

SURWAGEN S.A.

INFORME DEL PRESIDENTE EJECUTIVO DE SURWAGEN S.A. SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL 2002

De acuerdo a lo establecido en el Art. Vigésimo Séptimo de los Estatutos de la Compañía, señores Accionistas pongo a vuestra consideración el informe sobre el desarrollo de SURWAGEN S.A., durante el año 2002

1.- ENTORNO NACIONAL

La coyuntura mundial se ha caracterizado por un escaso crecimiento del producto interno bruto, inflación leve, empleo estancado, bajas tasas de interés, resultados fiscales desalentadores, comercio exterior inestable y asimétrico, mercado de capitales deprimidos y variados rendimientos económicos en los distintos países y regiones.

En el Ecuador el 2002 fue un año electoral que dejó muchas expectativas y responsabilidades a los nuevos gobernantes, como son la negociación con el Fondo Monetario Internacional, la cual condiciona la toma de medidas que afectarán a la clase popular, medidas de ajustes económicos de alto impacto que obligan al sector productivo a ser más productivo. Una sorpresa anunciada fue el triunfo del militar Coronel Lucio Gutiérrez, quien formó su propio partido, consiguiendo muchas alianzas sobre todo con el sector indígena del país, su campaña estuvo llena de ofrecimientos, que deja muchas expectativas sobre todo por las herencias de los problemas sociales y económicos que deja el Gobierno del Dr. Gustavo Noboa.

El petróleo sigue siendo la principal actividad productiva del país, lo que determinará una marcada dependencia de esa rama, ahora parcialmente cedida a la iniciativa privada.

Luego de la crisis de 1998-99, el país sigue esperando la reestructuración del sistema financiero, que solo será evidente cuando las tasas de interés internas sean similares a las del mercado internacional.

38487 Sin duda son importantes las concesiones de los aeropuertos de Quito y Guayaquil lo que permitirá brindar un servicio de calidad internacional que se espera promueva el turismo para bien de la economía del país. La actividad desplegada por el SRI es parte fundamental en la nueva proforma presupuestaria, para el año 2003 el rubro de recaudación de impuestos se estima sea uno de los pilares fundamentales para la activación económica propuesta por el Presidente.

La meta del Gobierno anterior al terminar el año 2002 con la inflación de un solo dígito se cumplió terminando el año con el 9.36%. Sin embargo deja al nuevo gobierno una seria causa fiscal que para resolverla que tiene que adoptar "medidas económicas impopulares".

SURWAGEN S.A.

Existió una mejora en la parte laboral tanto en la cantidad como en la calidad del empleo, el desempleo disminuyó en 1.7 puntos y el subempleo cayó en 2.2. Al finalizar el año la PEA asciende a 3.801.435 habitantes, de los cuales son ocupados en plenos 35,66%, desempleados 9,2% y subempleados 55,1%. A pesar de esto no es posible que una economía dolarizada como la nuestra siga subsistiendo en gran parte, por el dinero enviado desde el exterior por los inmigrantes.

Según previsiones del Banco Central del Ecuador el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador alcanzó US\$ 20.487 millones que en términos porcentuales representa un 3.3% de crecimiento. Las proyecciones del actual gobierno señalan un crecimiento del PIB para el año 2003 del 3% y una inflación anual del 6% al 8%.

2.- MERCADO AUTOMOTOR

El año 2002 nuevamente rompió con todos los pronósticos de ventas establecidos para este año, se comercializó 69.168 unidades, un nuevo récord si lo comparamos con los tres últimos períodos; de las cuales 5.306 unidades fueron taxis y flotas especiales. Este éxito se debe a que el mercado comenzó a evacuar una demanda represada durante los años de crisis, favorecida también por la de dolarización y los planes de financiamiento ofrecidos por las instituciones financieras.

La sierra captó el mayor margen de participación de las ventas a nivel país, Pichincha con el 51.70%, Guayas con el 20,22% y Azuay con el 8.03%.

En todo el país se comercializan cerca de 28 marcas entre europeas, americanas y asiáticas, pero nuevamente General Motors lidera su participación con el 44.44% del mercado, seguido por las marcas Hyundai 7,69% y Kia con el 6,14%, estas dos últimas reflejan un importante crecimiento participativo, considerando los dos últimos años como su ingreso con fuerza al mercado local; la marca Volkswagen se encuentra en sexto lugar con una participación del 5.24% del mercado nacional, a pesar de perder más de 2.5% de participación frente al año pasado sigue, siendo sin embargo éste un porcentaje importante, teniendo en cuenta la gran cantidad de marcas y la competencia de modelos y precios.

Al momento de definir proyecciones para el año 2003 debemos ser muy cautelosos, no se puede realizar un pronóstico tan optimista como en los años 2001 y 2002, se estima un mercado de 45.000 a 50.000 unidades, que sigue siendo un volumen favorable para la industria automotriz en general.

En el siguiente cuadro se detalla las ventas por marca:

ECUADOR: VENTAS ANUALES DE VEHICULOS

MARKA	UNIDADES 2000	UNIDADES 2001	UNIDADES 2002	PARTICIPACION %
GM	10,394	25,478	30,741	44.44%
HYUNDAI	494	2,439	5,322	7.69%
KIA			4,247	6.14%
MAZDA	1,239	2,554	4,125	5.96%
TOYOTA	1,705	3,744	4,039	5.84%
VW	1,122	3,574	3,577	5.17%
DAEWOO	1,296	3,744	2,511	3.63%
NISSAN	760	1,329	2,471	3.57%
MTSUBISHI	845	1,475	2,157	3.12%
FORD	473	996	1,467	2.12%
OTROS	1,679	8,369	8,511	12.30%
TOTAL	20,007	53,702	69,168	100.00%

FUENTE: AEADE

3.- GESTION ADMINISTRATIVA

Este ha sido un año estable en lo económico, sin los sobresaltos financieros y monetarios de los últimos años, lo que nos ha permitido realizar una adecuada planificación. Tanto en Machala y Loja se sintió un bajón a partir del mes de octubre debido al proceso electoral, que paralizó la provisión de financiamiento y las compras del último trimestre.

Una medida que se tomó para la reactivación de las ventas es la baja de precios, afectando sustancialmente a los márgenes del negocio, que apenas el del 5%.

4.- V E N T A S

4.1.- VEHICULOS

Surwagen consiguió por segundo año consecutivo afianzar su imagen, logrando que la marca volkswagen tuviera buena aceptación, especialmente en la ciudad de Loja, la cual tuvo una importante participación dentro de las ventas de la compañía, presenta un crecimiento del 129.63% con respecto al año anterior, en Machala las ventas, no tuvieron un crecimiento con relación al año 2001. El primer semestre se logró un volumen de ventas importante, a partir del mes de julio, todas las marcas iniciaron promociones, bajaron precios, por el alto nivel de inventario, afectando sustancialmente los márgenes del negocio, lo que en muchos casos no han dejado espacio para negociar. A partir del mes de diciembre volkswagen para enfrentar los precios de la competencia, la marca revisa sus precios y baja los mismos, dejando un margen bruto en ventas del 8%. A continuación presentamos un cuadro evolutivo de las ventas por modelo y punto de venta:

CUADRO DE VENTAS									
MODELO	AÑO 2001			AÑO 2002			VARIACION AÑO 2001-2002		
	MACH.	LOJA	TOTAL	MACH.	LOJA	TOTAL	MACH.	LOJA	TOTAL
GOL	25	25	50	18	45	63	-28.00%	80.00%	26.00%
GOLF	4		4	0	2	2	-100.00%		-50.00%
JETTA	1	1	2	1	0	1	0.00%	-100.00%	-50.00%
SAVEIRO				1	5	6			
PARA TI	2		2	1	4	5	-50.00%		150.00%
PASSAT	1		1	2	1	3	100.00%		200.00%
POLO	3	1	4	10	2	12	233.33%	100.00%	200.00%
HONDA CR-V				3	3	6			
TOTAL	36	27	63	36	62	98	0.00%	129.63%	55.56%

El mercado automotor del sur del país exige modelos de vehículos 4x4, de los mismos que no dispone la marca volkswagen, a mediados del año se firmó un convenio con Recordmotor, con el cual Surwagen puede comercializar vehículos marca Honda, durante el año 2002 se vendieron 5 autos del modelo CRV 4x2, y 1 modelo CR-V 4x4, este tipo de vehículos ha permitido captar un mercado insatisfecho, el mismo que se proyecta como una oportunidad para el nuevo ejercicio económico.

SURWAGEN S.A.

4.2.- REPUESTOS y SERVICIO

La venta de vehículos Volkswagen ha permitido que la venta de repuestos sea estable, gracias al stock permanente de inventario tendiente a satisfacer las necesidades de los clientes. Al comparar las ventas del 2001 con el 2002 vemos un importante crecimiento

Año 2001	Año 2002	CRECIMIENTO
US\$ 1452,00	US\$ 20.187,66	US\$ 18.735.66

El incremento en ventas de repuestos es de US\$ 18.735,66 que representa el 1.290%, de los cuales US\$ 8.360 que representa el 41.41% son ventas de Machala y US\$ 11.820,00 que es el 58.59% son ventas de Loja.

Solamente en Machala contamos con el departamento de servicio, el cual atiende básicamente los chequeos normales que son necesarios para que el vehículo mantenga su garantía.

El área de servicio presentó en el año 2002 un importante incremento con relación al año 2001, pasando de 68 a 180 autos atendidos en el taller, un margen sin duda importante que demuestra el posicionamiento de la empresa y de la marca.

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los años 2001 y 2002:

	Vehículos Atendidos	Facturado \$	Valor Vehículo
Año 2001	68	US\$ 2.075	US\$ 30.51
Año 2002	180	US\$ 5.196	US\$ 28.86

SURWAGEN S.A.

5.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

Cumpliendo con los estatutos de Surwagen S.A., pongo a consideración el Informe Económico y Financiero correspondiente al periodo de enero a diciembre del 2.002, El análisis de las principales cifras financieras y un comparativo de resultados con años anteriores:

ACTIVOS

Corriente	107.023	52.04%
Activo Fijo	98.630	47.96%

TOTAL ACTIVOS	205.653
----------------------	----------------

PASIVOS

Corriente	124.780	99.06%
Pasivo Fijo	1,184	0.94%

TOTAL PASIVOS	125.964
----------------------	----------------

PATRIMONIO

Capital	100,000	89.09%
Reserva Legal	0	0.00%
Pérdida Ejercicio Anteriores	-14.378	5.04%
Pérdida del Ejercicio	-5.933	5.31%

TOTAL PATRIMONIO	79.689
-------------------------	---------------

TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	205.653
----------------------------------	----------------

• ACTIVO CORRIENTE

Al cierre del ejercicio la cuenta de Bancos cerró con US\$ 35.894, debido a las recaudaciones de las ventas realizadas los últimos días del año. Clientes cerraron con

SURWAGEN S.A.

US\$ 61.124; el 98,05% corresponde a clientes de vehículos; US\$. 770.89 corresponde a talleres y US\$ 109 a clientes repuestos.

La provisión para cuentas incobrables al 31 de diciembre cierra con \$ 1.158, con el cual estaríamos cubiertos los posibles riesgos en cartera.

• INVENTARIOS

A finales del año 2002, la empresa había realizado la totalidad del inventario de vehículos que tenía a consignación, el valor de US\$ 1885,00 corresponde al inventario de repuestos.

• ACTIVOS FIJOS

Durante el año 2002 no se realizaron inversiones de activos fijos, debido a que siendo el segundo año de operaciones, la compañía cuenta con equipos y maquinaria de alta tecnología que se encuentra en buenas condiciones. El costo de los activos se deprecia de acuerdo con el método de línea recta en función de los años de vida útil, a excepción de las instalaciones que se amortizan a 10 años según el contrato de arriendo vigente a la fecha.

• PASIVOS

Las cuentas de mayor representatividad en el Pasivo son:

La cuenta de proveedores cerró con US\$ 4.771, corresponden a facturas que se cancelarán en el mes de enero del 2003, correspondientes a proveedores normales del negocio.

La cuenta inter compañías, representa más del 82% del pasivo, correspondiendo al valor total por el movimiento comercial en la adquisición de vehículos y repuestos a la Compañía a Ecuawagen.

En cuanto a la provisión de jubilación patronal se registró la totalidad reflejada en el estudio actuarial US\$ 1.184.04, el cual no es un gasto deducible, ya que corresponde a provisión de empleados con menos de 10 años de servicio consecutivo en la empresa.

SURWAGEN S.A.

• PATRIMONIO

A fin de año el Patrimonio de la compañía se descompone:

Capital Social	\$	100.000
Pérdida Ejercicios Anteriores		-14.378
Pérdida del Ejercicio		-5.933

6.- ANALISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el ejercicio del año 2002, comparativo con el año 2001 son:

SURWAGEN S.A. BALANCE DE RESULTADOS COMPARATIVOS AÑOS 2002-2001

	AÑO 2001		AÑO 2002		VARIACION	PORC.
VENTAS NETAS	868,529		1,422,515		553,986	63.78%
COSTO DE VENTAS	790,512	91.02%	1,300,269	91.41%	509,757	64.48%
UTILIDAD BRUTA	78,017	8.98%	122,246	8.59%	44,229	56.69%
GASTOS	93,287	10.74%	133,911	9.41%	40,624	43.55%
GASTOS DE ADMINISTRACION	32,102	3.70%	40,363	2.84%	8,261	25.73%
GASTOS DE VENTAS	61,185	7.04%	93,549	6.58%	32,364	52.90%
UTILIDAD EN OPERACIONES	-15,270	-1.76%	-11,665	-0.82%	3,605	-23.61%
MOVIMIENTO FINANCIERO	197	0.02%	931	0.07%	734	372.40%
INGRESOS	2,135	0.25%	4,516	0.32%	2,381	111.54%
EGRESOS	1,938	0.22%	3,586	0.25%	1,648	85.03%
OTROS INGRESOS/GASTOS	648	0.07%	4,802	0.34%	4,154	641.04%
PERDIDA DEL EJERCICIO	-14,425	-1.66%	-5,933	-0.42%	8,492	-58.87%

SURWAGEN S.A.

La venta de vehículos asciende a US\$ 1.399.059, que representa el 98.35%, la utilidad bruta en este segmento del negocio es de US\$ 125.120, que representa una rentabilidad del 8,94%. Durante el año 2002 se vendieron 98 unidades, la descomposición del financiamiento es el siguiente:

Contado Efectivo	44.53%
Financiado corto plazo	17.93%
Financieras	28.39%
Usados(parte pago)	1.11%
Crédito Directo (12 meses)	8.04%

Al realizar un análisis de la evolución del financiamiento de los créditos de los clientes con las diferentes instituciones financieras, podemos observar que el 40.82% de los créditos fueron financiados con Banco de Machala, especialmente en la ciudad de Loja que abarco el 75% del financiamiento, en Machala, se financiaron 13 créditos con Banco de Guayaquil, lo que representa el 26.53%

REPORTES COMPARATIVOS DE FINANCIERAS

	AÑO 2001		AÑO 2002	
BCO DE GUAYAQUIL	22	66.67%	13	26.53%
BCO DE MACHALA	6	18.18%	20	40.82%
BCO DE LOJA	4	12.12%	2	4.08%
BCO DEL AUSTRO	1	3.03%		0.00%
MUTUALISTA PICHINCHA			1	2.04%
GMAC			3	6.12%
PRODUBANCO			10	20.41%
	33	100.00%	49	100.00%

La venta de repuestos y talleres asciende a US\$ 23.455,91, que representa el 1.64% de las ventas totales. La rentabilidad correspondiente a este segmento es de -12.25% que se debe básicamente a los costos de amortización de instalaciones, y de mano de obra

Los gastos operacionales fueron de US\$ 133.911,41 de los cuales el 30.14% corresponden a gastos administrativos y el 69,86% son gastos de ventas, en este

SURWAGEN S.A.

último rubro hay gastos que se han incrementado significativamente en el año 2002, como son la publicidad, comisiones en ventas, extras, radios; dentro de los gastos fijos tiene la amortización de las instalaciones de Machala, el costo del arriendo, de la vigilancia, entre otros.

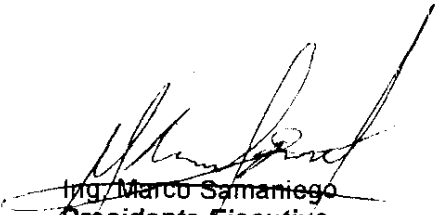
Un rubro muy importante en el Balance de Resultados, corresponde a los ingresos financieros, los mismos que ascienden a US\$ 4.516,46 originados básicamente por intereses de créditos otorgados a clientes

Dentro de otros ingresos no operacionales, US\$ 4.837,11 valor que se incrementó debido a un ajuste realizado de años anteriores, y a las comisiones recibidas de bancos y financieras como un incentivo a las ventas.

7.- AGRADECIMIENTO

Para concluir debo agradecer a los Señores Accionistas, al Comité de la Compañía por la confianza puesta sobre mi gestión administrativa y operativa y su permanente apoyo, fue un año de retos, un año de reactivación económica. Deseo dejar constancia de mi agradecimiento especial al Sr. Diego Guzmán Gerente General, por su valiosa y oportuna colaboración en el desarrollo de la compañía. Finalmente deseo expresar mi reconocimiento a todos los empleados, sin los cuales no hubiera alcanzado los resultados que he dado a conocer.

Este año presenta expectativas y retos más exigentes que años anteriores, debido al pronóstico de disminución en ventas de vehículos; sin embargo, son posibles de cumplir gracias a la gestión desempeñada por cada uno de nosotros, formando un equipo de trabajo que permite seguir camino hacia la gratificante consecución de los objetivos planteados al asumir tan importante rol dentro de la empresa.



Ing. Marco Samaniego
Presidente Ejecutivo