

**INFORME DE LOS ADMINISTRADORES A LA JUNTA GENERAL DE
ACCIONISTAS DE LLANTAFACIL S. A POR EL EJERCICIO ECONOMICO
2011**

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 2011.

ENTORNO

En el año 2011 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 luego de que el gobierno en años anteriores estableció políticas de restricción a las importaciones, se sigue viviendo una cierta incertidumbre originada por las especulaciones de los actores políticos y económicos que tienen un papel fundamental en el desarrollo de la economía. La situación económica del país y específicamente de los transportistas es cada vez más difícil pues no se les ha incrementado el precio de pasajes públicos y fletes, esto hace que ellos empiecen a restringirse aunque se ha anunciado la entrega de un subsidio para el transporte público que no sabemos cómo les beneficie ó si les sea suficiente o no a los transportistas. Esto ha afectado directamente en el desarrollo del negocio de la empresa.

El gobierno central, con el afán de enmendar en algo la no subida de pasajes a los transportistas continúa con la importación directa de llantas y lubricantes con la exoneración de impuestos lo que causa que las federaciones de transportistas traigan al país varios contenedores de llantas que llegaron con precios extremadamente baratos lo cual sigue afectando un impacto trascendental en el mercado.

En cuanto al entorno local y al mercado del transporte, podemos mencionar que cada vez siguen apareciendo nuevos actores de la competencia de llantas y accesorios. Así el mercado continúa en una situación difícil, pues estos actores siguen actuando 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 2011 acentuaron su accionar sobre todo actuando en el precio bajo que ofrecen al mercado todo esto por su desenvolvimiento informal.

A pesar de esta competencia desleal a nivel local y del entorno que se acaba de describir, el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa se mantuvieron estables y basadas en el elemento diferenciador que es el conocimiento técnico, la buena publicidad de la empresa, de nuestra marca DOUBLE COIN y el servicio que ofrece LLANTAFACIL S.A.

ALCANCE

Durante el periodo 2011 se ha mantenido el área de influencia de la provincia de Tungurahua con 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, esta marca sigue siendo el pilar fundamental del accionar comercial de la compañía.

El abastecimiento de nuestra marca en el presente año ha mejorado en comparación con años anteriores. Sin embargo no deja de haber vacíos y discontinuidades en el abastecimiento de algunas medidas en ciertos meses del año. De esta manera ha sido pequeño el porcentaje que se comercializaron las otras marcas 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.

La reencauchadora que nos provee el servicio desde nuestra misma ciudad desde el año anterior incursionó en la comercialización directa a los usuarios finales con descuentos mayores a los de la política emitida por ellos mismos, rompiendo así la cadena y la estructura comercial establecida anteriormente. Por esta razón nuestra gestión comercial se vio obligada a enfocarse en el proveedor de Quito.

Con los proveedores de reencauche de Quito el tiempo de entrega está en las dos semanas que es un tiempo tolerable y en el presente año se ha incrementado la relación comercial con ellos ya que Bandag brinda buenas bandas de rodamiento para el reencauche y el servicio es aceptable.

ACCIONES COMERCIALES

Con los antecedentes enunciados en cuanto al entorno político y comercial del país y de nuestra zona de influencia, las acciones comerciales que desarrolló la compañía han sido innovadas necesariamente para el período 2011.

En el mercado local ha disminuido la oferta de otras marcas de llantas radiales chinas que poseen menores precios, lo cual anteriormente era un obstáculo en el camino.

La dinámica comercial se ha enfocado más bien con marcas tales como GOOD YEAR que desde finales del 2010 y durante todo el 2011 emprendieron una campaña agresiva de promociones que afectó notablemente nuestra gestión.

Esto no deja de ser un elemento distractivo para el cliente que en su afán de ahorro de costos a veces desvía la atención a dichas promociones.

Por otro lado es importante mencionar nuevamente que la apertura del gobierno central para la importación libre de impuestos y aranceles de llantas y lubricantes por parte de las federaciones de transportistas para compensarlos así la no subida de pasajes y fletes nos sigue afectando.

Si a todo eso le sumamos las subidas de precio que se dieron durante el año en cada marca de llantas y servicio de reencauche, todo eso 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. en este año de difícil situación.

Así, las ventas del año alcanzaron la cifra de 1'347.091,64 USD dando un promedio de 112.257,64 USD mensual.

PUBLICIDAD

Los gastos de publicidad son importantes en la gestión de la compañía en el presente período, tal como en años anteriores. Se han manejado 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 se siguen manteniendo las cuñas comerciales en radio y medios gráficos lo cual ha sido importante en el 2011 además de que también se incrementaron las acciones de publicidad al aire libre y publicidad por otras vías.

En fin, esta administración siempre ha considerado que invertir en publicidad es lo que impulsa enormemente para posicionar el "matrimonio" LLANTAFACIL – DOUBLE COIN en la mente de los transportistas.

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 recurso máspreciado 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.

En el 2011 se inició un programa sostenido de capacitación integral que abarcará varios temas y tendrá un largo alcance en el tiempo, todo esto para potenciar al recurso humano que labora en la compañía.

Cabe precisar por lo tanto 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 2011 se tuvo una cierta regularidad en el desarrollo comercial de la compañía el cual más bien se vio afectado por otros factores exógenos a la compañía y del mercado propio del transporte; sobre todo lo que radica en la competencia de la marca Good Year que como se mencionó antes, hubo una arremetida importante. Pero al mismo tiempo se aplicó mucha tenacidad e iniciativa para salir adelante. Así se generaron los siguientes resultados.

Ingresos.- Las ventas netas fueron de 1'347.091,64 USD y la utilidad bruta alcanzó los 193.098,38 USD que representa un margen bruto del 14,33%.

Costos.- El Costo de ventas correspondiente a las actividades del período alcanzan a 1.153.993,26 USD lo que representa un 85.66% respecto de la venta.

Rentabilidad neta.- El resultado al final del ejercicio es una ganancia de 7.798,76 USD lo que representa una recuperación respecto a años anteriores que alientan el desarrollo de la empresa. Estos valores, sin ser exuberantes son un aliento, pues luego de pagar sueldos y todas las obligaciones legales queda una utilidad para los socios de esta empresa familiar.

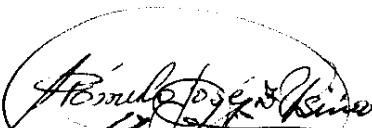
Con estos resultados se trabajará el siguiente año para crear las circunstancias favorables para seguir creciendo en un difícil mercado y en situaciones político económicas adversas para las empresas ya que el estado con el gobierno de turno ha dictaminado políticas que no favorecen a la importación y comercialización de llantas.

ASPECTOS SOCIETARIOS, TRIBUTARIOS Y LABORALES

La junta de Accionistas se reunió el mes de abril del 2012 para aprobar los resultados del ejercicio 2011 y por otro lado para ratificar la confianza y por ende los nombramientos a los administradores actuales por el lapso de 4 años más.

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