

**INFORME DEL PRESIDENTE EJECUTIVO
DE LA COMPAÑÍA LLANTAS Y LOCALES SHYRIS C.A. LLANTA LOCA
A LA JUNTA GENERAL SOBRE LA OPERACIÓN DURANTE EL EJERCICIO
ECONOMICO 2013**

Señores socios reciban con un cordial saludo. Me corresponde informarles que todas las acciones y actividades ejecutadas por esta administración han estado y están encaminadas al logro integral del "objeto social" de LLANTAS Y LOCALES SHYRIS C.A. LLANTA LOCA. Definido en el estatuto vigente y en los reglamentos. Doy fe de su cumplimiento, lo cual es altamente satisfactorio.

ENTORNO ECONOMICO DEL PAIS

En 2013 la política fiscal mantuvo su trayectoria expansiva, aunque a tasas menores que las verificadas en años anteriores. Entre enero y julio de 2013, el gasto total del gobierno central anotó un incremento del 14,2% respecto de igual periodo del año anterior. El gasto corriente aumentó un 16,5% en términos nominales, impulsado por alzas en el gasto de compras de bienes y servicios (26,3%), el pago de intereses (44,9%) y el pago de sueldos (8,5%). El gasto de capital aumentó un 11,2% en ese mismo periodo, si bien el aumento de la inversión fija fue mayor (21,4%).

Por su parte, los ingresos disminuyeron un 1,9%, debido a la caída de los ingresos petroleros, que fue del 34,7%, ya que los ingresos no petroleros crecieron un 16,1%. Entre estos últimos, los ingresos tributarios se expandieron un 13,6% y los no tributarios, un 37,8%. Como consecuencia, en el periodo analizado el resultado del gobierno central exhibió un déficit, en contraste con el superavit registrado en igual periodo de 2012.

Debido a lo anterior, la deuda pública total del sector público no financiero mantuvo su tendencia al alza y en septiembre de 2013 llegó al 23,6% del PIB (en comparación con el 22,2% del PIB en diciembre de 2012). Dentro de ese total, la deuda interna fue equivalente al 9,7% del PIB (frente al 9,3% a fines de 2012) y la deuda externa, al 13,9% del PIB (frente al 12,9% a fines de 2012).

En el primer semestre de 2013 la actividad económica aumentó un 3,5%, impulsada por los sectores de la construcción (7,1%) y del transporte y comunicaciones (9,9%), a la vez que anotaron caídas la industria manufacturera (-1,4%) y el sector de generación eléctrica, agua y gas (-2,8%). Por su parte, en el mismo periodo la demanda interna aumentó un 4,1%, en respuesta al incremento del consumo, tanto público (5,0%) como privado (4,3%), y de la formación bruta de capital fijo (5,3%).

En términos reales, las exportaciones aumentaron un 0,7% y las importaciones, un 3,2%; en consecuencia, la contribución de las exportaciones netas al crecimiento fue negativa.

Un informe de la CEPAL estima que el 3,8 % previsto para Ecuador es un crecimiento "significativamente inferior al 5,1 % de 2012 y del 7,8 % del año anterior" y lo atribuye "al menor dinamismo de su economía y la tendencia a la desaceleración que se mantiene desde el año pasado". Para el 2014 se estima un crecimiento del 4,5% de acuerdo a declaraciones del Gobierno.



FINANCIERO

La inflación en el Ecuador cerró en 2013 en 2.70%, es decir menor a la del 2012 que fue de 4.16%.

Tasa de Interés Activa	8.17%
Tasa de Interés Pasiva	4.53%

La tasa para el crédito de consumo máxima se mantuvo en: 16.30%.

CONSTRUCCION

El sector de la construcción ha sido otro factor sensible en la desaceleración del PIB. Su actividad económica bajó de 11.4% en el tercer trimestre del 2012 a 6.5% en el segundo trimestre de este año.

Jaime Rumbea, director ejecutivo de la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Viviendas del Ecuador (Apive), explica que el presupuesto destinado en el primer trimestre de este año para la construcción civil y de infraestructura pública estuvo muy por debajo de lo planificado por el Gobierno, lo que ha influenciado en la desaceleración de este sector.

Por otro lado, la inversión privada "se ha frenado a causa de la lentitud en la tramitología para adquirir los préstamos". Según Rumbea, la construcción también está vinculada a muchas industrias y sectores, cuyo volumen de producción ha disminuido.

Cita: http://expreso.ec/expreso-plantillas/nota_print.aspx?idArt=5327173&tipo=222

MANUFACTURERA/INDUSTRIAL

Según la Cámara de Industrias de Guayaquil, el sector manufacturero ha ido creciendo a un menor ritmo que los trimestres anteriores. Pasó de 5.2% en el tercer trimestre del 2012 a 2.9% en el segundo trimestre de este año.

La explicación estaría en que el volumen de producción industrial de algunas ramas ha caído. Los segmentos con índices negativos hasta agosto son: industria de alimentos y bebidas, productos de tabaco, fabricación de prendas de vestir, actividades de edición e impresión, productos de caucho, fabricación de maquinaria, vehículos automotores y muebles.

Cita: http://expreso.ec/expreso-plantillas/nota_print.aspx?idArt=5327173&tipo=222

SECTOR AUTOMOTRIZ

Nuestra empresa está ligada íntimamente con este sector, a continuación datos sobresalientes de la actividad 2013:

Con la vigencia de la Resolución No. 66 del Comité de Comercio Exterior (Comex) del 15 de junio del 2011, que estableció restricciones a las importaciones de automotores, desde el 2012 el mercado ecuatoriano presentó un decrecimiento respecto de las cifras de ventas de los años 2010 y 2011.

Durante el 2013, en Ecuador se comercializaron 113.940 vehículos de todos los segmentos (excepto motos), lo cual representa una reducción de 7.506 unidades (6,18%) respecto de las 121.446 del 2012, y de 25.953 (18,5%) en relación con las 139.893 del 2011, año en el que se implementó la medida.

Según Diego Luna, presidente de la Aecde, ese 18,5% de reducción en las ventas se traduce, en términos monetarios, en USD 260 millones que dejaron de importarse. Con ello, asegura que el sector automotor evidencia una importante contribución para lograr el objetivo del Gobierno Nacional de reducir el volumen de las importaciones, con el fin de equilibrar la balanza comercial.

La información presentada por la Aecde también indica que Pichincha y Guayas, las dos provincias más pobladas del país, concentraron el 68% de las ventas nacionales, con el 41% y el 27%, respectivamente. En cuanto a la participación de mercado por marcas, Chevrolet obtuvo el 44,1%, seguido de Kia con el 10,8%, de Hyundai con el 8,5%, de Nissan con el 5,8%, de Toyota con el 5,6%, de Mazda con el 5,6%, de Ford con el 3,6%, de Hino con el 3,3%, de Renault con el 2,2% y de Volkswagen con el 1,6%. Otro dato interesante es el hecho de que la mitad de todos vehículos vendidos se produjo localmente.

Cita: Este contenido ha sido publicado originalmente por Diario EL COMERCIO en la siguiente dirección: http://www.elcomercio.com/deportes/Carburando-autos-automoviles-Aecde_0_1081091885.html.

Dentro de este contexto nuestro mayor proveedor de productos, Continental Tire Andina (antes ERCO) y Ereo Parts Trading S.A., mantiene su participación de mercado al 38,85% en el segmento P.T. y con el 28% en el segmento CVT. Es importante mencionar que en el 2013 CTA, disminuye sus ventas en la marca General Tire (5,7%) pero en la marca Barum (subdistribución) incrementa sus ventas en un 32,52% y en Continental en un 20,13%.

Las importaciones en número de llantas disminuyen en un 11,8% es decir de 1'607.509 (2012) a 1'417.923 (2013). A continuación un cuadro detallado de los mayores importadores del 2013:

Brand	2011 YTD	2012 YTD	2013 YTD	Δ %	SOM 2013
Maxxis Group	290 142	358 565	310 082	13.5%	21.87%
Goodyear	126 671	75 944	103 906	36.8%	7.33%
GT Radial, Runway	116 378	88 335	89 524	1.3%	6.31%
Sumitomo	127 059	106 426	58 633	-44.9%	4.14%
Bridgestone Group	67 665	138 870	74 664	-46.2%	5.27%
Hankook	97 357	110 340	66 104	-40.1%	4.66%
Kumho	74 326	68 969	123 090	78.5%	8.68%
Continental Group	71 484	100 469	24 280	-75.8%	1.71%
Michelin Group	44 084	57 745	53 457	-7.4%	3.77%
Toyo	38 575	37 572	43 234	15.1%	3.05%
Ling Long	38 314	940	22 680	2312.8%	1.60%
Lima Caucho	29 870	22 254	22 118	-0.6%	1.56%
Yokohama	28 406	23 036	19 415	-15.7%	1.37%
Nankang	11 175	33 695	19 900	-40.9%	1.40%
Sonar	43 614	2 700	18 349	579.6%	1.29%
Others	298 024	381 649	368 487	-3.4%	25.99%
Total	1 523 144	1 607 509	1 417 923	-11.8%	

Fuente: Continental Tire Andina.

LA EMPRESA

ASPECTOS COMERCIALES

En el período 2013 la empresa sigue empoderando el esquema y estructura de gestión comercial, adicionando una subdivisión para licitaciones públicas debido a la importancia de las oportunidades de años anteriores en la realización de negocios con entidades gubernamentales con dos asesores experimentados en esta área. Se mantiene además el esquema en Tecnicentros apoyados totalmente al área de mercadeo, dedicada al desarrollo de planes de acción destinados a cumplir los presupuestos y actividades planteadas a inicios del año en el Plan de Marketing, pero eliminando de forma importante las inversiones en publicidad masiva apoyados en las iniciativas de Continental Tire Andina.

Este plan mantuvo la filosofía de años anteriores: Crear una relación más cercana a los clientes a través de inteligencia de información. En junio del 2013 se contrata un estudio de CRM mediante la empresa Bizzmind para realizar segmentaciones de nuestros clientes actuales y conocer más de ellos. Este estudio nos permitirá definir estrategias puntuales de fidelización para nuestros clientes de acuerdo a su grupo.

La atención a toda clase de clientes: finales, corporativos y sub-distribución con diferentes estrategias comerciales fue trascendental en la gestión del 2013. El segmento de clientes finales se midió permanentemente con los programas de

111

recordación/fidelización vía sms, calificación de clientes por local a través de encuestas, buzón de sugerencias, evaluaciones mensuales con relación a las sugerencias propias de clientes, comités de ventas. Se crea la iniciativa **0% de reclamos** mediante un comité técnico que busca la excelencia en el servicio en nuestros talleres por medio de procesos de estandarización de control de calidad. Se implementaron interesantes esquemas de incentivos dirigidos a mejorar las ventas y el trabajo en equipo. Se hicieron campañas comerciales puntuales durante el 2013, pero se destacan tres en particular:

1. Desde el 1 de julio al 31 de agosto se lanzó la campaña promocional: "PROMOVERANO" que entregaba al consumidor una promoción en servicios en nuestro combo frenos (alineación, balanceo y ABC de frenos) por un valor de \$36.66 + I.V.A y además una promoción con 12 meses sin intereses en llantas seleccionadas. El objetivo era cerrar el círculo entre servicios y productos relacionados con la época de vacaciones. Las ventas en dólares de nuestros servicios se incrementan en un 4.73% con relación al 2012 (\$123.453 vs \$117.864), lamentablemente en las ventas consolidadas de productos y servicios no alcanzamos un incremento debido a la falta de producto por el problema de importaciones (\$548.548 vs \$604.545). Con este tipo de campañas Llantas y Locales deja en claro que no es una empresa únicamente de venta de llantas, sino una empresa dedicada al mantenimiento vehicular.
2. Desde finales del mes de Noviembre y todo el mes de Diciembre se lanza la campaña "3X4" en llantas, la misma que tuvo un incremento del 17.60% (\$412.000 vs \$350.352) en dólares con relación al año 2012.
3. Es importante mencionar también, que Llantas y Locales se apoyó en todas las promociones y campañas lanzadas por Continental para su red Tireotires durante el 2013.

Existió un decremento en las unidades de llantas en un 13.44% con relación al año 2012 (36.377 vs 42.028 unidades) esto se debió a que no se pudo realizar la venta especial a la Dirección Nacional de Tránsito por parte del Departamento corporativo como únicos ganadores de la licitación, sino que se tuvo que realizar convenios con un proveedor miembro de la red de distribuidores asociados de CTA, obteniendo como resultado un decremento de más del 50% en solo este negocio. En contra parte a esto, con la inversión en la división de Compras Pública (incop) se realizaron negocios adicionales que disminuyeron el impacto final en ventas. Se puede recalcar que la actividad comercial mantiene márgenes muy reducidos; el producto de mayor participación (85%) llantas actualmente tiene una gran demanda y competencia con difíciles posibilidades de diferenciación y grandes guerras de precios con márgenes brutos de 12%. Los comités mensuales de ventas que analizan toda esta información fueron claves en los resultados, ya que permitieron hacer ajustes y correcciones inmediatas y en el camino dentro de las posibilidades otorgadas por el mercado.

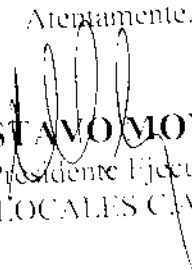
Todos estos sucesos dieron un resultado final que logró superar los objetivos planteados para el año 2013.

ASPECTOS FINANCIEROS

A fin de dar cumplimiento a las exigencias de la Superintendencia de Compañías, me permito informar lo siguiente:

1. Se cumplió el 114% del presupuesto de ventas asignado al periodo fiscal 2013.
2. Se ha cumplido con las resoluciones de la Junta General de Socios de la empresa.
3. No han existido hechos extraordinarios en las áreas administrativa, legal y laboral.
4. La utilidad contable resultante calculada de acuerdo con las normas legales y tributarias (antes de participación de trabajadores) para el ejercicio fiscal 2013 es de US \$33.256,35 (Treinta y tres mil doscientos cincuenta y seis 35.100 dólares de US). Durante el periodo 2013 la empresa tuvo ventas netas por USD \$1.093.752,53 (Un millón noventa y tres mil setecientos cincuenta y dos 53.100 Dólares de US).
5. Las perspectivas de la empresa hacia el año 2014 están enfocadas en el servicio de mantenimiento vehicular, que se espera logre una mejora de rentabilidad interesante basada el nuevo mix de productos y servicios. La expectativa es mantener la utilidad final a un rango aceptable a pesar de una disminución de ventas de productos como se indica en el presupuesto para el año 2014. Será indispensable trabajar en esquemas de satisfacción al cliente, servicio técnico profesional y reposicionamiento de la Marca.
6. No hubo gestiones respecto del patrimonio que se deban mencionar.

Ateptamente,


ALEX GUSTAVO MOYA GARZON
Presidente Ejecutivo
LLANTAS Y LOCALES C.A. LLANTALOCA