

**INFORME PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE PROAUTO C.A.  
POR EL AÑO 2009**

Señores Accionistas:

Cumpliendo con la obligación legal y estatutaria, pongo a su consideración el siguiente Informe correspondiente a la gestión realizada por la Administración de la Compañía, durante el ejercicio del año 2009.

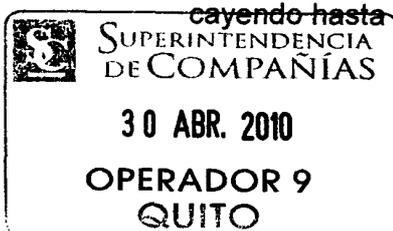
**ENTORNO POLITICO ECONOMICO DEL PAIS**

El año 2.009 estuvo marcado por una crisis económica financiera mundial, que inició a finales del 2.008 en los Estados Unidos con la quiebra de uno de sus más importantes bancos, luego se extendió a Europa, para desencadenar una ola especulativa a escala global. Algunas de las bolsas perdieron más del 50% de su valor; el precio del barril de petróleo bajó de más de \$ 140 que llegó a ubicarse en el 2008 a menos de \$ 40 en enero del 2.009; durante el año fue recuperándose el precio y en diciembre cerró en \$ 73 por barril.

En Ecuador por la drástica disminución de ingresos fiscales, debido principalmente a la caída del precio del petróleo, a inicios de año, se especulaba sobre la posibilidad de desdolarizar la economía, lo cual provocó la salida de capitales y luego la adopción de medidas fiscales y arancelarias por parte del Gobierno para corregir los efectos inmediatos de esa crisis; como complemento a esta situación, el Gobierno decidió utilizar fondos del IESS.

La balanza comercial se vio afectada por la situación del sector petrolero, pero también por una importante disminución de las exportaciones del sector privado; una de las actividades más afectadas fue la agroindustria.

La reserva monetaria de libre disponibilidad que durante el año 2008 llegó a una cifra record de USD\$ 6.514 millones en agosto y se mantuvo en niveles muy altos, disminuyó a USD\$ 4.473 millones en diciembre de ese año y, continuó cayendo hasta ubicarse en 2.594 millones en mayo del 2009.



El superávit de la balanza comercial incluido el petróleo, fue deficitario por primera vez en muchos años; este fue el indicador que encendió la alarma en el 2008 y que llevó al Gobierno a adoptar medidas arancelarias para controlar las importaciones. De alguna manera las medidas dieron resultado y a finales de año se empezaron a desmontar las mismas.

Las remesas que envían los migrantes al país, disminuyeron por segundo año consecutivo, esta vez bajó un 11.6%, de US\$ 2.821 millones en el 2008 a US\$ 2.495 millones en el 2009.

La inflación pasó del 8,83% registrada en 2008, a 4.31% en el 2009, es decir una disminución de 4.52 puntos.

El índice de desempleo subió y se ubicó en 7.9% en diciembre.

El crecimiento del PIB en el año 2009 fue del 0.98%. Ecuador continúa con las tasas de crecimiento más bajas de la región.

Los factores que incidieron en este crecimiento tan bajo, fueron principalmente: la disminución del precio del petróleo, la reducción de la demanda por los productos ecuatorianos, en los principales mercados de exportación; el cierre parcial de los mercados financieros debido a la crisis mundial. También afectó el manejo de la deuda externa por parte del Gobierno que limita tanto la inversión pública como la privada. Adicionalmente como dijimos, la disminución por segundo año, del valor de remesas que envían los migrantes.

El año pasado se siguió con la estrategia de Gobierno de hacer un manejo político de fijación de las tasas de interés, subió la tasa pasiva y bajo la activa, disminuyendo el margen de intermediación. Al cierre del año, las tasas fueron las siguientes:

	NOVIEMBRE 2008	NOVIEMBRE 2009
TASA ACTIVA REFERENCIAL	9.14	9.13
TASA PASIVA REFERENCIAL	5.09	5.24

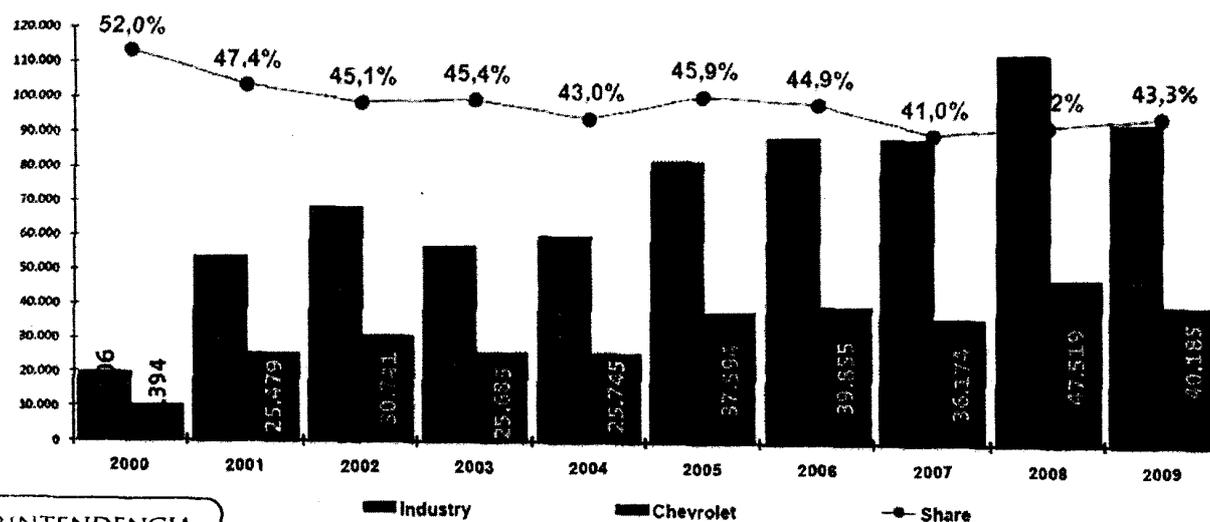
Fuente: Reporte Macroeconómico Mind.

El sistema financiero incrementó el total de sus depósitos de enero en US\$ 13.328 millones a noviembre US\$ 14.309.

## LA INDUSTRIA

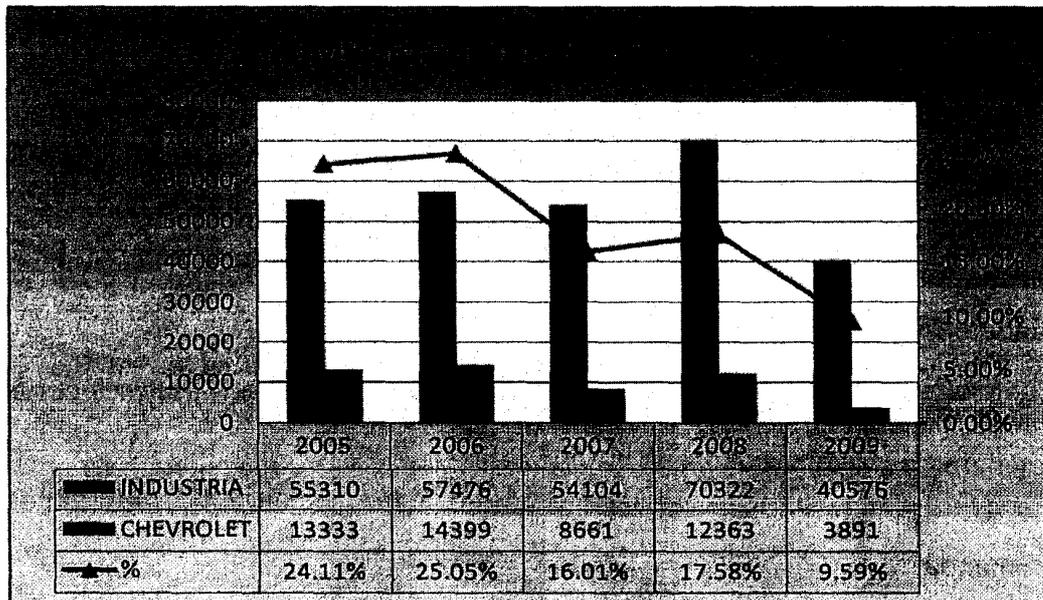
Desde el año 2003, la tendencia de la Industria Automotriz en Ecuador, mostraba un crecimiento, hasta llegar al record histórico de ventas en el 2008 con 112.599 unidades; para el año 2009 la Industria disminuyó, terminando el año con 92.865 unidades, es decir, un 17.5% menos.

A inicios del año todos pensamos que la caída en el 2009 sería mayor y por ello, en general los inventarios de vehículos nuevos, fueron bajos, en algunos casos como el de la marca Chevrolet, los inventarios fueron insuficientes para entender la demanda.



SUPERINTENDENCIA  
DE COMERCIO  
Y CALIDAD  
Buenos Aires, 30 de Abril de 2010  
30 ABR. 2010  
OPERADOR 9  
QUITO

La importación de vehículos bajó con relación al 2008 en un 42.2%, producto de las medidas arancelarias adoptadas por el Gobierno, que incluyó salvaguardias a las importaciones. La participación de la marca Chevrolet en el 2009 fue de apenas un 9,59% en los vehículos importados, como se detalla a continuación:



\*Fuente: AEADE Diciembre 2009

La producción nacional de vehículos a diciembre 2009 fue de 55.561 unidades, de las cuales 42.149 fueron fabricadas por la ensambladora Ómnibus BB, lo que representa el 75,86%. Las exportaciones de vehículos alcanzaron la cifra de 13.844 unidades.

La participación de las principales marcas en el mercado nacional en los años 2007, 2008 y 2009 han sido las que se muestra a continuación:

MARCA	VENTAS 07	SHARE 07	VENTAS 08	SHARE 08	VENTAS 09	SHARE 09
CHEVROLET						43.30%
HYUNDAI						42.00%
MAZDA						2.00%
TOYOTA						2.00%
KIA						27.00%
NISSAN						16.00%
HINO			4.686	4%		5.30%
FORD			2.452	2%		2.00%
CHINESE			3.484	3%		2.00%
RENAULT			1.702	2%		0.00%
VOLKSWAGEN			1.239	1%		1.80%

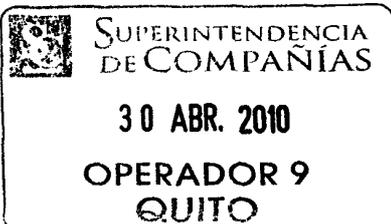
Fuente: GM Diciembre 2009

La marca Chevrolet tuvo un incremento importante en su participación a 43.30% comparado con el 42% en el 2008. Destacan Hyundai, Kia y Nissan, con un crecimiento también importante, mientras que Mazda y Toyota perdieron participación.

### LA MARCA CHEVROLET

La venta de Chevrolet en el mercado automotriz durante el año 2009 fue de 40.185 unidades, una disminución de 7.334 unidades respecto al 2008, lo que representa una reducción de 15.43%; la Marca cayó menos que el mercado y por ello su crecimiento en participación.

En el 2009 lo más importante de resaltar, fue la situación por la que atravesó la Corporación General Motors en Estados Unidos, que llegó a poner en riesgo su existencia. El Gobierno Norteamericano, tuvo que decidir una suerte de "salvataje", tomando el control de la Corporación, para evitar una posible liquidación y con ello la pérdida de decenas de miles de empleos. En Ecuador, si bien se sintió el efecto de esta situación en el mercado, fue contrarrestado por una



buena estrategia de comunicación por parte de GME y, por la fortaleza que tiene la marca que ha sido leader en el País por más de 30 años.

VENTAS DE LA MARCA 2009 VS 2008			
2995	3843	848	28.31%
2930	3569	639	21.81%
3387	3490	103	3.04%
3891	2798	-1093	-28.09%
3499	2992	-507	-14.49%
3908	3017	-891	-22.80%
4400	3526	-874	-19.86%
4771	2607	-2164	-45.36%
5127	3167	-1960	-38.23%
4195	3299	-896	-21.36%
4088	3345	-743	-18.18%
4328	4532	204	4.71%
47519	40185	-7334	-15.43%

\* Fuente: GM Diciembre 2009

La marca bajó sus ventas en todos los segmentos con excepción de SUV's. En pasajeros, pick ups, camiones y buses, cae por sobre el porcentaje de disminución del mercado; mientras que el SUV's crece un 33%.

Es preocupante la situación de Chevrolet en el segmento de camionetas; no logra mejorar su posicionamiento frente a la competencia de Mazda y Toyota.

VENTAS DE LA MARCA 2009 VS 2008 POR SEGMENTOS					
24103	51%	18391	46%	-5712	-23.70%
9164	19%	12200	30%	3036	33.13%
10930	23%	7892	20%	-3038	-27.80%
3037	6%	1646	4%	-1391	-45.80%
285	1%	55	0%	-230	-80.70%
0	0%	1	0%		
47519	100%	40185	100%	-7335	-15.43%

\* Fuente: GM Enero 2009

## FINANCIAMIENTO

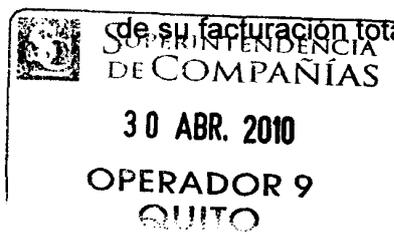
La disponibilidad de crédito para la compra de vehículos fue un factor importante que favoreció el comercio de este sector; el sistema financiero, por la forma en que se han fijado de tasas, favoreció el crédito de consumo, pues su margen es sustancialmente mejor que en tasas corporativas. GMAC, quien representó para la Red de Concesionarios de la Marca, el principal proveedor de financiamiento retail, como parte de una reestructuración a nivel mundial, adoptó una estrategia de achicar sus operaciones y en Ecuador lo hizo a tal punto, que la Marca optó por un arreglo con un Banco, para reemplazar al soporte de financiamiento retail, que nos ofreció por años GMAC. En la actualidad GMAC representa menos del 15% de las operaciones de crédito de la Red.

DISTRIBUCION EN FUENTES DE FINANCIAMIENTO											
2,4%	3,1%	24,9%	44,7%	15,6%	14,2%	28,3%	30,1%	28,7%	7,68%	0,07%	0,23%
2,9%	3,5%	25,7%	39,4%	13,0%	13,8%	25,3%	24,1%	33,1%	19,14	0,11%	0,13%
3,1%	3,5%	24,5%	34,6%	11,5%	14,6%	23,4%	17,6%	37,4%	29,66	0,06%	0,03%
2,0%	3,7%	22,4%	41,9%	10,9%	18,9%	26,1%	24,5%	38,3%	11,07	0,32%	0,00%
2,8%	3,6%	26,9%	37,9%	10,9%	20,1%	27,3%	27,5%	32,1%	10,57	0,00%	0,28%
2,7%	3,1%	25,2%	35,7%	11,6%	19,0%	27,2%	36,5%	33,2%	5,79	0,13%	0,00%
3,0%	3,2%	25,5%	37,2%	10,6%	16,7%	25,9%	31,1%	34,8%	11,92	0,12%	0,00%
2,8%	3,7%	26,0%	37,0%	10,3%	10,1%	29,8%	33,8%	31,0%	14,61	0,07%	0,86%
3,2%	4,9%	25,8%	39,9%	10,0%	9,4%	27,4%	30,3%	33,6%	15,43	0,04%	0,00%
3,4%	4,7%	28,1%	38,4%	12,2%	8,1%	29,9%	35,4%	26,3%	13,29	0,13%	0,00%
3,4%	3,3%	29,2%	39,7%	13,9%	8,8%	32,9%	31,6%	20,6%	16,58	0,03%	0,00%
2,7%	2,3%	41,4%	39,4%	16,0%	10,3%	32,5%	29,2%	7,4%	18,76	0,03%	0,02%
2,9%	3,6%	27,2%	38,8%	12,1%	13,7%	28,1%	29,3%	29,6%	14,5%	0,09%	0,13%

\*Fuente: GM Enero 2009

## LA COMPAÑÍA

Proauto en general hizo un buen año a pesar de haber disminuido tanto el monto de su facturación total, como el número de unidades facturadas.



Lo más importante en la línea de vehículos fue haber mejorado la rentabilidad bruta por segundo año consecutivo, que durante los años anteriores, había disminuido en forma preocupante, bajo la presión de la Marca por mantener su porcentaje de participación y en general, por las condiciones de competitividad del mercado.

Proauto incremento en 0.7% el margen de rentabilidad de vehículos, en 1.3% el de talleres y en 0.7% el de repuestos; el porcentaje de gastos fijos subió en 0.10% a 4.4% sobre ventas, por efecto de la disminución de la facturación, mientras que los variables se mantuvieron en 3.1%, como se muestra a continuación:

	2008		2009	
<b>VENTAS.-</b>				
Vehículos	49,441,393		46,791,520	
Talleres	2,077,229		2,014,273	
Repuestos	3,705,624		4,106,987	
<b>TOTAL</b>	<b>55,224,247</b>		<b>52,912,780</b>	
<b>UTILIDAD BRUTA:</b>				
Vehículos	3,727,170	7.5%	3,831,830	8.2%
Talleres	639,334	30.8%	645,996	32.1%
Repuestos	895,188	24.2%	1,024,378	24.9%
<b>TOTAL</b>	<b>5,261,692</b>	<b>10%</b>	<b>5,502,204</b>	<b>10.4%</b>

**GASTOS:**

	2008	%/Ventas	2009	%/Ventas
Fijos	2,366,050	4.3%	2,449,484	4.4%
Variables	1,688,801	3.1%	1,687,347	3.1%

Los índices financieros de la Compañía mejoraron y el endeudamiento bajó a menos de la tercera parte del que tuvo al cierre del 2008, como se ve en las cifras a continuación:

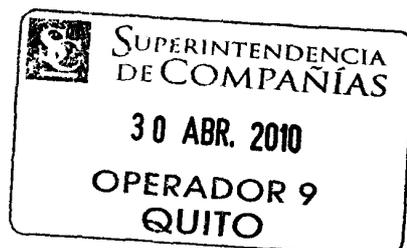
**INDICES:**

	31/dic/09	31/dic/08	31/dic/07
<b>LIQUIDEZ</b>			
Capital de Trabajo	3,532,277	1,114,808	1,178,092
Razón Corriente	1.66	1.11	1.13
Prueba Acida	1.01	0.60	0.72
<b>ROTACIONES:</b>			
Rotación C x C (días)	31	32	45
Rotación de Inventario Vehículos (días)	13	26	14
Rotación de Inventario Repuestos	5.0	4.4	4.0
Rotación CxP Proveedores(días)	28	46	50
Rotación Activos	3.37	3.13	2.77
Rotación Patrimonio	5.22	7.51	6.50
<b>ENDEUDAMIENTO:</b>			
Total Pasivo/Total Patrimonio	0.55	1.40	1.34
Total Pas.L/P /Tot. Patrim.	0.02	0.08	0.07
<b>RENTABILIDAD:</b>			
Ventas	52,912,780	55,224,247	46,156,015
Utilidad Neta	3,003,530	995,178	1,385,832
Utilidad Neta/ Ventas Neta %	6%	2%	3%
Rentabilidad sobre capital	57.64	25.45	29.92

<b>ENDEUDAMIENTO:</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
-----------------------	-------------	-------------

<b>Banco Internacional</b>	260,000.00	121,407
<b>Produbanco</b>	349,282.75	406,897
<b>Lloyds Bank</b>	60,000.00	295,000
<b>Banco Pichincha</b>	106,451.77	799,840
<b>GMAC</b>		166,667
<b>Fideicomiso de Inversión Conjunta</b>		493,230
<b>Mirasol</b>		185,190

<b>TOTAL</b>	<b>775,735</b>	<b>2,468,231</b>
--------------	----------------	------------------



La cartera de la Compañía es significativamente pequeña, como resultado de una política adoptada hace muchos años; en vehículos ofrecemos crédito directo a muy pocos clientes, por montos limitados y plazos cortos. La cartera de talleres, es importante en cuanto a número de clientes, pero igualmente el monto no es mayor.

Proauto recibió en el 2009 un dividendo de Mirasol y E. Maulme, por US\$ 1.922.000, que se utilizó en la cancelación de pasivos; la Compañía a su vez entregó a sus accionistas un dividendo por la suma de US\$ 895.660,25

## **OPERACIONES DE LA COMPAÑÍA**

### **VEHICULOS**

Se facturaron 2.627 unidades en el 2009 en comparación con las 2.964 del 2008; disminuyó 11.3%, menos que la caída de la Industria y la Marca.

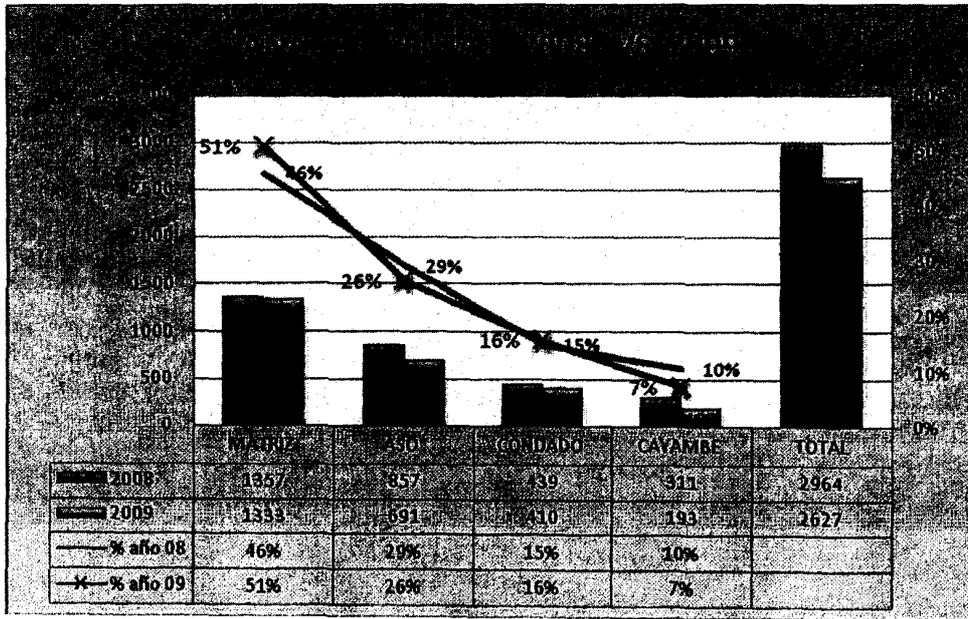
Los puntos de venta de la Matriz, el ASO Granados y El Condado, consiguieron un buen resultado en volumen de ventas; en cambio el ASO de Cayambe, bajó un 37.9%, debido principalmente a la situación que atravesó el sector florícola, principal actividad económica de la zona.

Se produjeron cambios importantes en la organización del departamento de vehículos; en El Condado al retiro de la Gerente de la Sucursal, siguieron otras deserciones y prácticamente se renovó todo el personal de ese punto de ventas. El tema es especialmente crítico en este local, por el horario en que se trabaja, los 7 días de la semana, desde las 10h00 hasta las 21h00.

También se reemplazó al Gerente de Flotas, que estuvo con la Compañía durante 12 años y con quien se desarrolló este canal de ventas que en la actualidad representa para Proauto el 50% de su volumen de venta de vehículos. Designamos a la Gerente de Negocios Marcia Córdova, para esa posición y en

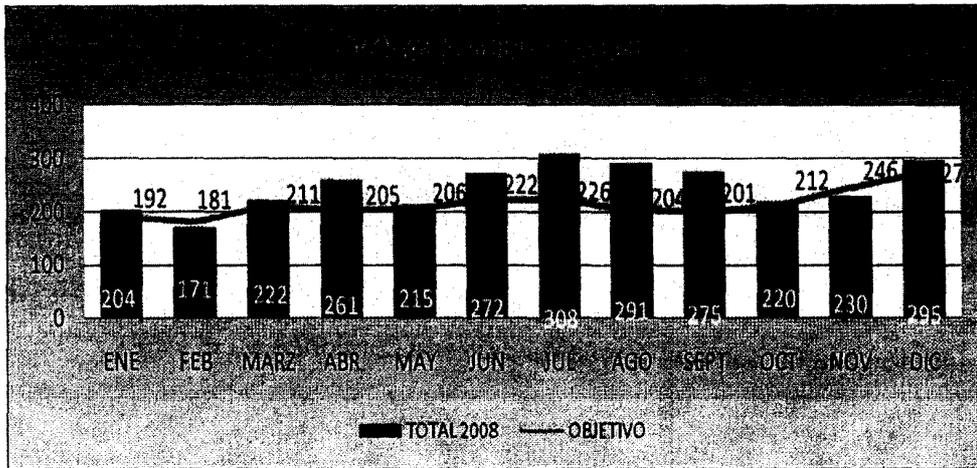
poco tiempo se ha consolidado en estas funciones y los resultados al final del año fueron los que esperábamos en flotas y además, se pudieron implementar nuevas ideas para desarrollar ese canal.

Otro tema importante fue la renuncia del Gerente de Camiones, también con la salida de algunos vendedores del departamento de camiones, debido a la drástica disminución de ventas de esa línea, por la salida del mercado del modelo NHR que representó para la Compañía más del 50% de camiones en el 2008.

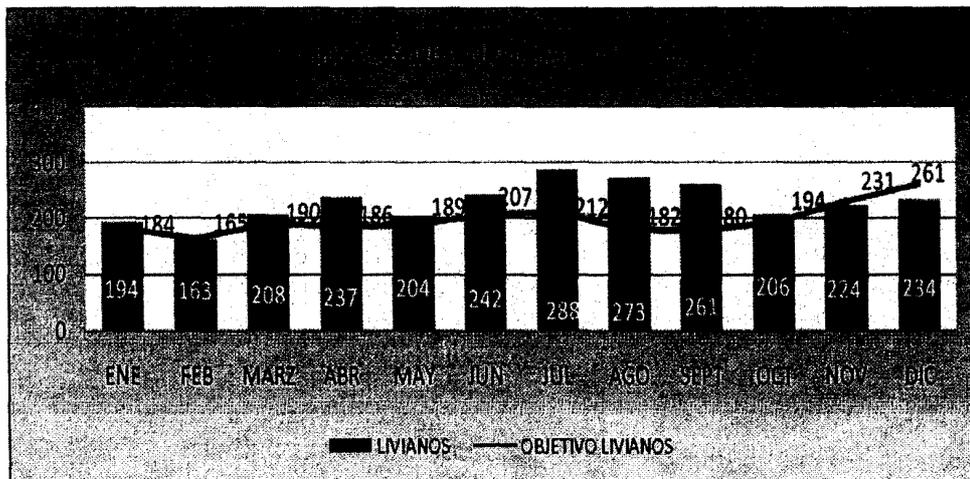


En resumen en vehículos livianos superamos los objetivos, mejoramos la rentabilidad del negocio y consolidamos el equipo de ventas. En comerciales alcanzamos solamente el 86.6% del objetivo. A continuación mostramos los resultados de la venta de vehículos del 2008 y 2009.

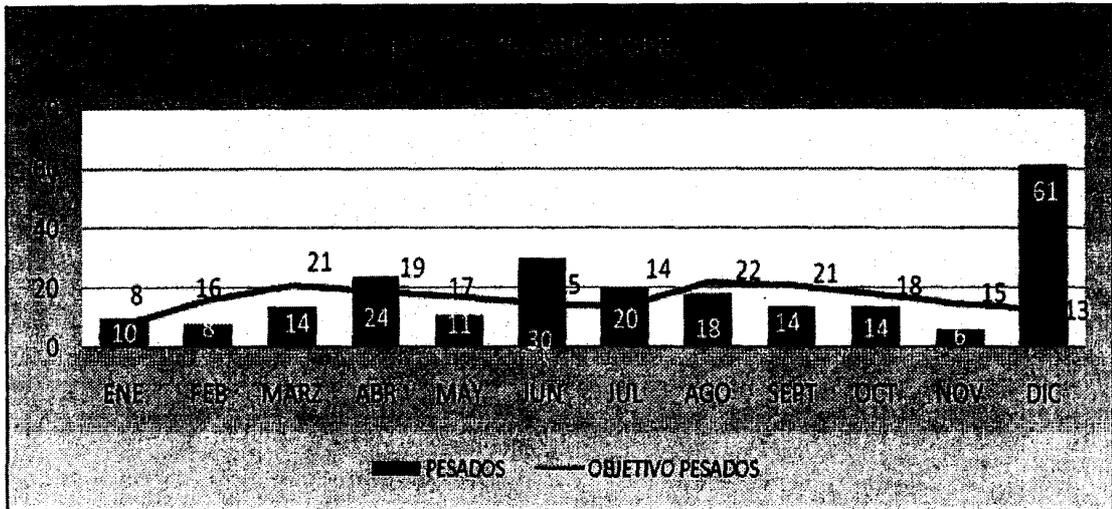
**SUPERINTENDENCIA  
DE COMPAÑÍAS**  
30 ABR. 2010  
OPERADOR 9  
QUITO



TOTAL OBJETIVO	2580
CUMPLIMIENTO	114,38%

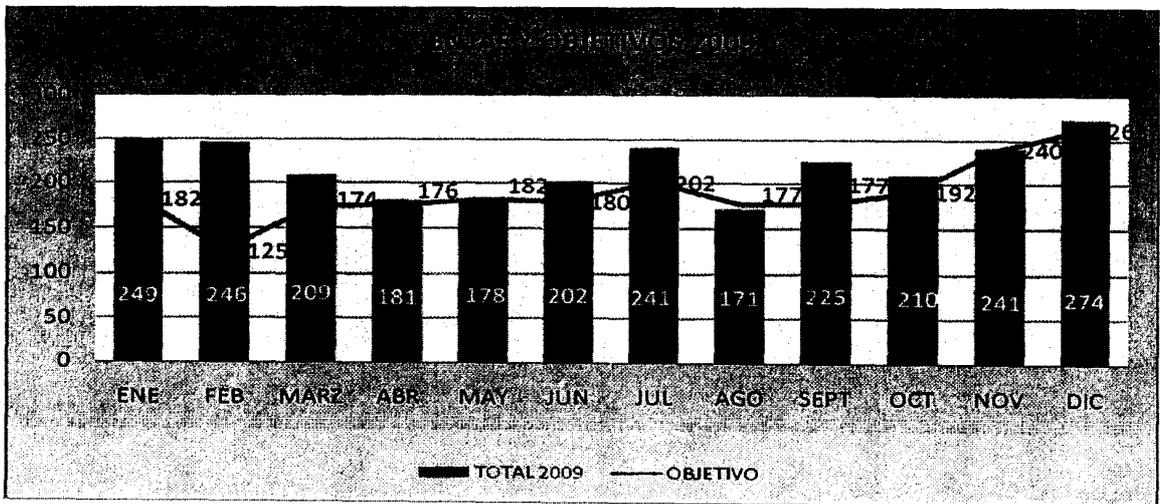


TOTAL OBJETIVO AS	2381
TOTAL OBJETIVO	2381
CUMPLIMIENTO	114,82%



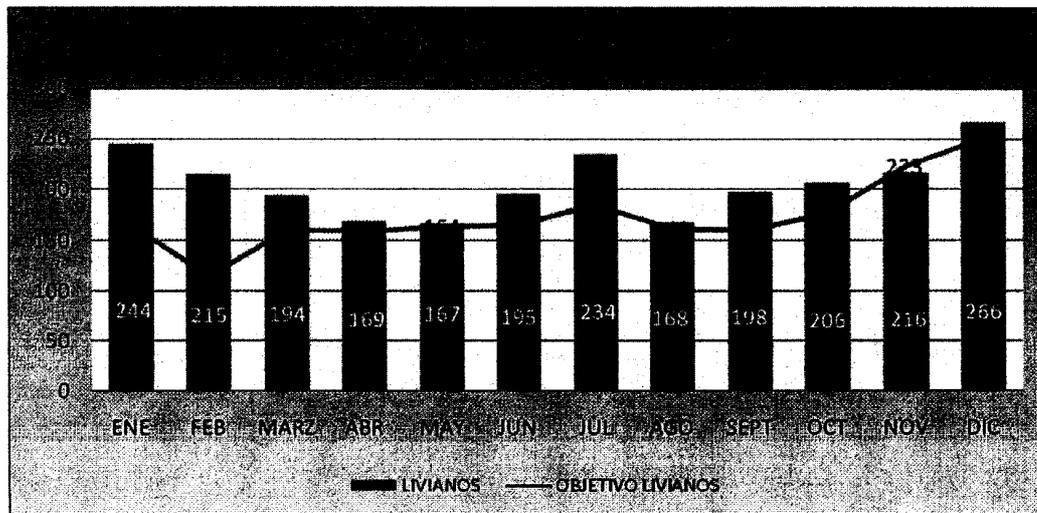
TOTAL VENTAS	240
TOTAL OBJETIVO	199
CUMPLIMIENTO	115.57%

### RESULTADOS 2009

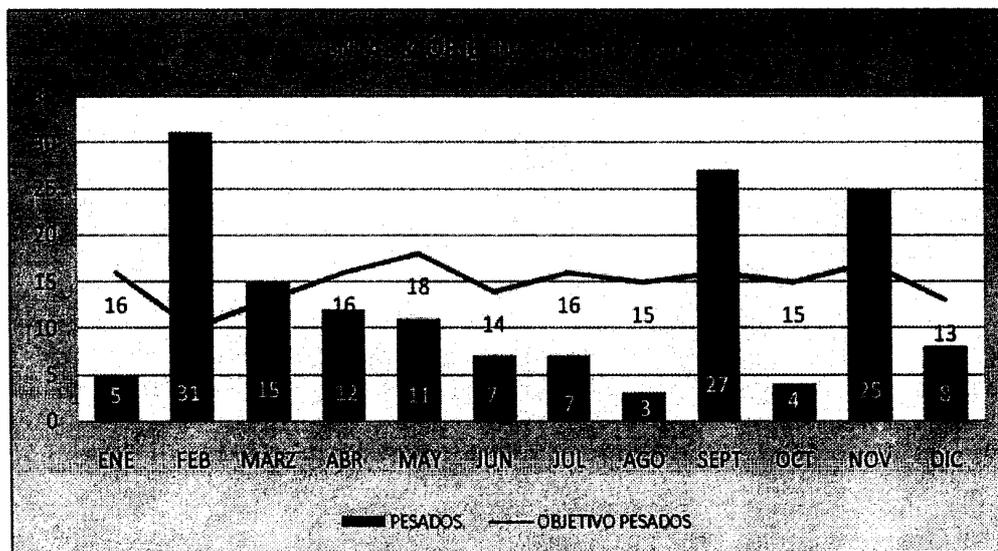



**SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**  
 30 ABR. 2010  
 OPERADOR 9  
 QUITO

TOTAL VENTAS	2627
TOTAL OBJETIVO	2270
CUMPLIMIENTO	115.72%



TOTAL VENTAS	2172
TOTAL OBJETIVO	2091
COMPLETAMIENTO	103,87%



TOTAL VENTAS	165
TOTAL OBJETIVO	179
COMPLETAMIENTO	92,18%

Luego de 13 años de haber financiando con GMAC el inventario de vehículos nuevos, GME cambió la fuente de financiamiento a Produbanco, mediante un sistema de adhesión a un fideicomiso al que ingresan todos los vehículos hasta la cancelación por parte del concesionario. El cambio es muy importante puesto que las líneas de crédito de GMAC, por ser esta una Empresa Comercial, no afectaban el nivel de endeudamiento del concesionario en el sistema financiero.

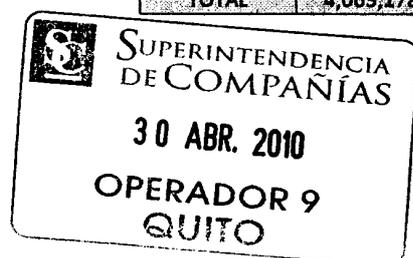
## REPUESTOS

En esta línea superamos los objetivos en 2.5% y crecimos un 12.9% con relación al 2008. Hemos desarrollado nuevos clientes de la mano del departamento de flotas y también nuevos canales de venta, como las ventas a Instituciones del Estado a través del portal de compras públicas. Quizás lo más importante en Repuestos es el manejo del inventario; tenemos una rotación anual de 5 veces, con un nivel de inventario bajo control, que nos permitirá seguir creciendo en esta línea de negocios en la que alcanzamos un 24.9% de rentabilidad bruta. En adelante debemos enfocarnos en mejorar el nivel de obsolescencia y en desarrollar el negocio de repuestos de camiones. Considero que tenemos un equipo muy bien capacitado y altamente motivado, para lograr muy buenos resultados en esta línea de negocio.

### INDICADORES REPUESTOS

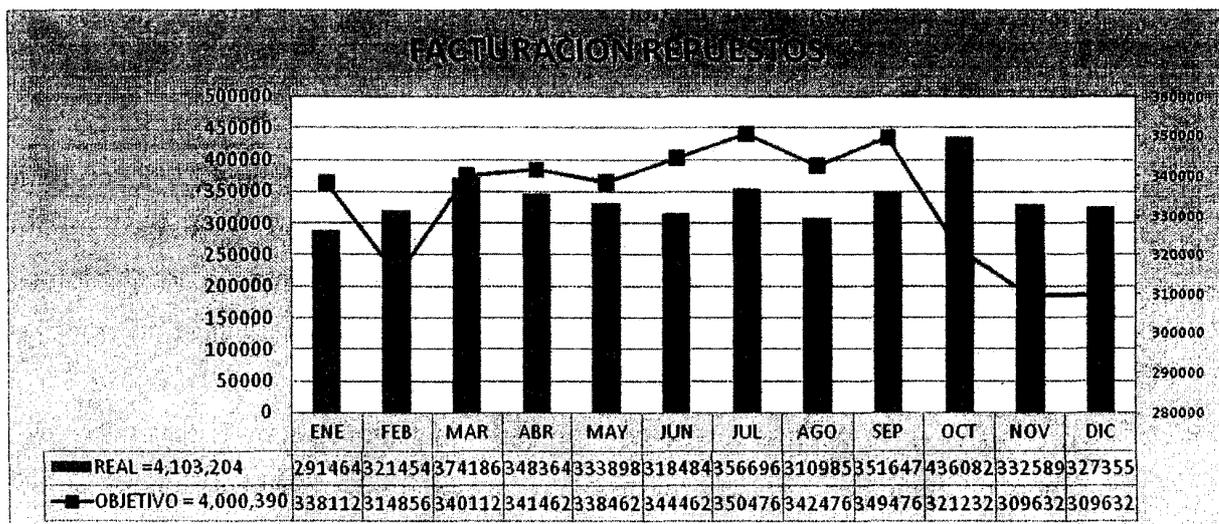
Enero-Diciembre 2009

MES	FACTURACION					
	PRES 2009	REAL 2009	% CUMPL. 2009	2008	% CREC vs 2008	% CREC ACUM
ENE	338,112	291,464	86.20%	299,889	-2.81%	-2.81%
FEB	314,856	321,454	102.10%	239,158	34.41%	13.70%
MAR	343,900	374,186	108.81%	279,298	33.97%	20.62%
ABR	341,462	348,364	102.02%	343,828	1.32%	14.91%
MAY	338,462	333,898	98.65%	327,521	1.95%	12.06%
JUN	343,462	318,484	92.73%	280,409	13.58%	12.30%
JUL	350,476	356,696	101.77%	355,011	0.47%	10.33%
AGO	342,476	310,985	90.80%	307,798	1.04%	9.15%
SEP	349,476	351,647	100.62%	297,578	18.17%	10.13%
OCT	321,232	436,082	135.75%	311,881	39.82%	13.18%
NOV	309,632	332,589	107.41%	321,409	3.48%	12.25%
DIC	309,632	327,355	105.72%	268,502	21.92%	12.96%
<b>TOTAL</b>	<b>4,005,178</b>	<b>4,105,205</b>	<b>102.50%</b>	<b>3,632,281</b>	<b>12.96%</b>	<b>OBJETIVO: 10%</b>



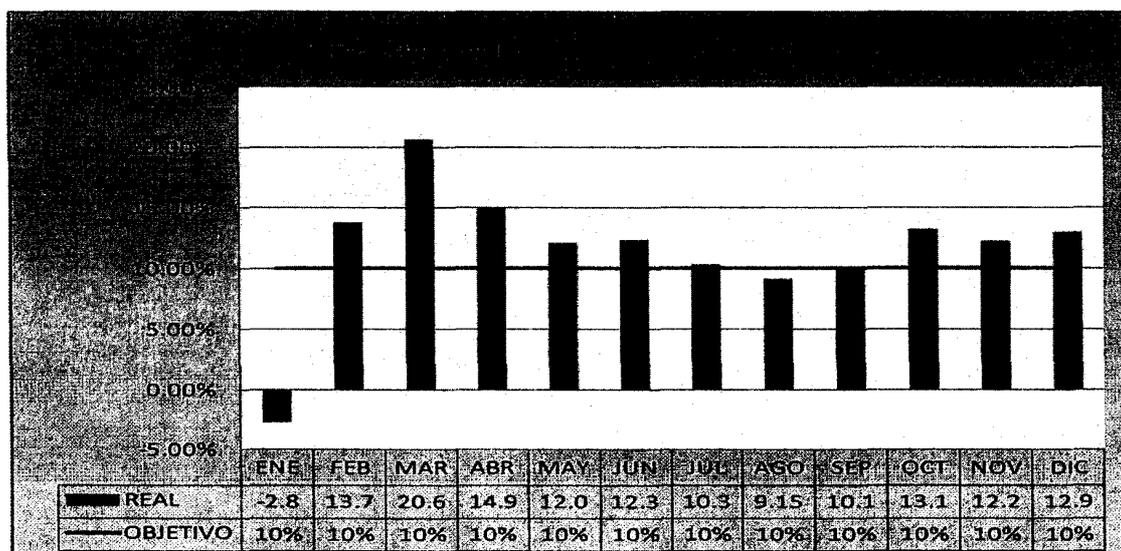
## FACTURACION

Enero-Diciembre 2009



## CRECIMIENTO ACUMULADO

Enero-Diciembre 2009



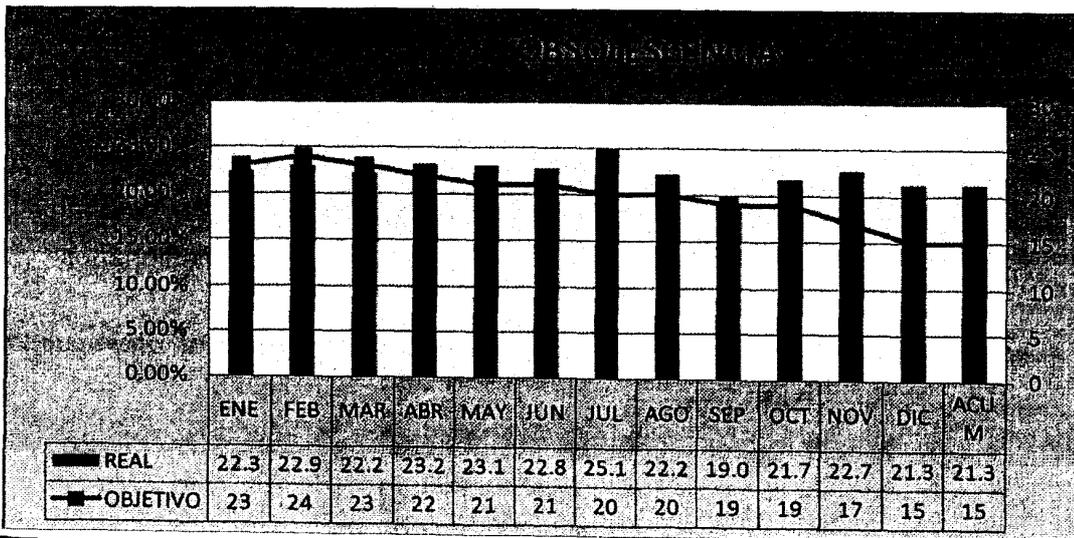
## VENTAS POR PUNTO

Enero-Diciembre 2009

SUCURSAL	2008	2009	%CREC vs. 2008	PRESUP 2009	% CUMPL
MATRIZ	1,836,945	2,050,504	↑ 11.63%	2,011,506	101.94%
ASO GRANADOS	797,338	901,401	↑ 13.05%	840,601	107.23%
ASO CAMIONES	204,810	223,598	⇒ 9.17%	234,291	95.44%
ASO CAYAMBE	205,073	208,478	⇒ 1.66%	230,921	90.28%
ASO CONDADO	79,731	170,561	↑ 113.92%	120,483	141.56%
ACCESORIOS	508,383	548,662	⇒ 7.92%	565,376	97.04%
	<b>3,632,281</b>	<b>4,103,205</b>	<b>↑ 12.96%</b>	<b>4,003,178</b>	<b>102.50%</b>

## ROTACION Y OBSOLESCENCIA

Enero-Diciembre 2009



SUPERINTENDENCIA  
DE COMPAÑÍAS

30 ABR. 2010

OPERADOR 9  
QUITO

## ANTIGÜEDAD INVENTARIO POR ABC POR MESES

Diciembre 2009

AL 31 DICIEMBRE 2009	Others	A	B	C	D	E	TOTAL
a: 0-6 Meses	32,206.09	140,551.90	80,338.35	49,395.91	6,497.84	9,497.40	318,487.50
b: 6-12 Meses	22,665.01	1,705.90	5,932.26	23,102.60	12,380.65	8,182.26	73,968.69
c: 12-18 Meses	6,097.83	390.79	1,409.90	2,251.73	7,524.94	5,599.52	23,274.70
d: 12-24 Meses	10,496.31	0.00	8,363.61	9,990.11	1,324.85	13,407.67	43,582.55
e: 24-36 Meses	883.58	0.00	787.48	9,860.69	4,612.37	60,767.46	76,911.57
f: +36 Meses	670.81	0.00	2,889.16	8,113.81	7,382.69	58,186.68	77,243.16
<b>TOTAL</b>	<b>73,019.63</b>	<b>142,648.59</b>	<b>99,720.76</b>	<b>102,714.84</b>	<b>39,723.35</b>	<b>155,640.99</b>	<b>613,468.17</b>
<b>INVENTARIO SANO</b>	<b>69.19%</b>						
<b>INVENTARIO OBSOLETO</b>	<b>21.35%</b>						

### TALLERES

En el Departamento de Servicio, enfrentamos la tendencia en la caída del ingreso que viene desde hace 3 años en forma consistente, en los talleres de toda la Red de Concesionarios y en los de algunas de las marcas de la competencia. La percepción entre los clientes es que los talleres de concesionarios autorizados, no ofrecen un producto acorde al valor que cobramos.

Ingresaron a los Talleres el 91% de los vehículos que se proyectó, a los que facturamos el 92% del monto presupuestado.

Las aseguradoras que son nuestros principales clientes en colisiones, presionan cada vez sobre el precio que les facturamos, al punto que no están dispuestas a cumplir con los términos, acordados con la marca y con los concesionarios.

Los resultados de ingresos y facturación comparados con el presupuesto se indican en el siguiente cuadro:

## PROAUTO

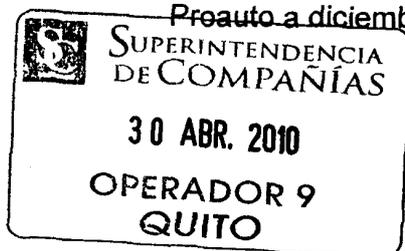
### CONTROL PRESUPUESTO 2009 TALLER DE SERVICIO ( TOTAL)

MES	VEHICULOS ATENDIDOS		DIAS LABORABLES		PROMEDIO VEH/DIA		FACTURACION MANO DE OBRA		CUMPLIMIENTO	FACTURACION POR VEHICULO	
	PRES.	REAL	PRES.	REAL	PRES.	REAL	PRES.	REAL	%	PRES.	REAL
enero	2037	1848	23.5	23	87	80	208,350	173,737.51	83.39%	102	94
febrero	1890	1626	20	21.0	95	77	166,750	166,674.97	99.96%	88	103
marzo	2035	1978	23	24.0	88	82	193,000	185,825.14	96.28%	95	94
abril	2160	1862	24	22.0	90	85	210,680	179,467.91	85.19%	98	96
mayo	2000	2074	22.5	22.5	89	92	197,850	185,550.52	93.78%	99	89
junio	1910	1449	24	24.0	80	60	187,025	164,844.02	88.14%	98	114
julio	1950	2139	25	25.0	78	86	186,665	176,859.73	94.75%	96	83
agosto	1850	1542	22.5	22.5	82	69	180,225	143,922.37	79.86%	97	93
septiembre	1935	1723	24	24.0	81	72	187,650	171,561.50	91.43%	97	100
octubre	1940	1696	23.5	23.5	83	72	188,395	188,856.12	100.24%	97	111
noviembre	1855	1510	21	21	88	72	191,300	155,722.59	81.40%	103	103
diciembre	1725	1772	22	22.0	78	81	158,300	183,341.62	115.82%	92	103
TOTAL											

### GM DIFFERENCE

A inicios del año anterior, la Marca en razón de la crisis por la que atravesó, desistió de continuar con la implementación de nuevas categorías del GM Difference y redujo su estructura al mínimo necesario; felizmente, luego se retomó el proyecto y para este año se implementaran otras categorías. Este proyecto nos parece muy importante para el desarrollo y estandarización de las operaciones de los concesionarios.

El estatus de implementación de las categorías del programa GM Difference en Proauto a diciembre del 2009, es el que se muestra en el cuadro siguiente:



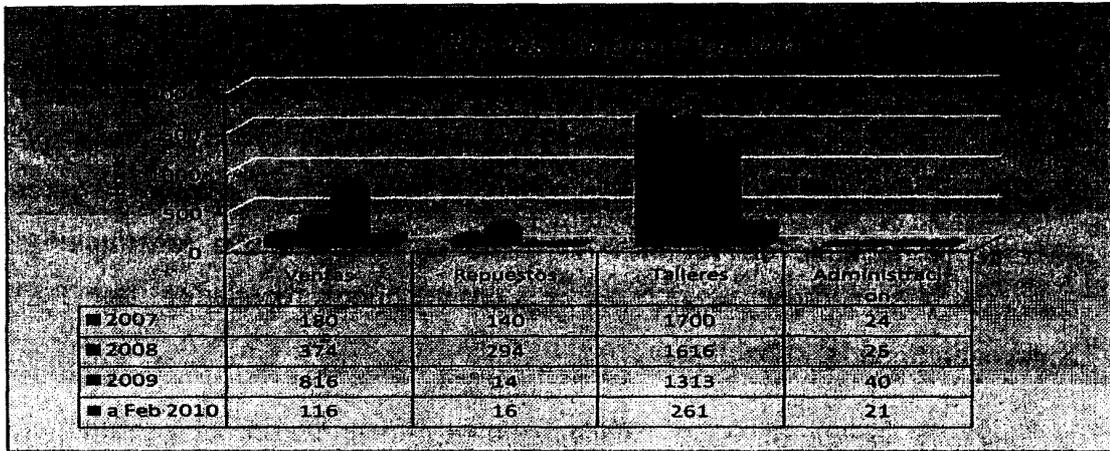
Categoría C1: Liderazgo Consultivo	% green	100,00%		98,00%	91%	91%	91%	91,00%	91,00%	91,00%	91,00%	91,00%	91,00%	91,00%
Categoría C4: Entrenamiento y desarrollo	% green	N/A	N/A	50,00%										
Categoría S3: Prospección de vehículos	% green	60,00%		85,00%										
Categoría S4: Proceso consultivo de ventas	% green	60,00%		80,00%										
Categoría S5: Entrega de vehículos	% green	100,00%		100,00%										
	% SI													
Categoría W3: Proceso consultivo de servicio	% green	100,00%		98,00%	96%	96%	96%	96,00%	96,00%	96,00%	96,00%	96,00%	96,00%	96,00%
Categoría W5: Administración de servicios	% green	100,00%		98,00%										
Categoría P5: Administración de repuestos	% green	N/A	N/A	85,00%									85,00%	85,00%
Categoría P7: Accesorios	% green	N/A	N/A	85,00%										

## PERSONAL

Quizás es el área en la que mayor atención debemos poner. Tenemos un buen equipo de gente, en el que invertimos importantes sumas de dinero, año por año, pero no contamos con un plan integral de manejo del recurso o talento humano y ello no nos permite aprovechar su potencial y nos vuelve vulnerables, en especial frente a nuestra competencia directa, porque buscan a nuestros empleados para sus organizaciones, como primeros candidatos.

A mediados de año, contratamos un estudio de Clima Laboral, que arrojó resultados satisfactorios, pero contrasta con lo que el nivel de rotación que viene en aumento, en especial en el área de vehículos desde el 2008, problema que antes nunca tuvimos.

La capacitación se apalanca en la de la Marca; el número de horas por área de negocio es el siguiente:

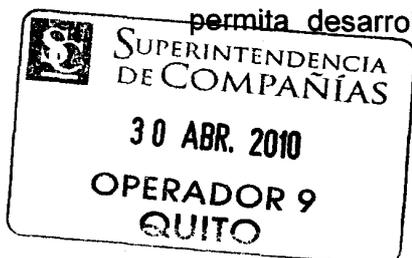


## MERCADEO

El Grupo MEP, comparte el Departamento de Mercadeo, importante herramienta de soporte para los negocios de las tres Empresas; desarrolla estrategias en comunicación, específicas para cada mercado en el que operan las Compañías MEP en coordinación con el área de mercadeo de GME y brinda apoyo a las líneas de negocios, en el desarrollo de nuevos productos y valores agregados. Cada día valoramos más su importancia para lograr los objetivos comerciales del MEP y también como un factor diferenciador, frente a la competencia que por tamaño no cuenta con un departamento de mercadeo.

## NUEVOS PROYECTOS

El nuevo Directorio aprobó el proyecto de reubicar uno de los puntos de venta de la Compañía, el ASO Granados, en una locación al norte de la Ciudad, que permita desarrollarnos en otra zona de influencia, unificando las operaciones



comerciales y de postventa de camiones, el PDI y el taller de colisiones, que también permitirá optimizar la inversión con un importante ahorro en gastos fijos.

#### **INVERSIONES: E. MAULME Y MIRASOL**

E. Maulme tuvo un año muy difícil; a inicios del 2009 se cambió la gerencia general, la gerencia de ventas y la gerencia financiera. Se reestructuró por completo y para fines de año, ya se vieron algunos resultados, que se irán consolidando en los próximos meses.

Mirasol tuvo un muy buen año; a diferencia de lo ocurrido con el mercado, creció en facturación. Es una Empresa totalmente estructurada, que se ha convertido en un verdadero referente de la ciudad de Cuenca y el Austro. A finales de año, por decisión del Directorio, se realizó la venta de la totalidad de las acciones que poseía Proauto, al Fideicomiso Accionarial MEP.

#### **NUEVA ESTRUCTURA**

En el mes de octubre se definió la compra de las acciones propiedad de la compañía INRIOPA, por parte de un nuevo Grupo de Accionistas de reconocido prestigio y solvencia, afín con el negocio automotor y con la marca Chevrolet, con quien se ha diseñado cambios importantes en la estructura organizacional, cuya implementación se puso en marcha de inmediato. Como parte de ese cambio, se nombró a Diego Almeida como Gerente General de Proauto, quien asumió esas funciones con decisión y entusiasmo. Considero que este cambio se produce en un momento clave para el desarrollo futuro de la Compañía y el de sus filiales E. Maulme y Mirasol.

## PROYECCIONES 2009

Se estima que el mercado de vehículos en el 2010, no sufrirá mayores variaciones con respecto al año pasado. El tamaño de la Industria de vehículos podría ser igual o mayor, sin embargo esto podría ser diferente si no se toman acciones por parte del Gobierno, para corregir problemas como el desfinanciamiento del presupuesto y la mala calificación del País, que dificultan el acceso a los principales mercados financieros internacionales.

Aprovecho para reconocer ante ustedes al equipo que laboró durante estos 20 años en Proauto, pienso que hizo un buen trabajo.

Muchas gracias,



**Eduardo Iturralde**

