

INFORME DEL GERENTE GENERAL

Cuenca, 17 de Febrero del 2010

Señores

DIRECTORES DE TEDASA

Ciudad

Señores Directores:

A continuación les informo las actividades desarrolladas por Tecnicentro del Austro S.A. del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2009 y pongo a consideración los Estados Financieros y de Resultados, cumpliendo así con la ley de compañías.

Seguimiento a actas:

1. Incremento en pago de comisiones: Para el 2009 el incremento fue de un 20% proporcional al crecimiento en ventas, se contempla bonos de cumplimiento dentro en este año.
2. Incremento de la cartera en el sector Público, al 30 de junio la cartera vencida en entidades públicas constituía US\$258.065 reduciendo al 31 de diciembre a US\$184.962, lo que representa para efecto el 28.33%.



29 FEB 2010

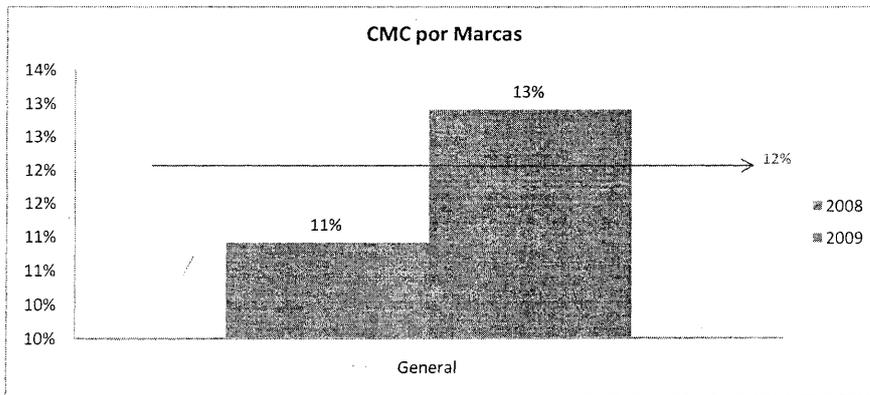
**ANALISIS COMERCIAL PERIODO DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE
AÑO 2009**

Esta línea de producto mantiene una tendencia negativa en ventas debido a la radialización y al costo de este producto que no le permite ser competitivo.

AUTO BIAS NACIONAL

	2008	2009	diferencia
unidades	600	469	-21.8%
ventas netas	\$ 22,338	\$ 19,343	-13.4%
descuento	20.1%	21.0%	0.9%
cmc	10.9%	12.9%	2.1%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	154	25.7%	118	25.2%
Entidades Públicas	0	0.0%	0	0.0%
Subdistribuidor	446	74.3%	351	74.8%
Total	600	100.0%	469	100.0%



La mayor parte de las ventas se realizan en la provincia de El Oro a cliente final y mayoristas.

AUTO RADIAL NACIONAL

Las marcas del Grupo Continental en el 2009, tuvieron un papel muy importante en el mercado, debido a los diferentes factores que se suscitaron durante el año.

Las marcas volvieron a tener un posicionamiento tanto en el mercado de cliente final como en el de sub distribución, permitiendo tener un crecimiento de 67% en unidades y 69% en dólares.

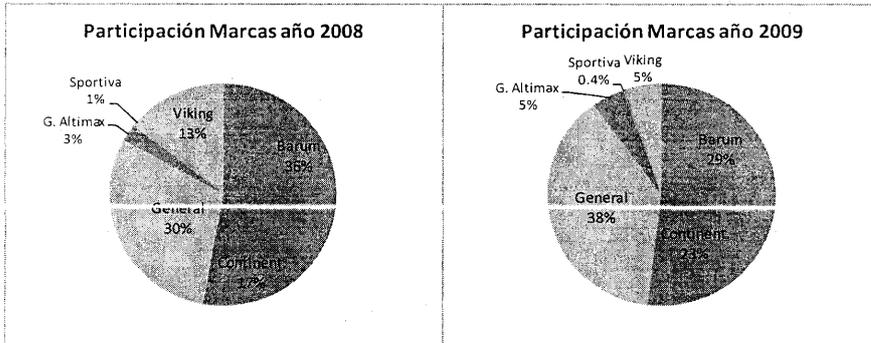
Las promociones realizadas durante el año, obtuvieron resultados muy buenos, demostrando que con buenos diseños, tecnología y con precios competitivos podemos recuperar el mercado.

La escasez de productos al finalizar el año (Huelga Erco), no permitió un crecimiento progresivo, percibiéndose más en el mercado de Consumidor Final.

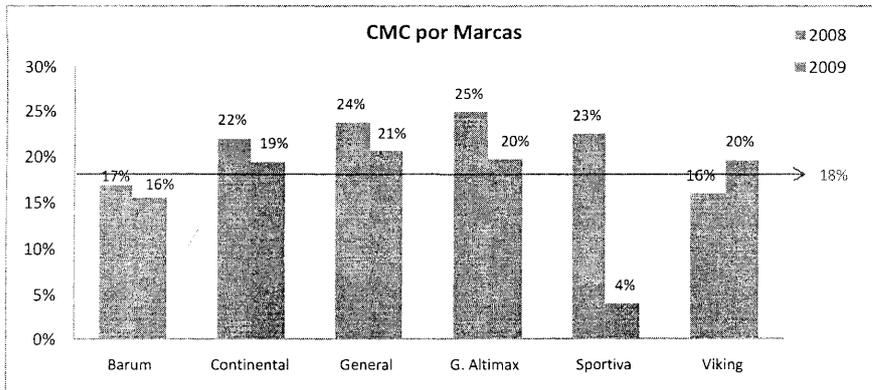
	2008	2009	diferencia
unidades	14,728	24,559	66.8%
ventas netas	\$ 630,505	\$ 1,066,328	69.1%
descuento	16.4%	20.1%	3.7%
cmc	20.7%	21.3%	0.6%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	10,217	69.4%	10,327	42.0%
Entidades Públicas	74	0.5%	67	0.3%
Subdistribuidor	4,437	30.1%	14,165	57.7%
Total	14,728	100.0%	24,559	100.0%

Debido a promociones realizadas, Continental y General Tire lograron mejorar su participación en el mix de ventas, mejorando así su posicionamiento.



El mayor crecimiento estuvo enfocado a la Sub Distribución con lo cual recuperamos el mercado en 10 mil unidades, gracias a las promociones constantes en precios de Erco.



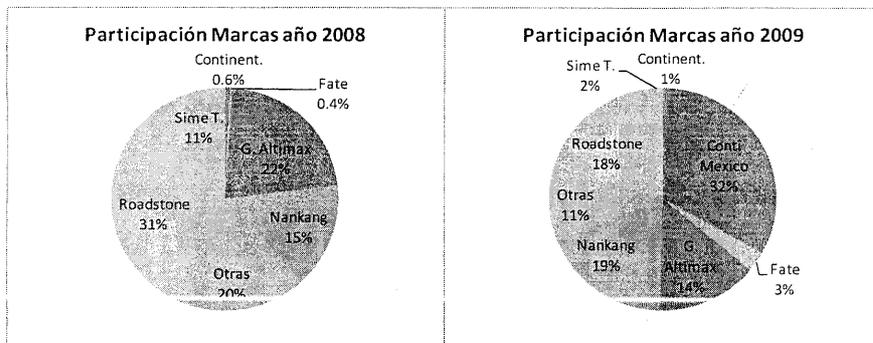
AUTO RADIAL IMPORTADO

Esta línea sufrió diversos problemas como cupos, salvaguardas etc. Durante los diez meses fueron inferiores al 2008 debido a la falta en inventario y cambios en precios. Igualmente fue afectado por los productos nacionales con un precio mucho más competitivo.

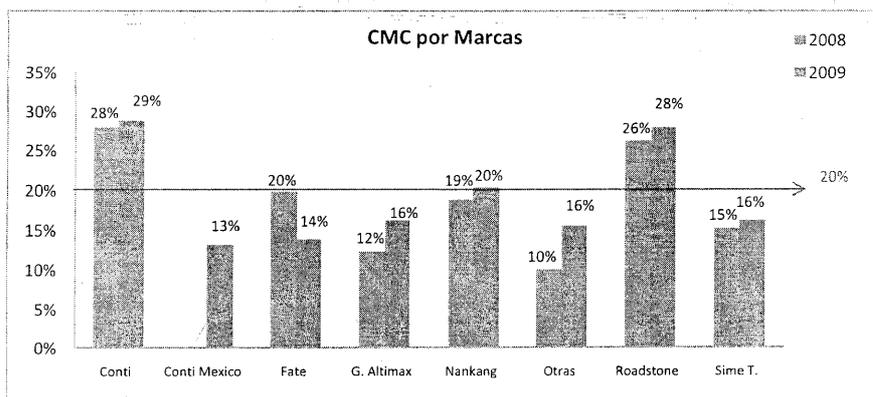
Los meses de Noviembre y Diciembre cambiaron el resultado del año, ya que la venta de productos como Altimax importadas reemplazaron las ventas de Altimax nacional.

	2008	2009	diferencia
unidades	5,997	6,397	6.7%
ventas netas	\$ 312,671	\$ 358,521	14.7%
descuento	14.7%	16.3%	1.6%
cmc	21.5%	19.6%	-1.9%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	4,484	74.8%	3,921	61.3%
Entidades Públicas	55	0.9%	45	0.7%
Subdistribuidor	1,458	24.3%	2,431	38.0%
Total	5,997	100.0%	6,397	100.0%



La falta de producto nacional, obligo a colocar en el mercado de Sub Distribución productos, con un mayor descuento, perjudicando así el CMC de Auto Radial Importado.



TOTAL AUTO

Como resultado del 2009 tenemos un crecimiento del 47% frente al 2008, el cual es muy importante, al mismo tiempo implica un reto para este 2010, por lo cual necesitaremos que se apliquen estrategias agresivas similares a las del 2009 para superar el volumen logrado de este año.

	2008	2009	diferencia
unidades	21,325	31,425	47.4%
ventas netas	\$ 965,515	\$ 1,444,192	49.6%
descuento	15.9%	19.2%	3.3%
cmc	20.7%	20.8%	0.0%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	14,855	69.7%	14,366	45.7%
Entidades Públicas	129	0.6%	112	0.4%
Subdistribuidor	6,341	29.7%	16,947	53.9%
Total	21,325	100.0%	31,425	100.0%

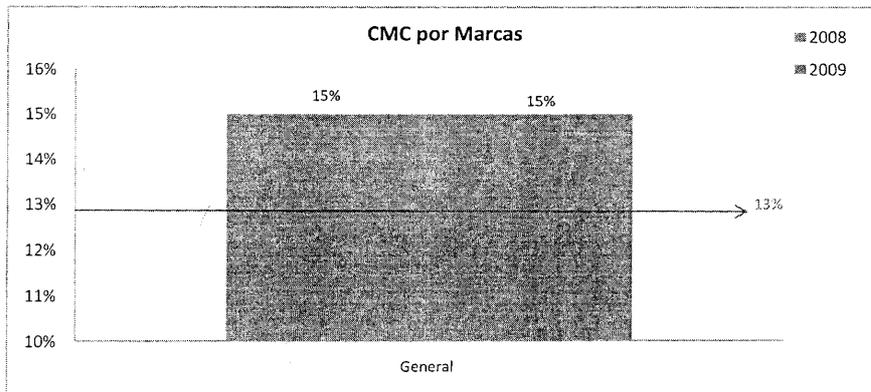
CAMIONETA BIAS NACIONAL

Este mercado durante el 2009, presento un crecimiento del 26%, frente al presupuesto.

La comercialización de estos productos se realiza principalmente a través de la sub distribución en zonas como El Oro, Loja y Azuay, logrando así, cubrir zonas en las cuales el uso de este producto todavía es usual, y que se encuentran a distancias alejadas de las zonas urbanas.

	2008	2009	diferencia
unidades	18,100	22,773	25.8%
ventas netas	\$ 1,560,536	\$ 2,073,761	32.9%
descuento	20.0%	20.7%	0.7%
cmc	14.8%	15.0%	0.2%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	5,975	33.0%	5,262	23.1%
Entidades Públicas	851	4.7%	587	2.6%
Subdistribuidor	11,274	62.3%	16,924	74.3%
Total	18,100	100.0%	22,773	100.0%



CAMIONETA RADIAL NACIONAL

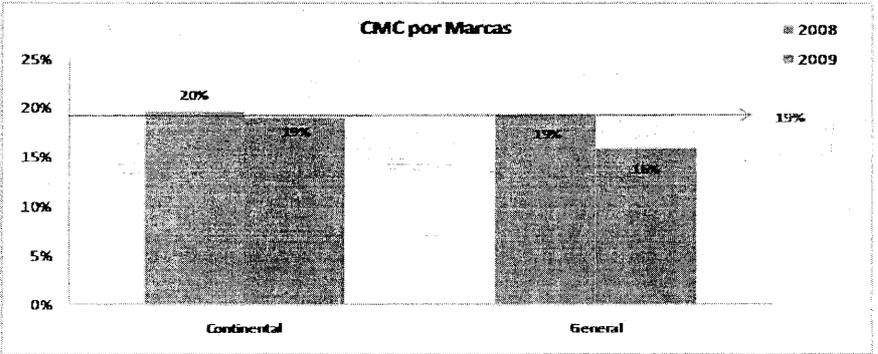
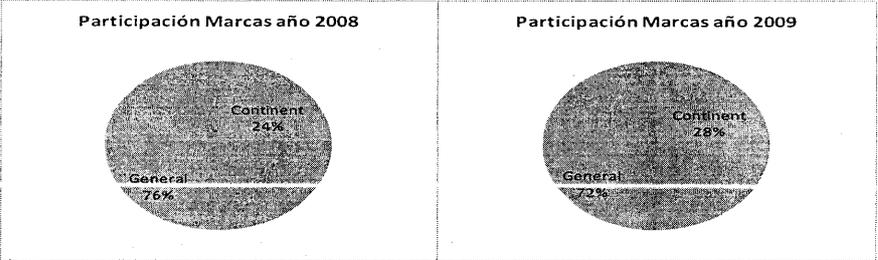
Las promociones efectuadas durante el 2009, nos permitieron recuperar una buena parte del mercado, logrando ser la primera opción en ventas tanto para el cliente final como para el de sub distribución, desplazando marcas como Maxxis, que están muy posicionadas en nuestra zona de influencia.

Las medidas más vendidas en la zona siguen siendo las siguientes:

215/75R14 Grabber AT, 205/75R15 Grabber AT2, 225/70R15 Vanco, las cuales duplicaron sus ventas con respecto al 2008. La línea Cross Contact ha tenido una excelente aceptación en el mercado, con un crecimiento en ventas del 102% con respecto al 2008, a pesar de la falta de producto.

	2008	2009	diferencia
unidades	16,883	26,873	59.2%
ventas netas	\$ 1,468,153	\$ 2,376,271	61.9%
descuento	17.3%	20.1%	2.8%
cmc	19.9%	19.4%	-0.5%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	8,948	53.0%	9,549	35.5%
Entidades Públicas	1,191	7.1%	1,637	6.1%
Subdistribuidor	6,744	39.9%	15,687	58.4%
Total	16,883	100.0%	26,873	100.0%



CAMIONETA RADIAL IMPORTADA

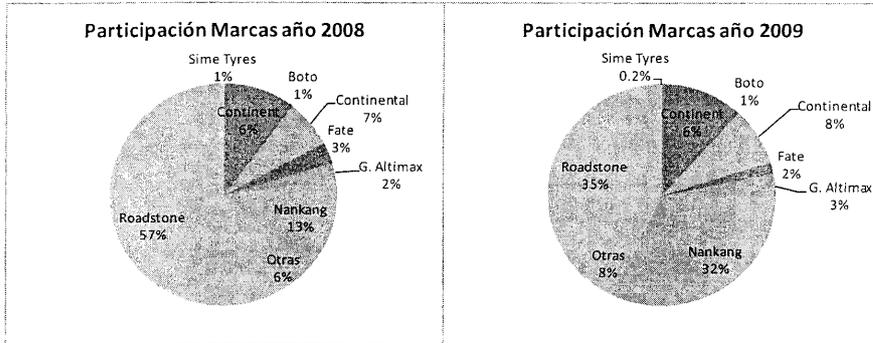
Las diferentes condiciones en el mercado no permitieron que esta línea tenga un crecimiento principalmente por el costo de los productos afectados por las salvaguardas, provocando que los clientes prefieran producto nacional, debido a su costo y nuevas opciones en diseño.

El stock fue un factor importante, ya que se dejaron de importar algunas medidas y se redujeron las cantidades de otras, lo cual nos perjudicó en ventas a clientes finales, medidas como 215/75R15, 31x10.5 y 700R16.

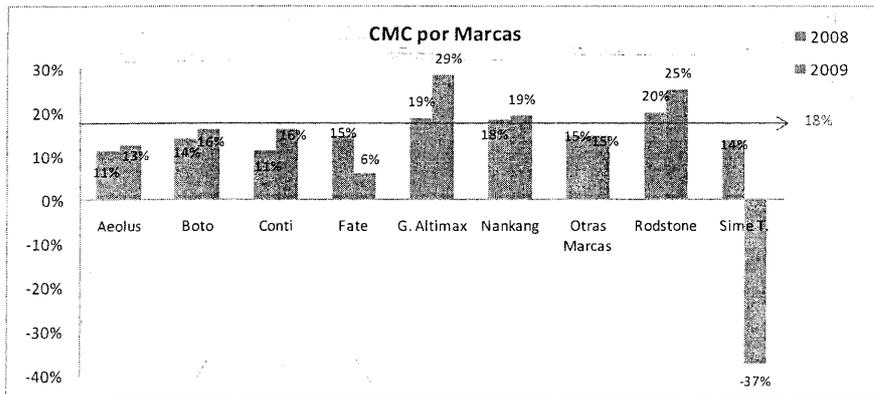
El crecimiento en participación de Nankang en el mix de ventas frente a Roadstone es muy notorio, debido al stock y costo de los productos.

	2008	2009	diferencia
unidades	4,857	4,826	-0.6%
ventas netas	\$ 525,165	\$ 595,929	13.5%
descuento	16.0%	16.6%	0.6%
cmc	16.5%	19.3%	2.8%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	3,443	70.9%	2,922	60.5%
Entidades Públicas	478	9.8%	311	6.4%
Subdistribuidor	936	19.3%	1,593	33.0%
Total	4,857	100.0%	4,826	100.0%



La pérdida de CMC de la marca Sime Tire en el 2009 es del 37% debido a producto en liquidación. (3 unidades)



TOTAL CAMIONETA

El reposicionamiento de las marcas del Grupo Continental es primordial, para poder cosechar todo lo sembrado durante el 2009, debiendo tener una campaña agresiva de precios y publicidad.

El portafolio del diseño Grabber HTS puede resultar beneficio como reemplazo actual al diseño Grabber SUV.

	2008	2009	diferencia
unidades	40,220	54,530	35.6%
ventas netas	\$ 3,589,825	\$ 5,051,995	40.7%
descuento	18.3%	19.9%	1.6%
cmc	17.1%	17.6%	0.5%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	18,576	46.2%	17,766	32.6%
Entidades Públicas	2,540	6.3%	2,539	4.7%
Subdistribuidor	19,104	47.5%	34,225	62.8%
Total	40,220	100.0%	54,530	100.0%

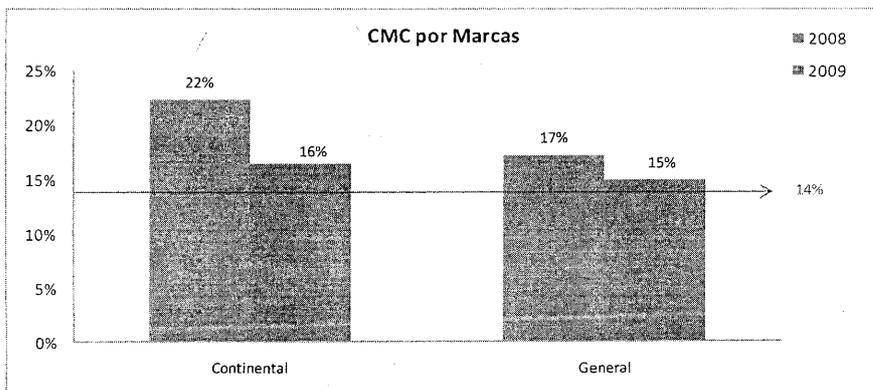
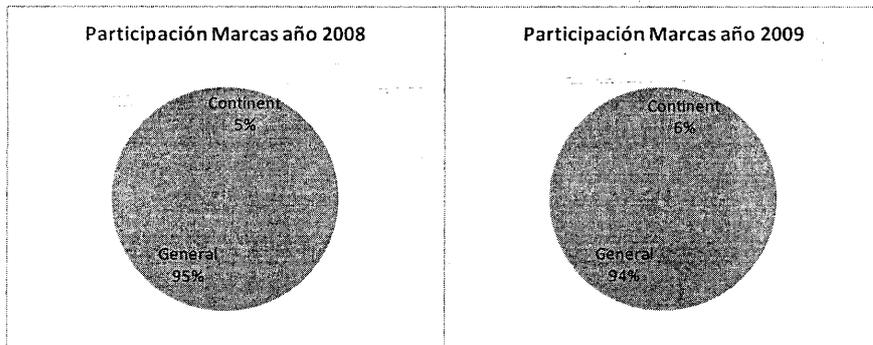
CAMION BIAS NACIONAL

En el 2009, las ventas en todos los meses fueron constantes, Pero en Junio presento un crecimiento debido a la promoción que se efectuó en la medida 1200-20, ya que el precio de la promoción nos mostro que existen clientes dispuestos a comprar el producto a un precio más económico. El decrecimiento en las compras de entidades públicas es fuerte. De igual forma la sub distribución, incremento sus compras debido a la escasez de los productos radiales.

Las medidas más vendidas durante el año fueron la 1200-20 DCL y la 1100-20 HCT.

	2008	2009	diferencia
unidades	9,615	10,200	6.1%
ventas netas	\$ 2,453,231	\$ 2,717,797	10.8%
descuento	18.7%	18.0%	-0.7%
cmc	17.9%	17.6%	-0.3%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	4,380	45.6%	4,691	46.0%
Entidades Públicas	3,051	31.7%	2,250	22.1%
Subdistribuidor	2,184	22.7%	3,259	32.0%
Total	9,615	100.0%	10,200	100.0%



CAMION RADIAL IMPORTADO

El mercado de camión radial en el 2009 tuvo una especulación constante, debido a la escasez de producto afectado por los cupos y salvaguardias, Fenacotip, etc. Las importaciones en este producto a nivel nacional se redujeron en un 35%.

Nuestras ventas en el 2009 tuvieron un incremento de 45% con respecto al 2008 concentrándonos principalmente en el mercado de flotas.

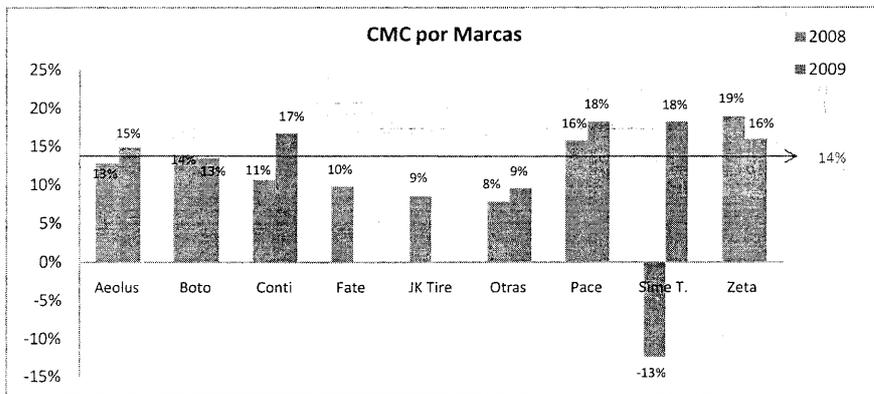
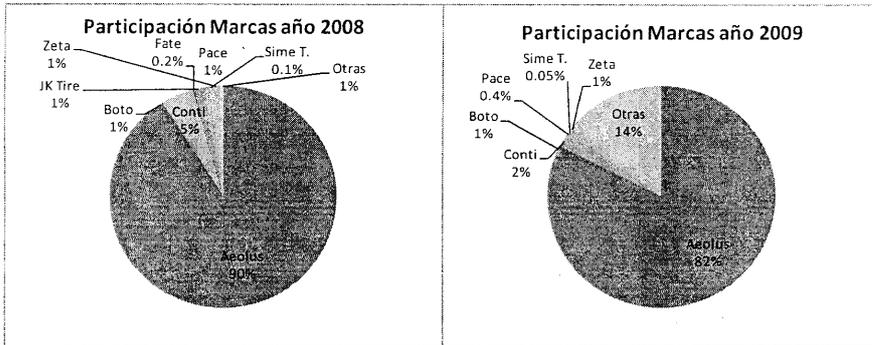
El posicionamiento de Aeolus ha hecho que los clientes busquen el producto principalmente en el mercado de carga y construcción.

Debido a la falta de producto durante el año, se comercializó llantas de otras marcas como el caso de DoubleStar.

En relación al 2008 hemos notado un cambio grande en las ventas, ya que la medida 12R22.5 se incremento considerablemente en unidades, mientras que la 1200R20 se mantuvo constante.

	2008	2009	diferencia
unidades	4,663	6,757	44.9%
ventas netas	\$ 1,565,902	\$ 2,569,748	64.1%
descuento	17.3%	16.5%	-0.8%
cmc	13.3%	14.5%	1.2%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	2,684	57.6%	3,606	53.4%
Entidades Públicas	826	17.7%	1,101	16.3%
Subdistribuidor	1,153	24.7%	2,050	30.3%
Total	4,663	100.0%	6,757	100.0%



TOTAL CAMION

El mercado mantiene una expectativa grande en los productos de Camión Radial Nacional, ya que los costos actuales de productos importados en otras marcas siguen demasiado altos y ven a nuestro producto como la principal opción para este año.

Nuestro objetivo es superar el crecimiento del 2009, especializándonos en Flotas de Transportes con personal capacitado, y la inversión en el Truck Center Machala.

La falta de producto limitó la venta a la Sub distribución. Tratamos de cubrir la demanda al cliente final, como alternativa proponemos mejorar la proyección del forecast de importaciones o el manejo de una marca para nuestra zona, con lo cual podemos establecer políticas, cantidades y precios.

	2008	2009	diferencia
unidades	14,320	16,990	18.6%
ventas netas	\$ 4,043,363	\$ 5,299,801	31.1%
descuento	18.9%	17.3%	-1.6%
cmc	16.0%	16.1%	0.1%

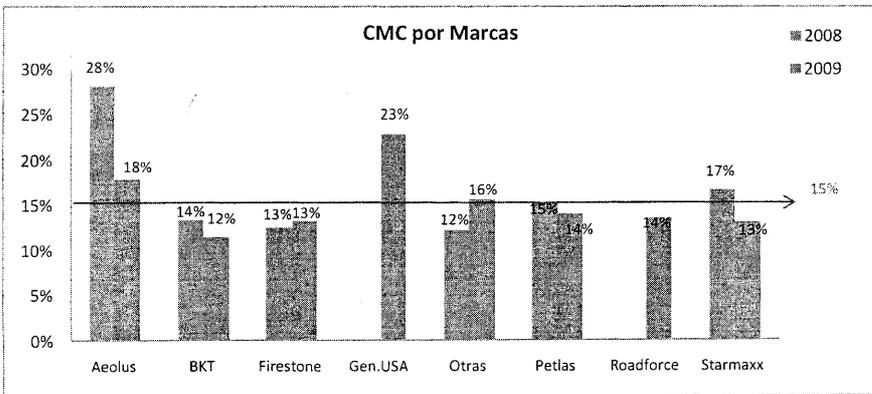
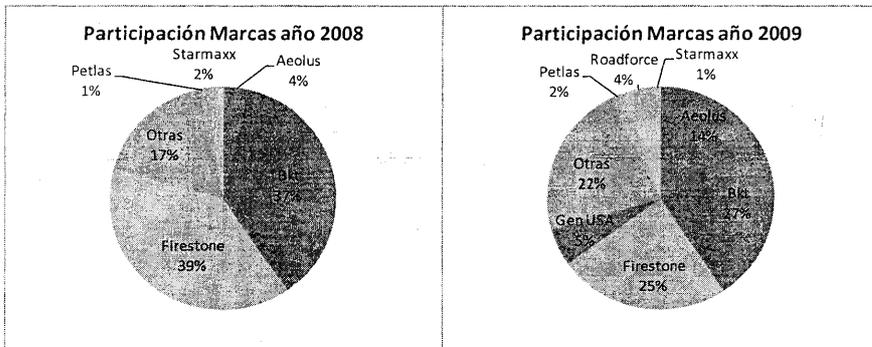
	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	7,084	49.5%	8,330	49.0%
Entidades Públicas	3,877	27.1%	3,351	19.7%
Subdistribuidor	3,359	23.5%	5,309	31.2%
Total	14,320	100.0%	16,990	100.0%

OTR

La línea OTR ha permitido posesionar y mantener clientes dentro del mercado, ya que al tener varias opciones, somos una solución a nuestros clientes. Existen escasez de medidas como 19.5L 24, 12.5/80R18, 12x16.5, 16x16.5 y 14x17.5 en la marca BKT.

	2008	2009	diferencia
unidades	502	733	46.0%
ventas netas	\$ 315,464	\$ 382,501	21.3%
descuento	14.1%	15.1%	1.0%
cmc	14.6%	13.8%	-0.7%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	265	52.8%	394	53.3%
Entidades Públicas	126	25.1%	212	28.9%
Subdistribuidor	111	22.1%	127	17.3%
Total	502	100.0%	733	100.0%



REENCAUCHE

El trabajo en esta línea sigue estando enfocado al consumidor final, permitiendo mantener una relación constante, con lo cual el índice de rencauche mantiene un 40% en relación a las ventas, siendo nuestra meta para este año, incrementar este índice con la venta de llantas de Camión Radial Nacional.

Nuestros principales competidores (Durallanta o Isollanta), tienen sus plantas en la ciudad de Cuenca, con lo cual logísticamente son mucho más rápidos, ya que su despacho de producto lo realizan en 3 días, logrando agrandar al cliente con esa opción.

En la sub distribución nuestro margen no nos permite ser rentables y con la demora en la entrega perdemos mucho volumen.

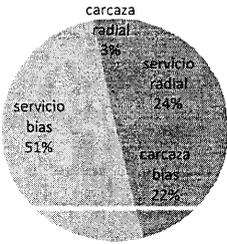
El mercado de Rencauche en camioneta sigue creciendo, y tiene una importante participación en las ventas, sin embargo todos nuestros esfuerzos están orientados a camión, debido a que su margen es mayor.

TOTAL	2008	2009	diferencia
unidades	9,498	10,690	12.6%
ventas netas	\$ 770,171	\$ 975,863	26.7%
descuento	10.5%	9.6%	-0.9%
cmc	12.8%	16.4%	3.7%

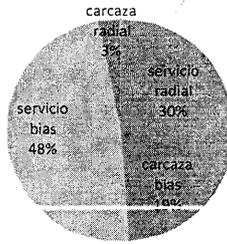
CAMION	2009	CAMIONETA	2009
carcaza bias	1,267	carcaza bias	753
carcaza radial	148	carcaza radial	189
servicio bias	2,321	servicio bias	2,803
servicio radial	2,935	servicio radial	274
Total unidades	6,671	Total unidades	4,019

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	6,819	71.8%	7,439	69.6%
Entidades Públicas	362	3.8%	164	1.5%
Subdistribuidor	2,317	24.4%	3,087	28.9%
Total	9,498	100.0%	10,690	100.0%

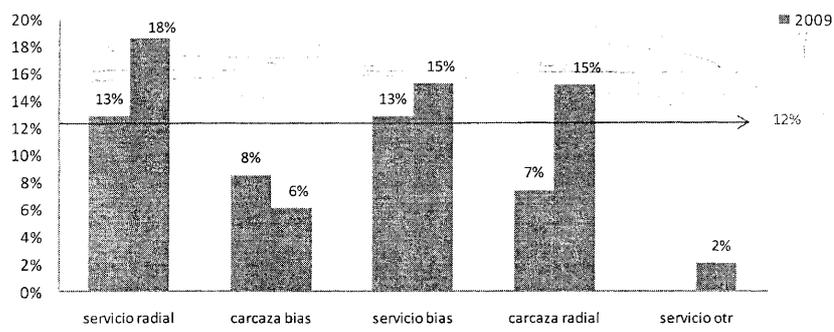
Participación Segmento año 2008



Participación Segmento año 2009



CMC por Segmento

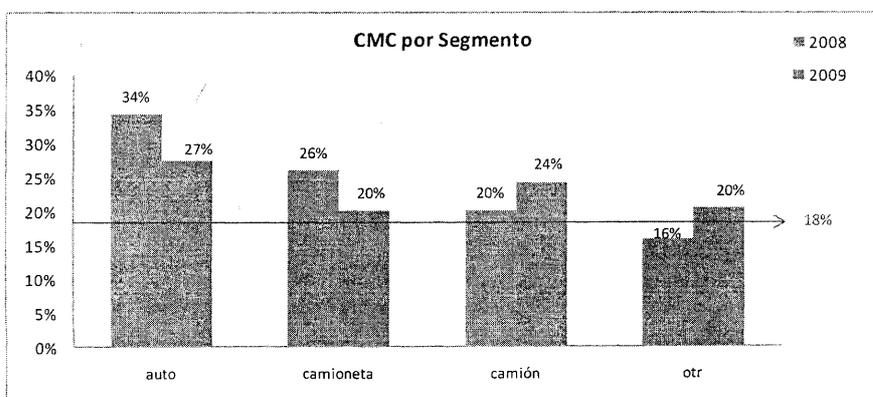
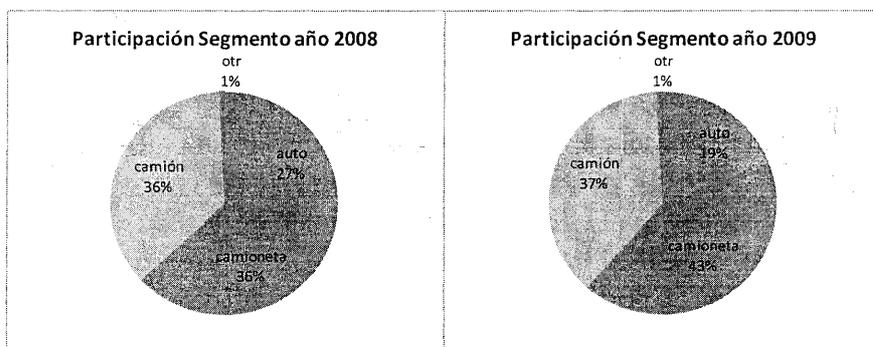


TUBOS IMPORTADOS

El mercado de tubos para el 2009 sufrió una pérdida de ventas del 27% en relación al 2008 principalmente por la falta de producto, por lo cual en diciembre que llegó la importación de tubos Turbo se colocó 10.000 tubos en la Sub distribución, debido a que existía una escasez en el mercado. La escasez de producto nacional Bias afectó considerablemente a esta línea provocando una disminución en ventas.

	2008	2009	diferencia
unidades	35,234	25,839	-26.7%
ventas netas	\$ 405,555	\$ 390,698	-3.7%
descuento	12.4%	14.2%	1.8%
cmc	23.4%	24.0%	0.6%

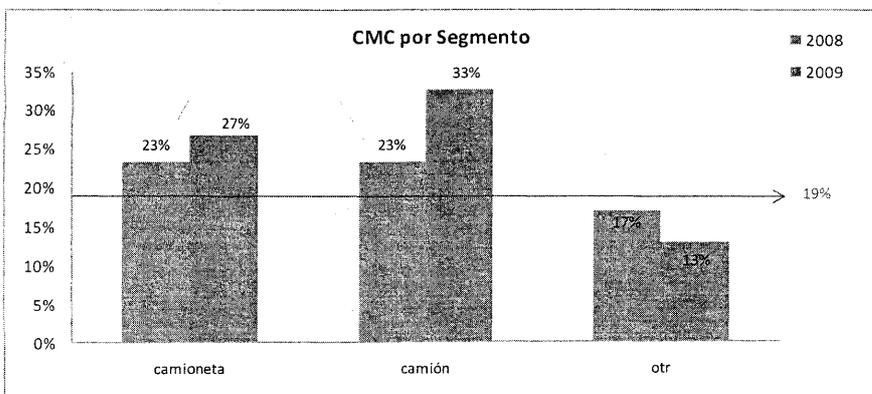
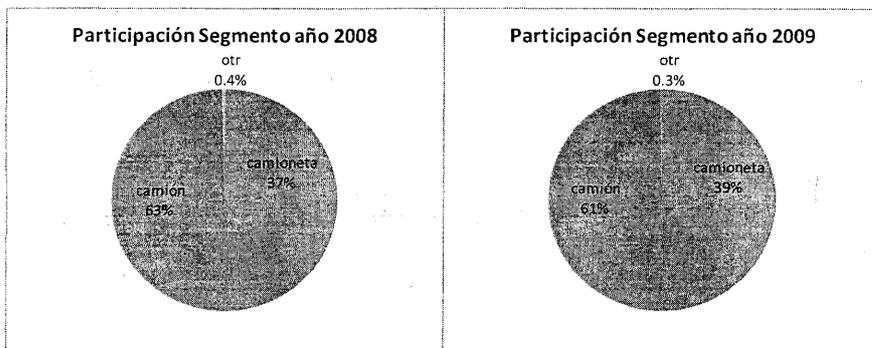
	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	12,845	36.5%	10,404	40.3%
Entidades Públicas	4,552	12.9%	3,697	14.3%
Subdistribuidor	17,837	50.6%	11,738	45.4%
Total	35,234	100.0%	25,839	100.0%



DEFENSAS IMPORTADAS

	2008	2009	diferencia
unidades	13,568	12,084	-10.9%
ventas netas	\$ 114,774	\$ 112,792	-1.7%
descuento	12.8%	17.1%	4.3%
cmc	23.6%	31.7%	8.1%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	7,072	52.1%	5,740	47.5%
Entidades Públicas	3,207	23.6%	2,824	23.4%
Subdistribuidor	3,289	24.2%	3,520	29.1%
Total	13,568	100.0%	12,084	100.0%



ACEITES Y LUBRICANTES

Luego de dos años de distribución de Valvoline hemos logrado mejorar el volumen de ventas principalmente en el sector de motores a gasolina, en el mercado de motores a diesel no hemos alcanzado introducir a través de las lubricadoras por problemas de precio.

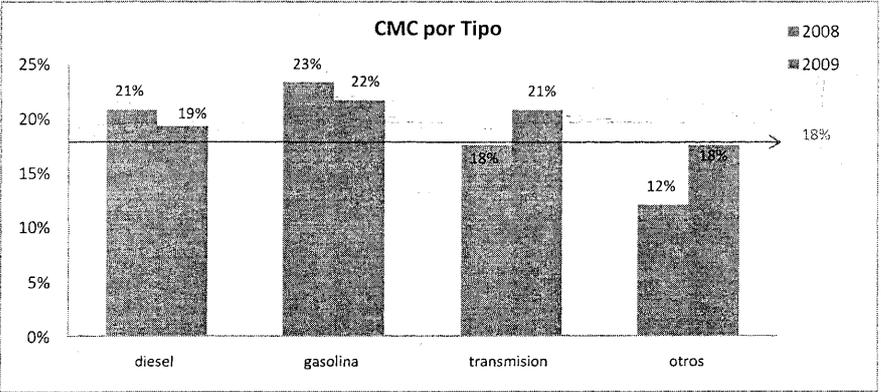
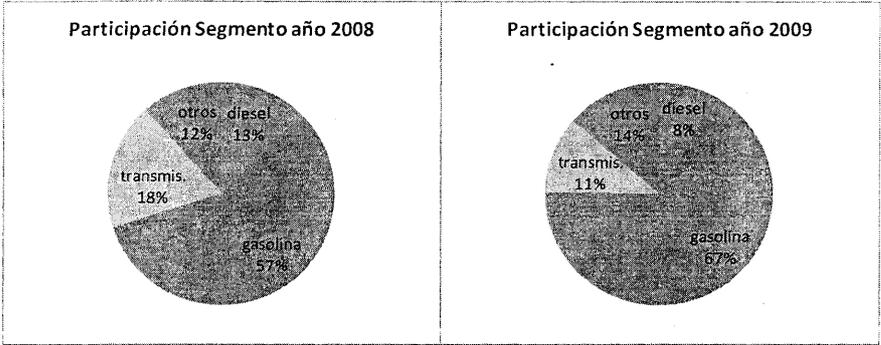
En el mercado de transmisiones tenemos muy buena aceptación, tuvimos constantes problemas de desabastecimiento debido a la falta de materia prima hacia el proveedor.

Se ha realizado convenios con empresas de transporte para comercializar directamente el producto dando buenos resultados, además de visitas a la planta de Valvoline y capacitación.

La marca está invirtiendo fuertemente en campañas de publicidad masiva como televisión, radio y prensa, logrando captar más clientes de motores a gasolina.

	2008	2009	diferencia
unidades	97,638	105,262	7.8%
ventas netas	\$ 1,112,738	\$ 1,211,364	8.9%
descuento	32.0%	30.6%	-1.4%
cmc	19.9%	19.9%	-0.1%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	29,291	30.0%	30,526	29.0%
Entidades Públicas	11,717	12.0%	11,579	11.0%
Subdistribuidor	56,630	58.0%	63,157	60.0%
Total	97,638	100.0%	105,262	100.0%



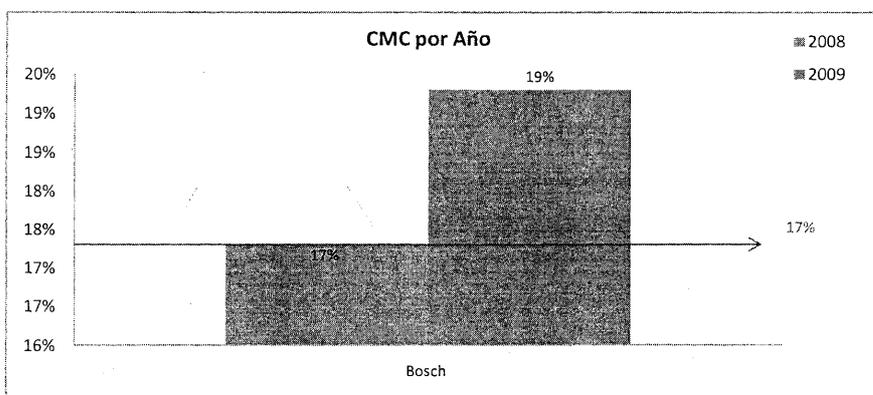
BATERIAS

En el 2009 se consolidó un mejor equipo de trabajo, se invirtió en logística mejorando nuestro servicio al cliente incrementando las ventas con respecto al 2008.

Además encontramos más actores en el mercado como Elektra y Mac, con una estrategia más agresiva de precios, la cual se contrarrestó con la promoción de 12 +1, mejorando el precio de Bosch logrando aumentar las ventas y mantener el mercado.

	2008	2009	diferencia
unidades	28,751	32,864	14.3%
ventas netas	\$ 2,414,142	\$ 2,207,213	-8.6%
descuento	26.0%	28.2%	2.2%
cmc	17.5%	19.5%	2.0%

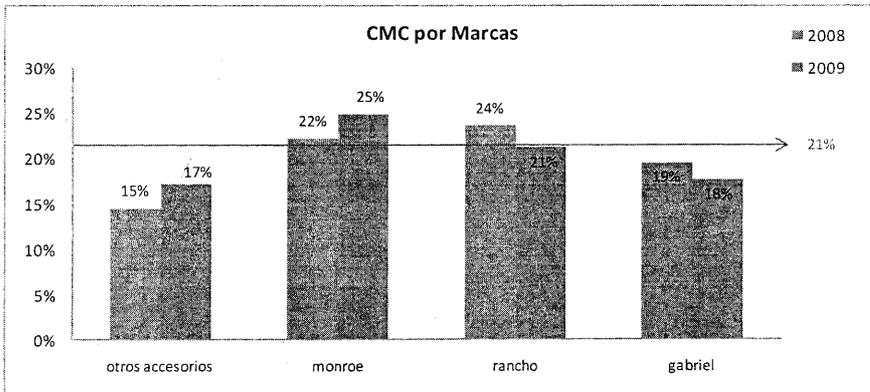
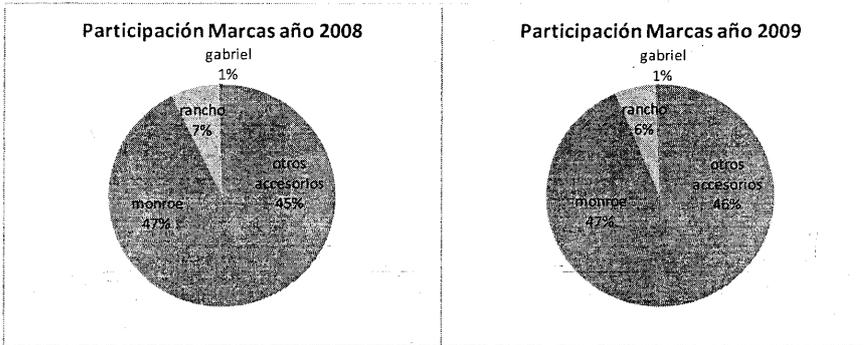
	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	5,703	19.8%	6,042	18.4%
Entidades Públicas	602	2.1%	414	1.3%
Subdistribuidor	22,446	78.1%	26,408	80.4%
Total	28,751	100.0%	32,864	100.0%



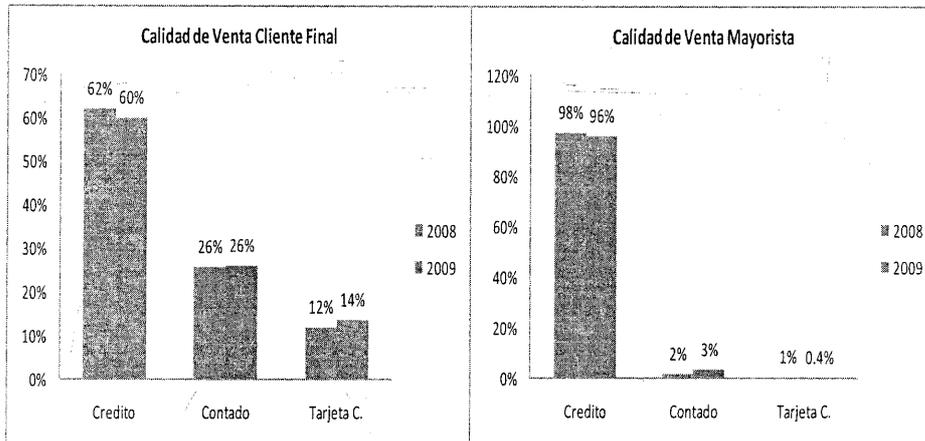
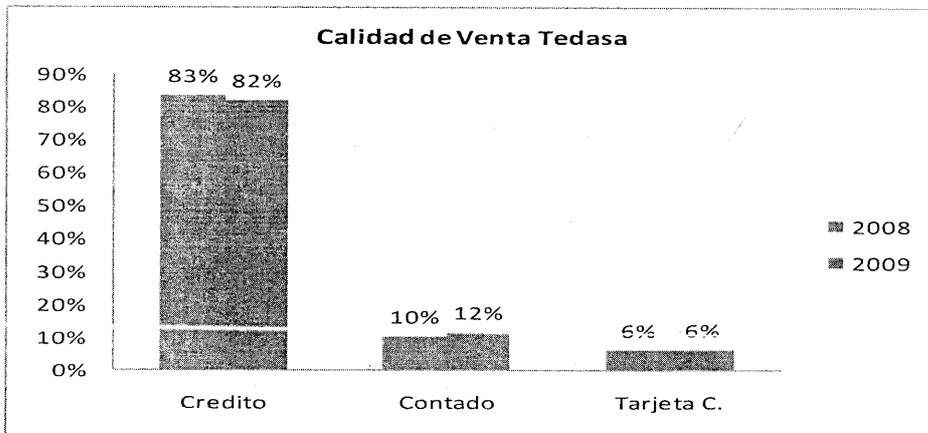
AMORTIGUADORES

	2008	2009	diferencia
unidades	4,560	2,851	-37.5%
ventas netas	\$ 126,516	\$ 84,699	-33.1%
descuento	13.3%	13.2%	-0.1%
cmc	21.8%	23.6%	1.9%

	2008		2009	
	unidades	participación	unidades	participación
Consumidor Final	3,035	66.6%	2,214	77.7%
Entidades Públicas	156	3.4%	32	1.1%
Subdistribuidor	1,369	30.0%	605	21.2%
Total	4,560	100.0%	2,851	100.0%



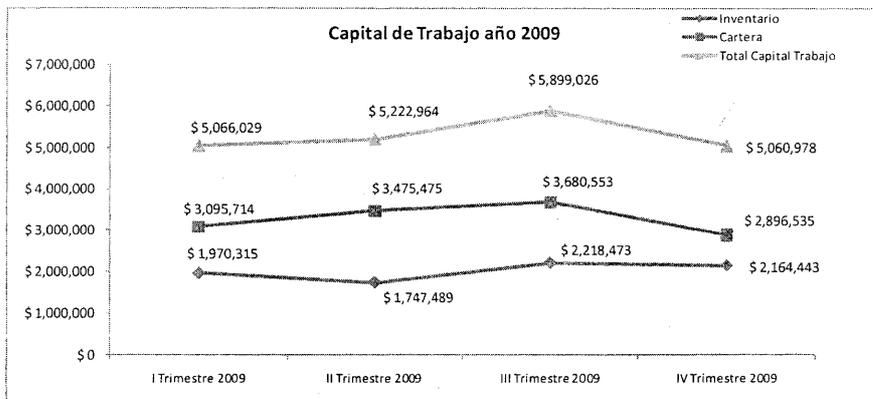
CALIDAD DE VENTA



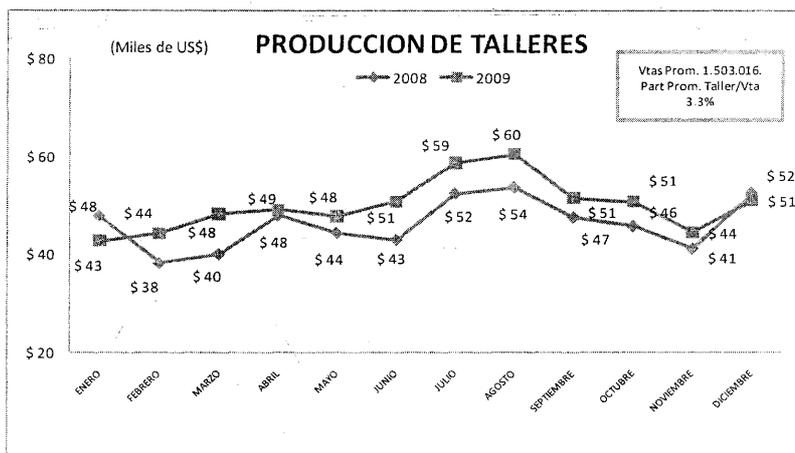
VENTAS:

AÑO	UNIDADES	% Incremento	MIL ES USD
2006	76.194	9.2%	11.758
2007	72.088	5.4%	12.904
2008	76.367	5.9%	14.694
2009	103.678	35.8%	18.036

CAPITAL DE TRABAJO:



PRODUCCION TALLER:



La producción promedio de nuestros Tecnicentros en el 2009 fue de US\$50.000.

Para efectos de medida de los ingresos de vehículos a los Tecnicentros, se puede observar en el número de vehículos alineados, lo que nos demuestra que hemos tenido un crecimiento en unidades en relación al 2008 del 10%.

	2008	2009
ALINEACION AUTO / CAMIONETA	20.834	22.693
ALINEACION CAMION	2.877	3.282
TOTAL	23.711	25.975

COMPORTAMIENTO DE RESULTADOS:

AÑO	MILES DE USD	% SOBRE VENTAS
2006	259	2.2%
2007	201	1.6%
2008	352	2.4%
2009	551	3.1%

De los resultados obtenidos se recomienda luego del 10% de Reserva Legal y 15% de Participación de empleados, utilizar para inversión el 50% y el saldo para libre disposición de reparto o futuras capitalizaciones.

PRESTAMOS:

AÑO	MILES USD	GASTOS FINANCIEROS	% SOBRE VENTAS
2006	26	33	0.3%
2007	350	62	0.5%
2008	218	48	0.3%
2009	92	36	0.2%

INTERESES PAGADOS:

El interés pagado real es de US\$ 36.100 en relación al presupuesto existe un incremento de US\$ 15.721, debido a la adquisición de activos fijos como camión y camionetas.

INVENTARIOS:

Al 31 de Diciembre tenemos US\$ 2.164.443 con una rotación promedio de 49 días de Inventario frente al presupuesto de 52 días, los últimos meses del año se tuvo escasez de producto nacional e importado afectando a las ventas. En el mes de Diciembre llego la importación de Llantas Radiales, Tubos y Defensas incrementando el inventario.

El inventario de llantas, tubos y defensas representa en 2009 el 81%, frente al 2008 de un 74%.

INVENTARIO OBSOLETO

El inventario obsoleto al 2009 representa el 3.5% del total de inventario en relación al año anterior del 4.9%, se logro reducir de producto obsoleto US\$30.523.

PROVEEDORES: Al 31 de diciembre de 2009 el saldo por pagar a Proveedores es de US\$ 262.238

RESERVAS PARA CUENTA INCOBRABLES

AÑO	CARTERA + 90 DIAS	PROVISION ANUAL	PROVISION VENTAS	ACUMULADA
2006	445 mil USD	107 mil USD	0.9%	289 mil USD
2007	624 mil USD	67 mil USD	0.5%	353 mil USD
2008	572 mil USD	85 mil USD	0.6%	349 mil USD
2009	620 mil USD	84 mil USD	0.4%	411 mil USD

CREDITO Y CARTERA

La venta mediante crédito directo se sigue manteniendo, tomando medidas con las garantías del caso como pagares más cheques posfechados.

En el 2009, el crecimiento de ventas fue considerable, llegando a colocar en el mercado en crédito directo en los meses de agosto un valor cercano a los 3,800.000 dólares, retirando de cartera 800.000 dólares para diciembre del 2009, uno de los segmentos que más cartera vencida ocasionó fue Mayoristas y el de Instituciones Públicas por la falta de asignación de presupuestos por parte del Gobierno y el cambio de autoridades como alcaldías y gobiernos provinciales que atrasaron los pagos notablemente, incluso aun existen algunos pagos pendientes del año anterior y que afectan a la cartera vencida.

Con la contratación de una abogada de planta ha mejorado la recuperación de los casos con morosidad alta, tenemos casos enviados a legal desde los 60 días de atrasos, esperando las sentencias respectivas para realizar los embargos, actuando de manera más ágil anteriormente esperábamos 180 días para iniciar el proceso, al tener abogados externos.

Para el 2010, se realizaron cambios en las políticas de ventas a crédito, y se hizo una clínica con cada uno de los vendedores a que comprendan la necesidad de vender de contado y con tarjeta de crédito y cuanto afecta a la empresa y a sus propios ingresos la morosidad de sus carteras.

Se ha retomado negociaciones con Commercial Card es un producto del Banco de Austro, como otra forma de pago para mayoristas y flotas de transportistas, y no se vean afectadas las ventas con ellos.

A continuación mostramos el comparativo anual de cartera de Tedasa:

TEDASA				
COMPARATIVO ANUAL DE CARTERA				
		Dic-08	Dic-09	Variacion
USD	CARTERA CORRIENTE	\$1,891,997	\$1,791,625	(100,372)
	VENCIDA			
	1-30 días	\$264,073	\$323,423	\$59,349
	31-60 días	\$67,917	\$106,049	\$38,132
	61-90 días	\$30,407	\$55,520	\$25,112
	91-120 días	\$21,659	\$17,791	-\$3,869
	121-180 días	\$21,242	\$45,839	\$24,597
	181-360 días	\$81,047	\$106,790	\$25,743
	Mayor a 360 días	\$448,453	\$449,497	\$1,044
	CARTERA VENCIDA	\$934,800	\$1,104,909	\$170,110
TOTAL	\$2,826,797	\$2,896,535	\$69,738	
% CART. TOTAL	CARTERA CORRIENTE	67%	62%	6%
	VENCIDA			
	1-30 días	28%	29%	1%
	31-60 días	7%	10%	2%
	61-90 días	3%	5%	2%
	91-120 días	2%	2%	-1%
	121-180 días	2%	4%	2%
	181-360 días	9%	10%	1%
	Mayor a 360 días	48%	41%	-7%
	TOTAL VENCIDA	33%	38%	5%
CARTERA TOTAL	100.0%	100.0%		

CARTERA POR SECTORES DE MERCADO

Tenemos la cartera comparativa anual dividida por segmento de mercado, los segmentos donde se redujo cartera vencida fue en consumidor final y empresas privadas, el incremento se dio en instituciones públicas y mayoristas en el caso de mayoristas la cartera vencida fuerte se encuentra en el periodo comprendido de 0 a 30 días de vencimiento y es completamente recuperable, se debe considerar que el 2009 fue un año de gran crecimiento en este sector.

COMPARATIVO ANUAL CARTERA POR SECTOR DE MERCADO

		dolares		porcentaje		Variación	
		Dic-08	Dic-09	Dic-08	Dic-09	dolares	%
CARTERA CORRIENTE	Consumidor Final	544,700	415,244	29%	23%	(129,455)	-6%
	Instituciones	215,282	213,191	11%	12%	(2,091)	1%
	Mayorista	790,497	958,508	42%	53%	168,011	12%
	Instituciones Privadas	341,519	204,683	18%	11%	(136,836)	-7%
	TOTAL	1,891,997	1,791,625	100%	100%	(100,372)	
CARTERA VENCIDA	Consumidor Final	499,514	466,637	53%	42%	(32,876)	-11%
	Instituciones	115,959	184,962	12%	17%	69,003	4%
	Mayorista	220,302	373,332	24%	34%	153,030	10%
	Instituciones Privadas	99,025	79,978	11%	7%	(19,048)	-3%
	TOTAL	934,800	1,104,909	100%	100%	170,110	
CARTERA TOTAL	Consumidor Final	1,044,213	881,881	37%	30%	(162,332)	-6%
	Instituciones	331,241	398,153	12%	14%	66,912	2%
	Mayorista	1,010,799	1,331,840	36%	46%	321,041	10%
	Instituciones Privadas	440,544	284,660	16%	10%	(155,884)	-6%
	TOTAL	2,826,797	2,896,535	100%	100%	69,738	0%
CARTERA CORRIENTE		1,891,997	1,791,625	67%	62%		
CARTERA VENCIDA		934,800	1,104,909	33%	38%		
CARTERA TOTAL		2,826,797	2,896,535	100%	100%		

CARTERA POR INSTANCIA DEL PROCESO

La cartera comparada por su instancia o estado anualmente, es:

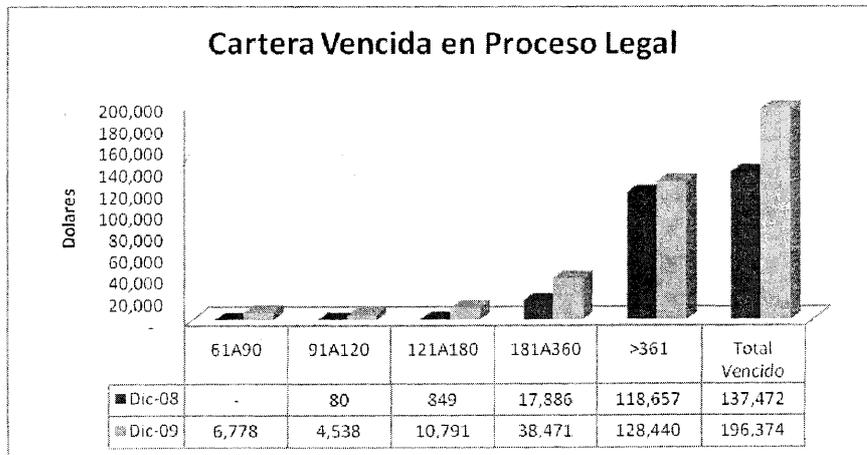
		dolares		porcentaje		Variación	
		Dic-08	Dic-09	Dic-08	Dic-09	dolares	%
CARTERA CORRIENTE	Perjuicios	40	-	0%	0%	(40)	0%
	Problema Interno	-	-	0%	0%	-	0%
	Proceso Legal	467	500	0%	0%	33	0%
	Normal	1,891,490	1,791,125	100%	100%	(100,365)	0%
	TOTAL	1,891,997	1,791,625	100%	100%	(100,372)	
CARTERA VENCIDA	Perjuicios	153,154	125,465	16%	11%	(27,689)	-8%
	Problema Interno	78,499	62,894	8%	6%	(15,605)	-3%
	Proceso Legal	137,472	196,374	15%	18%	58,902	3%
	Normal	565,674	720,176	61%	65%	154,502	5%
	TOTAL	934,800	1,104,909	100%	100%	170,110	
CARTERA TOTAL	Perjuicios	153,194	125,465	5%	4%	(27,729)	-1%
	Problema Interno	78,499	62,894	3%	2%	(15,605)	-1%
	Proceso Legal	137,940	196,874	5%	7%	58,934	2%
	Normal	2,457,164	2,511,302	87%	87%	54,138	0%
	TOTAL	2,826,797	2,896,535	100%	100%	69,738	0%

Cartera normal: Cartera que no se encuentra en legal o corresponde a perjuicios y se sigue gestionando mediante esfuerzos de cobro extrajudiciales, cuando sean agotados pasaran a legal.

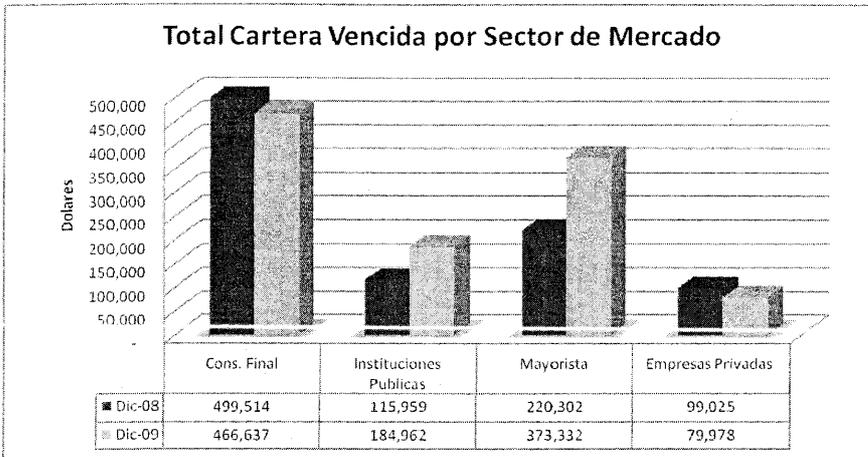
La cartera clasificada como perjuicios y problemas se reduce en el 2009, debido a la depuración realizada y abonos correspondientes.

La cartera en estado normal se continuará depurando constantemente y pasara a legal cuando se hayan agotado todas las instancias de recuperación extrajudiciales.

Existe una gran incremento en legal, consecuencia de que muchos procesos ya están iniciados legalmente desde los 60 días de vencido, si se ha agotado todos los esfuerzos por parte de recuperación extrajudicial, antes esperábamos hasta 180 días para iniciarlos.

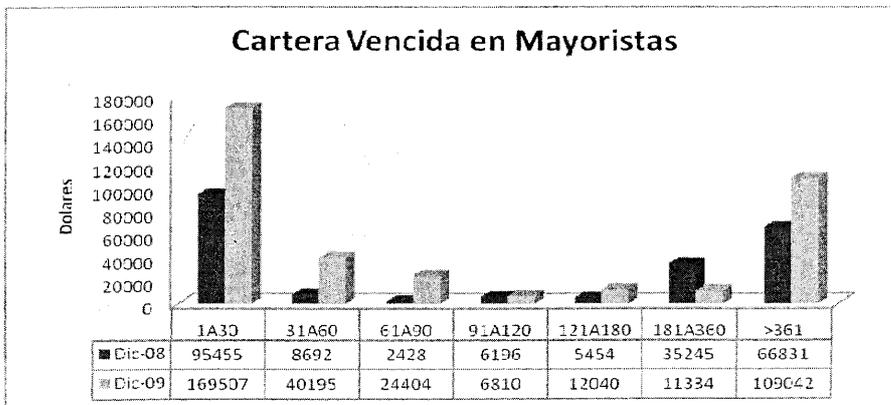


En la cartera vencida clasificada por segmentos de mercados se identifica la reducción existente en consumidor final y empresas privadas, en los segmentos como instituciones públicas y mayoristas existe un incremento.



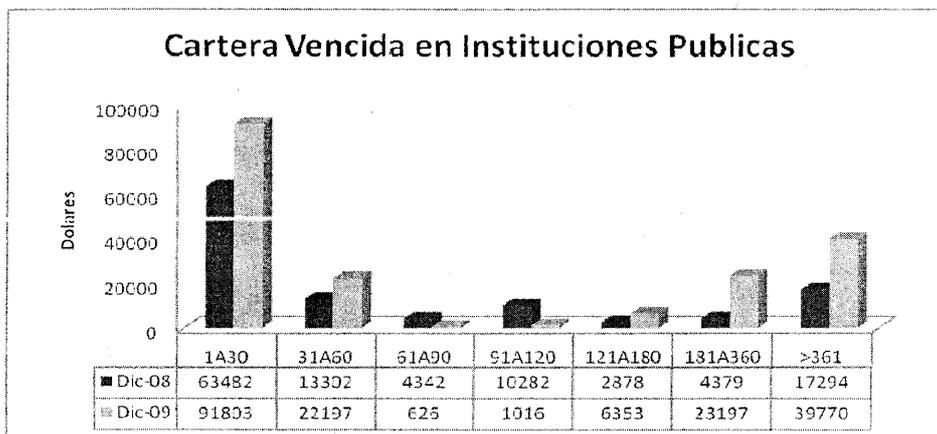
CARTERA MAYORISTAS

El mayor incremento se encuentra de 1 a 60 días, es lo que más impacta en el resultado general, son \$ 209.702 dólares, se está trabajando para que los mayoristas no se tomen días al realizar o girar sus cheques, existen casos de mayoristas de la ciudad de Loja y Machala, de años anteriores que se están siguiendo procesos legales.



CARTERA INSTITUCIONES PÚBLICAS

El mayor porcentaje de cartera vencida en este segmento se encuentra en el periodo de 1 a 60 días, en las cuentas que corresponden al Municipio de Catamayo, Célica, Zapotillo, Deleg, considerados municipios pequeños y las asignaciones no llegan.



ANALISIS DE CARTERA MAYOR A 360 DIAS

Comparando los vencimientos de la cartera mayor a 360 días del 2008 y 2009 tenemos una diferencia de \$1.044,00 que comparado porcentualmente esta disminuye en un 0.40%

CARTERA MAYOR A 360		
FECHAS	VALOR	%
CIERRE AL 31 DE DICIEMBRE 2008	448,453.00	15.90%
CIERRE AL 31 DE DICIEMBRE 2009	449,497.00	15.50%
DIFERENCIA	1,044.00	-0.40%

En este valor se encuentran incluidos los montos de los perjuicios de ex – empleados, en el caso del Sr Byron Salinas se remato su terreno en la vía Loja-Zamora en \$12.040,00 pero su avalúo supera los \$50.000.

Los casos de los Sres. Samaniego y Vásquez se suspendieron por acta transaccional en juicio que iniciaron en contra de la empresa.

La Srta. Jenny Sanmartín se encuentra realizando abonos. La causa se mantiene

Los casos de Esteban Zurita y René Rojas se detuvieron por reforma en la legislación judicial de marzo del 2009 que se cambió a causa de derecho privado, en febrero se reformó de nuevo y se reanudarán los trámites para la fiscalía.

Tedasa inició juicio con embargo de inmueble contra el Sr Jorge Román por responsabilidad en la cartera vencida de la sucursal de Pasaje (cerrada) el mismo que se ganó y se tiene la orden de embargo.

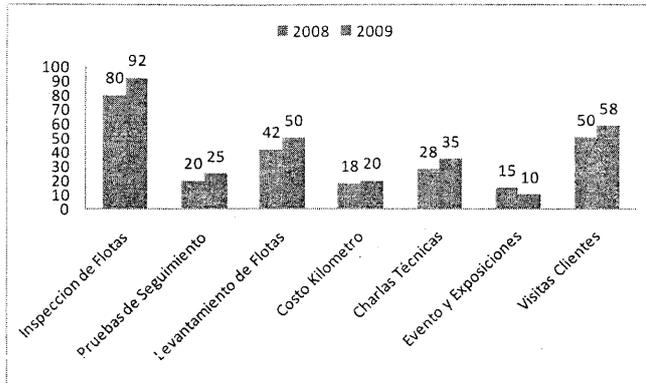
DETALLE DE EX-EMPLEADOS CON PERJUICIOS Y ESTADO EN TRAMITE

NOMBRES	MONTO	ACCION LEGAL	ZONA	ESTADO
Byron Salinas	35,820.00	ORDEN DE PRISION	Zamora	Terreno rematado a nombre de TEDASA en la vía Loja - Zamora
Rene Rojas	11,770.00	DEMANDA	Loja	Juicio civil y penal
Esteban Zurita	36,632.00	DEMANDA	Machala	Juicio civil y penal
Jenny Sanmartin	12,736.42	DEMANDA	Machala	Realiza abonos mensuales
Jorge Roman	17,000.00	DEMANDA	Pasaje	Embargo de inmueble

En la cartera mayor a 360 constan los municipios de Catamayo y Celica por \$22.036 que por falta de presupuesto no se efectuó el cobro, este año se efectivizará.

Se tiene la orden de embargo de propiedad del Sr Juan Pío Aguirre (deuda de \$9.827), esperando fecha de remate.

VALORES AGREGADOS BRINDADOS POR TEDASA A 94 EMPRESAS
PÚBLICAS, PRIVADAS Y TRANSPORTISTAS



Se adjuntan los Estados Financieros.

Atentamente,

Jaime Ríos Villacís.
GERENTE GENERAL