818	6,32%
IMBABURA	5.077	3,64%
RESTO PAIS	24.093	17,26%
TOTAL	139.593	100,00%

Centrándonos mas en cuanto a la marca de nuestra distribución podemos decir que Hyundai mantiene el segundo lugar en ventas a nivel nacional , pero que el aporte en cuanto a número de

unidades es menor que el año anterior, cerrando este año con 14.879 con un 13.7% de disminución en relación a los 17.241 unidades con las que se cerró el año 2010 .

Bueno este es el campo en el que podemos explicar un poco mas en detalles con nuestras ventas y las diferentes circunstancias que hemos pasado en este año.

Como habíamos mencionado al principio la disposición de restringir las importaciones con cupos y licencias afecto a todas las marcas, esto se notó más en el último trimestre del año, esta es una de las razones del porque se han bajado las ventas en los vehículos Hyundai a fin de año.

Pero adicionalmente hemos tenido un sinnúmero de factores como la falta de inventario en modelos Tucson , los cuales seguían con poca disponibilidad en fabrica , pues de acuerdo a la información proporcionada por la misma fabrica la imposibilidad de los japoneses después del Tsunami de proveer autos en Europa y Estados Unidos , hacía que se incremente la demanda de los productos coreanos , específicamente Hyundai y Kia en estos mercados , de ahí la razón para que no haya producto para otros mercados que no son mayores en demanda comparable con otros, lo cual nos afectó directamente a Latinoamérica.

En cuanto al modelo Accent ya teníamos conocimiento que cambiaba el modelo, y esa era la razón para que en enero prácticamente se agoten las unidades y deberíamos tener un receso hasta fines de Abril y prácticamente mayo cuando nos empiezan a llegar las nuevas unidades de este nuevo modelo de Accent, eso si totalmente renovado, con nuevos motores , pero también con un incremento en el precio de prácticamente un 20% , pues si se vendían en USD 14.990 antes el modelo anterior , ahora estaba el básico en USD 17.990 lo cual en principio fue un duro factor que vencer con los clientes , el cual poco a poco y con el incremento de opciones , accesorios , junto con la capacitación de producto dada a la fuerza de ventas , explicando las razones de que tecnología y calidad que se está usando en estos nuevos modelos, poco a poco fue haciendo que se vendan nuevamente el nuevo Accent.

En este mismo año se dio el cambio también el modelo Elantra , el cual también sufrió un cambio total en cuanto a carrocería motores y especificaciones lo que le llevo en principio a ser uno de los modelos más bonitos dentro de la nueva gama de Hyundai, llegando a ser el auto del año en los EE.UU. este nuevo modelo comenzó a vender desde julio, teniendo como referencia especial que en la feria de Latacunga se vendieron como 16 autos solo de este modelo

Cuadro 

Lo más grave fue la salida del Getz del mercado a nivel mundial pues con este vacío nos queda una brecha muy grande entre el I10 de 1.100 c.c. y el Accent 1.4 que en precio representa todo lo que se deja de vender entre USD 11.990 y USD 18.990. Las últimas unidades de este modelo se vendieron entre USD 13.990 el modelo 1.4 sin aire y USD 15.990 el 1.6 con aire, lo cual significó unas excelentes ventas hasta el mes de mayo. La fábrica no nos dio mayor información acerca de la razón de porque este modelo que estuvo en producción desde el 2003 se terminó, y lo más grave es que no hay un vehículo que lo remplace pues el auto que se vende en Europa I20 no está abierto como opción de ventas para Latinoamérica, por lo que deberemos acostumbrarnos a no tener un vehículo en este segmento medio tan importante, y lo que redundará en pérdida de ventas para nosotros.

Debemos comentar como dato adicional, la presión y control que comenzó a ejercer el SRI para el pago del impuesto de la matrícula en todas las ventas de los vehículos, pues la ley dice literalmente que el impuesto debe ser pagado en un término de 24 y 48 horas desde la factura del automotor, por lo que se tuvo que transformar en una costumbre en el concesionario que antes de retirar el vehículo, el cliente nos entregue el recibo del pago del impuesto de la matrícula, para de esa manera poder hacer la entrega y cumplir con la ley, nos hicieron algunas observaciones al respecto e inclusive tuvimos algunas reuniones de concesionarios con el SRI para poder ponernos de acuerdo en la forma, y procedimientos a implementarse en los concesionarios para no ser glosados por el incumplimiento de estas normas legales.

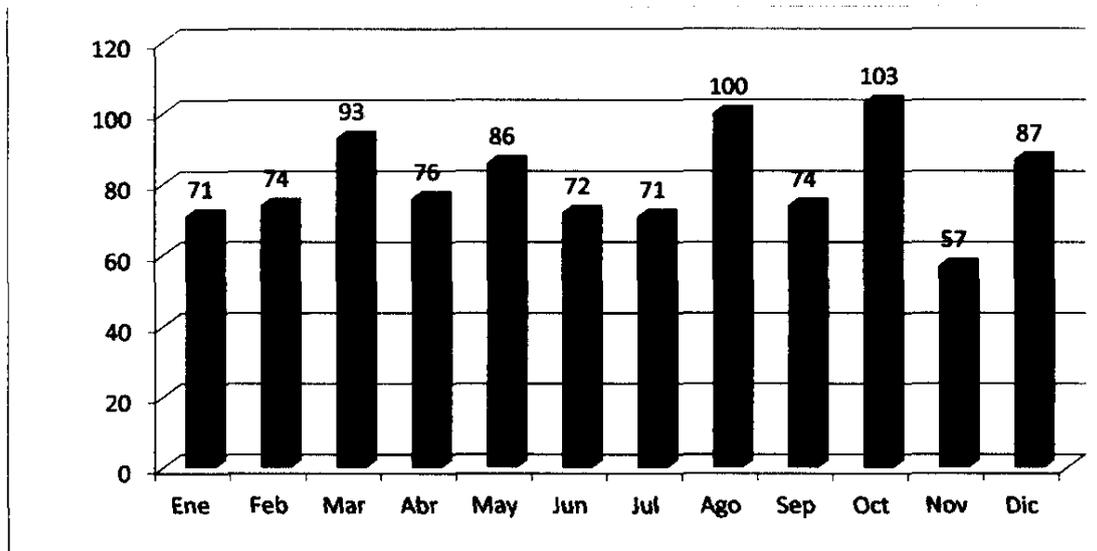
No tardó mucho tiempo en el que la Comisión Nacional de Tránsito y Transporte Terrestre, también nos comience a exigir que se realice junto con la factura y el pago del impuesto, la matriculación de todo automotor que se venda, pues también está en la ley que el auto nuevo debe salir del concesionario con todos los pagos y requerimientos legales, entre estos la matrícula, por lo que hubo que ajustar los procedimientos para cumplir con estos requerimientos legales.

Y por último otro factor que hizo que las ventas sean afectadas ha sido la inclusión obligatoria en todos los vehículos del sistema Sherloc, disfrazado de un sistema original Hyundai Satelital, con el cual están viniendo instalados todos los vehículos, a excepción del I10, por costo nos afecta, pues el incremento de varios rubros, como por ejemplo: en un auto de USD 20.000, es el pago de matrícula por lo menos unos USD 600 o 700, mas el dispositivo otros USD 610, en entre varios valores unos USD 100 a 200, ya se incrementa al valor que el cliente debe tener para la compra del vehículos de aproximadamente entre USD 1400 a 1500 dólares mas.

Todos esos factores son los que nos han afectado en la venta de vehículos comenzando desde la provisión o disponibilidad en fábrica, pasando por la desaparición de modelos, hasta el pago de

impuestos y requerimientos legales para la compra de un auto, luego ya veremos que mas pasara. Esto ha hecho que las ventas para Hyundai y específicamente para nosotros no sean las mejores de acuerdo a la proyección esperada por lo que nuestras ventas se resumen en el siguiente cuadro, desglosadas mensualmente.

VENTAS DEL AÑO 2011 MENSUALIZADAS.



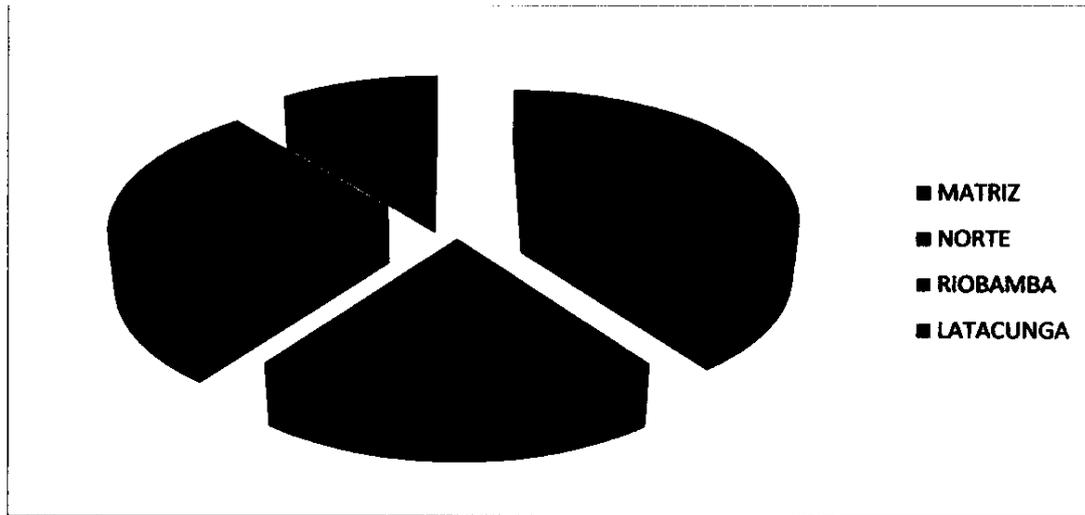
De manera que en el año 2011 nuestras ventas suman la cantidad de 964 unidades de todos los modelos, habiendo decrecido en relación del año anterior en el que se vendieron 1171, en un 9% con un decremento de 107 unidades. Lo cual es muy fácil darse cuenta en el grafico anterior pues noviembre y diciembre que son los meses mas fuertes en ventas no se nos entregaron vehículos, cumpliendo asi con la restricción de las importaciones, en esos meses no, se realizaron pedidos de nuestra parte pues nos han asignado los pocos vehículos que el distribuidor tenía en inventario; de ahí que el último trimestre fue el más corto en ventas, justamente lo contrario de lo que normalmente ha pasado siempre.

En cuanto al aporte de ventas de las agencias debemos anotar que no ha existido una variación muy notable, también debemos anotar que este año no hemos tenido el aporte de taxis exonerados que el año anterior hizo que realicemos alrededor de unas 50 unidades más, por lo que matriz esta con 386 ventas, Riobamba con 275 ventas, Norte o Ingahurco con 195, y Latacunga con 108 ventas realizadas, siendo Riobamba quien crece en ventas en relación del año anterior.

SKIS 

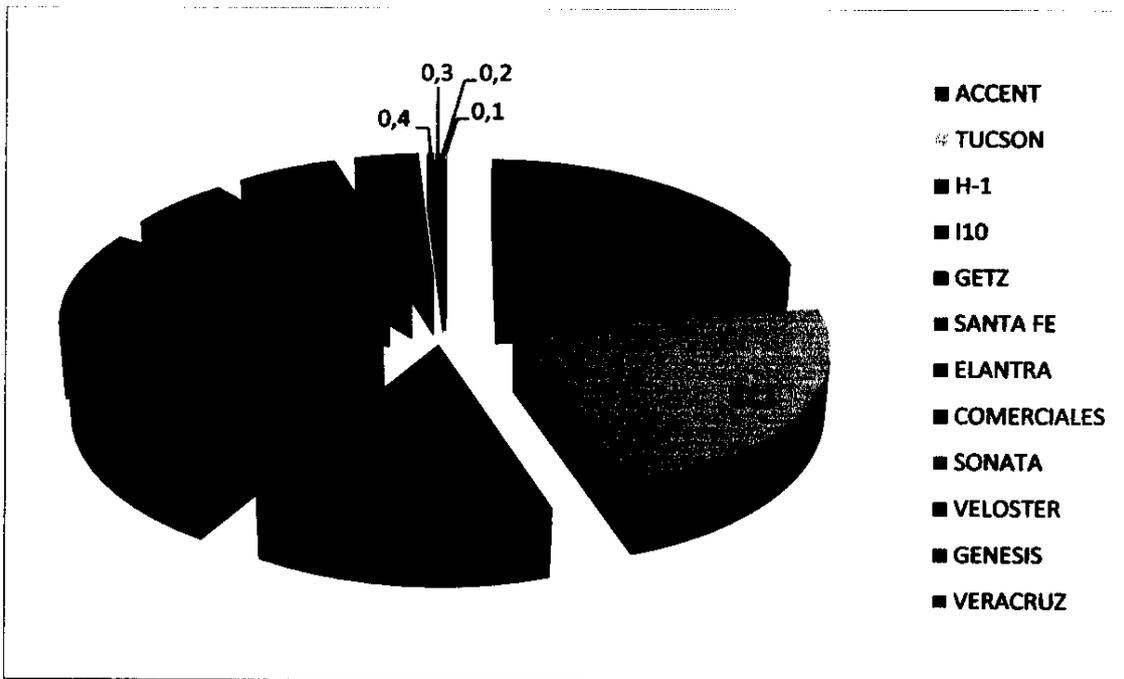
Podemos en el siguiente cuadro ver en porcentajes de participación de cada agencia en la venta de unidades del año 2011.

VENTAS DE LAS AGENCIAS AÑO 2011



En cuanto a los diferentes modelos de la gama HYUNDAI, que hemos vendido, podemos observar gráficamente en el cuadro precedente:

VENTAS POR MODELO AÑO 2011



En el grafico anterior nos podemos dar fácilmente cuenta que el Accent con el 22,7% vuelve a ser el modelo Hyundai más vendido en nuestra zona , seguido del Tucson , que un tiempo copaba casi el 60% de las ventas totales, pasando a contribuir tan solo con el 22,1% de las ventas, seguido por la furgoneta H-1, con el 13,7 % y el I10 con el 12,8% , que son modelos totalmente diferentes a los que estábamos vendiendo anteriormente.

En cuanto a la operación de la empresa podemos indicar que estamos divididos en tres grandes sectores , que corresponden a cada una de las agencia , nos dividimos en Ventas de Vehículos, en ventas de repuestos y en ventas de servicios, este año hemos terminado de construir el nuevo local de la Ciudad de Riobamba el cual reúne todos los requerimientos y servicios que Hyundai a nivel internacional solicita a sus concesionarios, este local esta optimizado al máximo teniendo local de ventas o showroom, una bodega de repuestos muy amplia , y un taller con los más altos estándares que pide la marca . Para este nuevo año tenemos otros retos en especial en el área se servicios , es decir en talleres y en latonería y pintura.

A continuación tenemos algunas cifras que resumen las ventas en las diferentes áreas de operación de la empresa

CUADRO CORRESPONDIENTE A LAS VENTAS EN LAS DIFERENTES AREAS AÑO 2011

VENTAS DE VEHICULOS	19.778.108,17	90,73%
VENTAS REPUESTOS	1.570.736,82	7,20%
VENTAS SERVICIOS	450.121,93	2,07%
VENTAS TOTALES	21.798.966,92	100%

Como podemos darnos cuenta el área mas fuerte es la venta de vehículos , seguida de la venta de repuestos y luego servicios, en cuanto a rentabilidad curiosamente es todo a la inversa, en la venta de vehículos la rentabilidad es la más pequeña , seguida por la de repuestos , y en el área de servicios es en donde la rentabilidad es la más grande, por esta misma razón en un futuro cercano vamos a dar la importancia que se merecen estas áreas , y a hacer inversiones en talleres que presten mejores servicios y más completos , en especial en la Matriz , y en los lugares en donde no los tenemos provistos , como es en Latacunga.

OCHO \$

Podemos tener los siguientes datos en base a las ventas realizadas en el año y a las cifras indicadas en el cuadro anterior, como son la utilidad bruta es del 10,64%. La rentabilidad antes de utilidades es de 4,84% y como dato adicional la utilidad con reinversión sería de 3,27% .

Adjunto al presente informe se encontraran los balances, estados de situación de la empresa e informes del comisario revisor y de auditoria externa que indican por si , índices y controles de la operación de la empresa durante el periodo del año 2011.

El siguiente cuadro nos indica cómo quedaría la utilidad disponible en dos opciones , la primera en el caso de que se haga una parte de reinversión y se reparta el saldo para los accionistas , y en la otra opción , en el caso de que no se haga la reinversión.

CUADRO DE UTILIDAD DISPONIBLE	CON REINVERSION	SIN REINVERSION
UTILIDAD DEL EJERCICIO	1.056.404,09	1.056.404,09
15% DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES	158.460,61	158.460,61
IMPUESTO A LA RENTA 14%	184.540,74	229.540,74
SALDO	713.402,74	668.402,74
RESERVA LEGAL	71.340,27	66.840,27
REINVERSION	450.000,00	
SALDO DISPONIBLE PARA ACCIONISTAS	192.062,47	601,562,47

Lo que la Gerencia General recomendaría al directorio sería el de hacer una parte de reinversión con lo que tendríamos la opción de tener un 10% de rebaja en el pago de impuesto a la renta y el saldo se puede tener la posibilidad de reparto a los accionistas de la empresa .

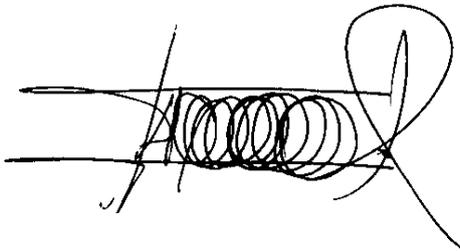
Como último punto no por eso el menos importante , me queda el de agradecer a los accionistas de Andinamotors S.A., por la confianza y el apoyo entregado a la Gerencia General durante estos 10 años, que ha cumplido la empresa, camino que no ha a sido fácil, en el que se han tenido que pasar nuevas experiencias y aprender nuevas cosas, emprender siempre nuevos retos , y pasar grandes experiencias lo cual sin la confianza de los directores y el empuje de ellos no hubiese sido logrado. También tiene que ver mucho el equipo de apoyo, que sin todos y cada

NUEVE



uno de los colaboradores en cada puesto de trabajo, hubiera sido más difícil cumplir las metas o a lo mejor nos habíamos demorado más, pero han sido 10 años de experiencias y retos , por lo cual les agradezco de corazón.

GRACIAS.

A handwritten signature in black ink, featuring a series of loops and a large, stylized 'D' or 'R' shape on the right side.

DIEZ 