

MAREAUTO S.A

INFORME DE ACTIVIDADES A DICIEMBRE DE 2007

1.1. Ambiente Externo

El año 2007 se caracterizó por tener un alto tinte político por decisión del gobierno entrante de Rafael Correa; la estrategia del gobierno se centró en los siguientes aspectos:

- ✦ Establecer una Asamblea Constituyente (AC) de plenos poderes.
- ✦ Eliminación de la función legislativa, reemplazada en parte por la Asamblea Constituyente.
- ✦ Debilitamiento de los partidos políticos tradicionales.
- ✦ Presiones sobre la banca privada.
- ✦ Presiones sobre la empresa privada: fiscalización tributaria, renegociación de contratos petroleros, eliminación de la tercerización laboral, cancelación de concesiones petroleras, entre lo más destacado.
- ✦ Mantenimiento e incremento de subsidios como el bono de la pobreza: gas y combustibles.
- ✦ Mayor gasto fiscal y proyectos de inversiones en infraestructura eléctrica.
- ✦ Amenazas de no pago de deuda externa
- ✦ No firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos.
- ✦ Confrontación interna (Municipio de Guayaquil) y externa (Colombia).
- ✦ Crecimiento del número de ministerios.

Concretamente se tomaron en el ámbito comercial y financiero las siguientes decisiones:

A través del IESS el gobierno ofreció entregar créditos hipotecarios y prendarios a sus afiliados con un corte social.

El gobierno obligó a las empresas petroleras a sentarse a renegociar sus contratos. También anunció la eliminación de los fondos petroleros para ponerlos a disposición del gobierno vía presupuesto del Estado.

Mediante un mandato constituyente forzó a la banca a reducir tasas y a eliminar las comisiones bancarias y amenazó con regular el destino de los créditos por sectores.

A final de año se lanzó la reforma tributaria incrementando: el impuesto a los consumos especiales; la base imponible del impuesto a la renta de personas naturales con la posibilidad de reducirse en ciertos gastos; equiparación del leasing con un crédito a largo plazo desde el punto de vista fiscal y financiero; y, puso controles sobre los precios de transferencia y limitaciones a las donaciones.

EFFECTOS A CORTO Y MEDIANO PLAZO

Estas decisiones han provocado inquietud en el sector productivo, de servicios y financiero. Las empresas han postergado muchas decisiones de inversión hasta tener una visión más clara de las decisiones que se tomarán en la AC. Muchos de estos temores se han venido concretando a través de los mandatos constituyentes que han reformado las leyes bancarias y tributarias.

Esta reacción se puede percibir en el crecimiento del PIB del año 2007 y en las proyecciones para el año 2008; así como en la evolución de la inflación.

Bajo este escenario el año 2008 se presenta como un año de poco crecimiento y de inflación alta. Sin embargo, los proyectos de infraestructura pueden ofrecer oportunidades de negocio para ciertos sectores relacionados con las actividades directas de construcción y los servicios afines.



1.2. Alquiler Diario

1.2.1. Logros

El alquiler de autos en el producto de diario ha tenido un excelente desempeño durante el 2007. A continuación los logros más importantes:

- a) Crecimiento en facturación de \$2'985,733 a \$3'853,434 equivalente a un 29%.
- b) Crecimiento en número de unidades promedio de 278 a 365 equivalentes a un 31%.
- c) Crecimiento en llamadas de Call Center

1.3. ALQUILER DE FLOTA

1.3.1. Logros

El alquiler de flota tuvo un excelente resultado en el 2007, logrando una facturación de U\$ 4,993,065 frente a un presupuesto planteado de U\$ 4,775,912, lo cual representa un cumplimiento del 105%. A continuación se enumeran los principales logros:

- 1. La facturación creció en un 25% al pasar de U\$ 3,989,714 en el 2006 a U\$ 4,993,065 en el 2007.
 - a) El monto de contratos firmados (nuevos y renovaciones) durante el año 2007 asciende a \$ 4,061,134.18 de los cuales \$ 3,315,766.18 corresponden a nuevos contratos de alquiler de flota para clientes como: Siemens, Vanoni, Integra, Aclimatic, Lafargé y EB Corporación. Se incursionó en el área de la construcción (Constructora Camargo Correa y Constructora OAS).



- b) La diferencia, \$ 745,368.00 corresponde a renovaciones totales y parciales realizadas con clientes como Movistar, Cervecería Nacional, Aseguradora del Sur y Lafargé.
2. El número de vehículos se incremento de 364 en el 2006 a 434 en el 2007, lo cual representa un crecimiento del 19%.
- a) Se incrementó en 70 vehículos el número de unidades de alquiler de flota, correspondientes a clientes existentes y nuevos, entre los que se mencionan a: Movistar, Lafargé, Aseguradora del Sur, Cervecería Nacional, Aclimatic, EB Corporación, Siemens, etc.
 - b) Ejecución del programa de posventa de alquiler de flota, medición del nivel de satisfacción de clientes y desarrollo de acciones orientadas a la fidelización de clientes, de Enero a Octubre de 2.007, fecha en la que el Dpto. de Posventa tomó a cargo esta responsabilidad.

1.4. OTROS LOGROS DEPARTAMENTALES

1.4.1. RR.HH.

- a) Desarrollo e implementación de un proceso eficiente de selección de personal.
- b) Brindar al nuevo colaborador una inducción eficiente.
- c) Brindar al personal de Localiza entrenamiento y capacitación relevante para la ejecución de sus funciones.
- d) Implementación de nuevo sistema de evaluaciones de desempeño bajo la metodología de evaluación por competencias para obtener un perfil ideal de cargo y analizarlo con el perfil real del colaborador.
- e) Creación de la encuesta para conocer la percepción de los colaboradores de Localiza sobre varios aspectos que influyen en el Clima de la Organización.
- f) Desarrollo e implementación de un programa completo de comunicación organizacional para mantener informado a todo el personal a nivel nacional, a través de la revista interna de Localiza.



- g) Afiliación al Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE), que es una organización privada, sin fines de lucro con el ideal del perfeccionamiento social a través de un humanismo auténtico y solidario.

1.4.2. SISTEMAS

- a) Se implementó la infraestructura necesaria para la integración tecnológica de todas las operaciones directas de localiza a nivel nacional.
- b) Se mejoró e implementó a nivel nacional los módulos de alquiler diario y mantenimiento del SIAT, logrando la optimización en la administración de la flota de vehículos.

1.4.3. ASCLI

En el mes de Noviembre se coloca en producción el Departamento de Asistencia a Clientes (ASCLI), siguiendo los lineamientos de la franquicia de Localiza en Brasil.

Los objetivos del ASCLI son:

- ✓ Establecer y mantener un canal de comunicaciones entre el cliente y la empresa.
 - ✓ Trabajar basados en un sistema de administración por procesos.
 - ✓ Mantener un esquema dinámico de mejoramiento enfocado en el cliente.
 - ✓ Fidelizar clientes.
- a) En los meses de Noviembre y Diciembre se empieza a gestionar las quejas, reclamos y sugerencias donde se obtienen poco a poco los parámetros para establecer un sistema formal para la recepción y análisis del feed back emitido por el cliente, mismo que ayuda a distinguir las posibles correcciones o mejoras que se pueden implementar dentro la organización.
- b) Se coordina las capacitaciones a nivel nacional para la ejecución del Sistema de Administración por Procesos y se realiza la primera de ellas,

así también se inicia con el levantamiento de los procesos con el apoyo de la Corporación.

- c) En Diciembre se traslada la ejecución de los reportes de Postventa del Departamento de Flota al Ascli así como la coordinación de las capacitaciones a los usuarios de los vehículos bajo este esquema.
- d) Se inicia el proceso de recopilación de información sobre la facturación de la empresa para comprobarla desde las diferentes fuentes y exponerla frente a la Corporación con el fin que sirva de guía para los análisis respectivos.

1.4.4. Marketing

- a) Desarrollo de base para levantamiento de información mensual oficial por segmento, por canal y por ciudad.
- b) Apoyo en la definición del presupuesto para el 2008, presentación de estudios de proyección para determinar posibles crecimientos de la industria.
- c) Durante el año 2007 se han realizado inversiones de publicidad en medios masivos, eventos, merchandising, publicidad exterior, padronizacion, arte de agencias, guías telefónicas.

1.5. CONCLUSIÓN

El año 2007 se caracterizó por ser un buen año tanto para las franquicias como para Mareauto. Nuestro nivel de crecimiento anual se mantiene sobre el 20% lo que nos hace ver que el negocio todavía tiene mercado a ser atendido. Los resultados generados han sido los mejores desde el inicio de las operaciones, y apuntamos a que los resultados del 2008 serán aún mejores. Existe siempre la duda de cómo se manejará la política económica y si bien el sector está creciendo en niveles muy interesantes, debemos tener claro que existe la

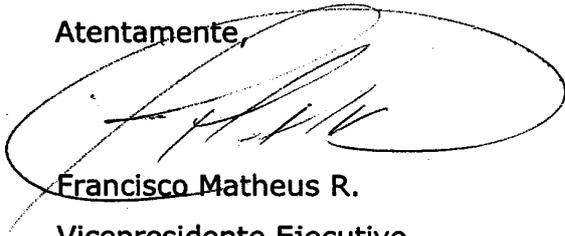


posibilidad de un desaceleramiento en el sector económico y por ende en nuestro negocio.

La rentabilidad de los negocios se ha visto disminuida por el poco descuento en compra de carros, la imposibilidad de subir tarifas de diario, la reducción de tarifas de flota exigida por los grandes clientes, la apertura de nuevas operaciones directas que no dan retorno inmediato, el incremento del gasto a causa de inflaciones altas, entre otras. Las mismas que han sido compensadas en alguna forma por el crecimiento acelerado del negocio. Finalmente, concluimos indicando que los esfuerzos realizados por la administración en establecer una cultura muy fuerte en la excelencia en servicio a nuestros clientes promueven un futuro muy alentador para nuestra empresa.

Expreso mi agradecimiento a los señores directores y a los accionistas de la compañía por el apoyo y confianza depositados en mi persona.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, enclosed within a large, hand-drawn oval. The signature is stylized and appears to read 'F. Matheus R.'.

Francisco Matheus R.

Vicepresidente Ejecutivo

MAREAUTO S.A.