INFORME DE LOS ADMINISTRADORES A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE LLANTAFACIL S. A POR EL EJERCICIO ECONOMICO 2009

Señores Accionistas:

En cumplimiento a los estatutos de la compañía y de acuerdo a las normas dictadas para el efecto por la Superintendencia de Compañías, presentamos a continuación el informe de los administradores correspondiente a las actividades desarrolladas en el ejercicio económico 2009.

ENTORNO

En el año 2009 es preciso analizar el entorno a nivel nacional y a nivel del mercado local provincial e inclusive el entorno político que tuvo injerencia en el mercado del transporte público. Por tanto se deben tener en cuenta varias puntualizaciones.

En el país se ha vivido una cierta incertidumbre originada por las especulaciones de los actores políticos y económicos que tienen un papel fundamental en el desarrollo de la economía diaria. Desde inicios de año se mencionaba la tan comentada crisis anunciada tanto a nivel nacional como internacional, lo que causó que los ciudadanos empiecen a restringirse y a especular acerca de dicha crisis. Esto ha afectado directamente en el desarrollo del negocio de la empresa.

En cuanto al entorno local y al mercado del transporte, podemos mencionar que desde que aparecieron nuevos actores de la competencia en el mercado de llantas y accesorios el mercado entró en una situación difícil, pues estos actores han actuado con poca ética en su política de precios y de crédito lo cual contamina el mercado y su normal desenvolvimiento. Algunos de esos actores durante el 2009 acentuaron su accionar sobre todo actuando en el precio bajo que ofrecen al mercado.

A pesar de esta competencia desleal a nivel local y sumada a la especulación de la llegada de la crisis, el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa se mantuvieron fortalecidas y basadas en el elemento diferenciador que es el conocimiento técnico y el servicio que ofrece LLANTAFACIL S.A.

ALCANCE

Durante el periodo 2009 se ha mantenido el área de influencia de la provincia de Tungurahua con mayores incursiones en clientes puntuales de las provincias centrales como son Chimborazo, Bolívar, Cotopaxi, Pastaza y además de otras provincias; todos estos clientes han venido por referencia de

nuestra marca ó por las bondades de nuestro servicio mas no porque se ha hecho alguna gestión comercial en estas zonas. La calidad de nuestra marca Double Coin y de nuestras bandas de reencauche han solidificado y fidelizado la relación con los clientes.

PROVEEDORES

Como es conocido, nuestro mayor proveedor es el importador de las Llantas Radiales Double Coin ya que este producto fue la bandera de lucha con la que la empresa entró en el mercado de manera altamente activa y con buena presencia. Así, hasta el momento esta marca es el pilar fundamental del accionar comercial de la compañía.

El abastecimiento de esta marca debido a varias razones ha sido irregular en el año, llegando a existir meses en los cuales no se recibe mercadería ó se recibe en cantidades mínimas, lo cual ha generado vacíos y deficiencias eventuales de unas u otras medidas de llantas. Sobre todo en meses puntuales, la empresa se ha visto obligada a comercializar otras marcas de otros proveedores con la consiguiente baja en rentabilidad ya que esas son marcas que las posee la competencia desleal que obliga a una rebaja en los precios de comercialización para poder ser competentes.

A partir del mes de Julio, el abastecimiento de Double Coin fue bastante irregular debido a problemas aduaneros y a trabas en el proceso de importación que se dictaminaron por el gobierno de este país y aunque las otras marcas también sufrieron de lo mismo, cuando fue necesario la empresa se abasteció de ellas para cubrir los faltantes de mercadería.

El abastecimiento del resto de productos se puede considerar que es adecuado ya que están en los niveles aceptables de entrega y de cantidades.

En reencauche el tiempo de entrega de nuestro principal proveedor es de 3 a 4 días ya que se encuentra en nuestra misma ciudad. Con los proveedores de reencauche de Quito el tiempo de entrega está en las dos semanas que es un tiempo también tolerable. En este año se acentuó la relación comercial con Bandag que brinda buenas bandas de rodamiento para el reencauche y su tiempo de entrega es bastante aceptable.

ACCIONES COMERCIALES

Con los antecedentes enunciados en cuanto al entorno político y comercial del mundo, del país y de nuestra zona de influencia, las acciones comerciales que desarrolló la compañía han sido innovadas necesariamente para el período 2009.

En el mercado local se ha dado la apertura de locales adicionales que ofrecen otras marcas de llantas radiales chinas que poseen menores precios lo cual no deja de ser un elemento distractor para el cliente que en su afán de ahorro de

costos a veces cae en el uso de tales marcas, sobre todo ofertadas por estos distribuidores nuevos que han aparecido en nuestra ciudad y con el afán de figura y tener presencia dañan el mercado.

Por otro lado es importante mencionar que durante el año 2009 el gobierno central detectó que la balanza comercial del país estaba desbalanceada por el "exceso" de importaciones que el país hacía versus las pocas exportaciones que al mismo tiempo realizaba. Así, se dictaron reformas que incluyeron subida de aranceles para los productos importados y sobre todo para los provenientes de China y la imposición de salvaguardas que según se dijo querían proteger la industria ecuatoriana.

Sin embargo dentro de esta medidas no se tomó en cuenta que la industria ecuatoriana no fabrica llantas radiales grandes que se usan para buses y camiones –principal portafolio de productos de la empresa- y lo que se logró más bien fue una afectación negativa al transportista ya que con las medidas dictadas tenían que seguir usando las llantas importadas que ahora habían subido de precio gracias a esta reformas.

De esta manera se dieron de dos a tres subidas de precio en cada marca de llantas y servicio de reencauche, lo cual representa un impacto al desarrollo normal de la oferta de nuestro producto hacia los clientes.

De este modo, las estrategias comerciales enfocadas al servicio y asesoría técnica al cliente de la empresa han salido a flote para sustentar el desarrollo comercial de LLANTAFACIL S.A.

Así, las ventas del año alcanzaron la cifra de 1'301.495,00 USD dando un promedio de 108.457,92 USD mensual.

PUBLICIDAD

Los gastos de publicidad en el presente período han tenido niveles interesantes los cuales han aportado para la difusión de la imagen corporativa de la empresa y de la marca de la cual somos distribuidores exclusivos para la provincia. Así, podemos destacar que el incremento de cuñas comerciales en radio y medios gráficos ha sido importante en este año además de que también se incrementaron las acciones de publicidad al aire libre y publicidad por otras vías.

En fin, esta administración considera que lo que se ha gastado en publicidad es una inversión intangible para posicionar el "matrimonio" LLANTAFACIL – DOUBLE COIN en el subconsciente de los transportistas. Además se mantiene la publicidad indirecta a través del convenio con Ecuatoriana de Motores S.A lo que ha generado una captación importante de nuevos clientes.

En realidad se ha demostrado que la publicidad es una inversión que da vida a las acciones comerciales de la empresa.

RECURSOS HUMANOS

La administración sigue creyendo firmemente que el recurso humano es el tesoro más preciado de las empresas y por ello gran parte de la gestión de esta empresa sigue siendo enfocada a la satisfacción de las necesidades y al bienestar de las personas que colaboran con la empresa. Como es formal y de ley, se ha cumplido con ellos en su totalidad pagándoles salarios justos y por sobre la media sectorial del país, así como todos los derechos a los cuales la ley les asiste para lograr su sentido de pertenencia con la compañía.

Cabe precisar por ende que el personal que labora en la compañía se siente a gusto y disfruta del trabajo que realiza porque conoce que la empresa es recíproca a su esfuerzo.

Se espera que el crecimiento de la empresa que se proyecta sirva para aportar socialmente al país creando más fuentes de trabajo en periodos posteriores.

RESULTADOS

Durante el 2009 como se mencionó anteriormente se tuvo una cierta irregularidad en el desarrollo comercial pero al mismo tiempo mucha tenacidad e iniciativa para alcanzar los propósitos deseados. Así se generaron los siguientes resultados.

Ingresos.- Las ventas netas fueron de 1'301.495,00 USD y la utilidad bruta alcanzó los 205.700,90 USD que representa un margen bruto del 15,81%. Cifras mayores a los años anteriores

Costos.- El Costo de ventas correspondiente a las actividades del período alcanzan a 1'095.794,10 USD lo que representa un 84.19% respecto de la venta.

Rentabilidad neta.- El resultado al final del ejercicio es una utilidad de 10.045,47 USD lo que representa una recuperación muy buena para la empresa a pesar de las barreras e inconvenientes que se presentaron en el entorno.

Con estos resultados y con el afianzamiento que la empresa ha alcanzado en el mercado sumados a las estrategias comerciales previstas para el 2010 se prevee un crecimiento mayor para seguir cumpliendo sobre todo con los objetivos sociales y corporativos de la compañía.

ASPECTOS SOCIETARIOS, TRIBUTARIOS Y LABORALES

La junta de Accionistas se reunió el mes de abril del 2009 para aprobar los resultados del ejercicio 2008.

Por otro lado la compañía ha cumplido los aspectos societarios, tributarios y laborales como lo dispone la ley.

Finalmente agradecemos la confianza a los señores accionistas, colaboradores de la empresa y demás personal relacionado con la misma.

Sr. Rómulo José Usiña
PRESIDENTE

Ing. José Usiña Ayala
GERENTE

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
INTENDENCIA DE COMPAÑÍAS AMBATO
30 ABR 2010
Christian Balladares Torres
AUXILIAR ADMINISTRATIVO