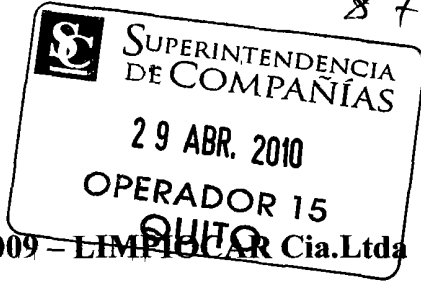


87183



INFORME GERENCIAL 2009 - LIMPIOCAR Cia.Ltda

EL año 2009 para LimpioCar Cia.Ltda ha sido bueno en términos generales ya que hubo un incremento en las ventas en un 25% , esto gracias a las ventas del nuevo local. Pero si comparamos las ventas con el 2007 apenas tuvimos un incremento del 15% y eso porque en ese año no teníamos los dos locales.

El clima fue un factor importante ya que tuvimos un verano extendido, y esto nos ayudó en la recuperación de las bajas ventas que tuvimos en el año pasado

Por otra parte, no todo ha sido bueno. El incremento de impuestos con los pagos que hubo que realizarlos dos veces en el año, más la imposibilidad de contratar gente por horas, ha hecho que nuestra productividad hora / hombre vs. Autos lavados disminuya. Nuestra estrategia para compensar el bajo flujo de autos ha sido enfocarnos en la venta a grandes clientes y flotas, así como promover servicios con un mayor ticket promedio como el detailing y servicios de pulido.

Estas ventas han cubierto los costos, pero al mismo tiempo nos hemos visto en la necesidad de realizar un esquema muy agresivo de recorte de gastos adicionales a los impuestos el año 2008, entre los que se incluye:

- Mejor planificación de horarios para reducir horas extras.
- Reducción de personal hasta lograr una mejor productividad.
- *Corte en las compras a proveedores, y elaboración propia de todos los productos de limpieza que usamos.* Esto nos ayudó con el costo pero a mermado un poco en la calidad del producto terminado con respecto a los productos importados y locales que usábamos.

Cómo mencioné anteriormente, la baja porcentual en el tráfico de autos ha sido nuestro principal problema. Ha esto tenemos que añadir el creciente y sostenido número de competidores que han entrado a la industria. Según cálculos que hicimos en un levantamiento de competencia en un radio de 5 km, ésta se ha triplicado en los últimos 3 años.

Otro factor que nos afectó fue el incremento en el costo de importar. Todos nuestros equipos son importados y requieren en su gran mayoría de repuestos originales que no se encuentran en el país. Este factor ha incidido que no podamos aumentar nuestra capacidad operativa en áreas en las que estamos limitadas para este propósito como los servicios de detailing y complementarios.

MATRIZ: Av. de los Granados E14-697
y Av. Eloy Alfaro
Telfs.: 3340-655 / 3340-654
Sucursal: Av. América 4557 y Mañosca
Telf: 601 0289 / 601 0257

87183



carwash
limpiocar cia.ltda.

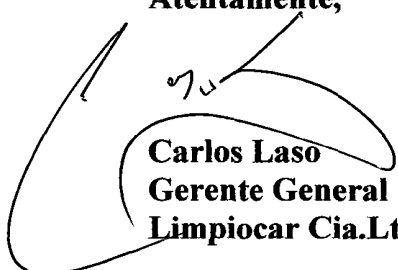
La empresa tiene tres objetivos propuestos para el primer semestre del 2010:

1. Realizar la compra del terreno de la Av. Granados mediante la solicitud de un préstamo a un ente bancario. Esto nos ayudará a fortalecer el patrimonio de la empresa y nos permitirá planificar al largo plazo.
2. Realizar un cambio de imagen total con el fin de consolidar todo bajo un mismo paraguas e imagen corporativos. Fortalecer y renovar la marca es un objetivo primordial para los primeros 6 meses.
3. Aumentar servicios complementarios como alineación, balanceo, y venta de llantas. Para este propósito requeriremos de alianzas estratégicas con nuevos socios y proveedores.

Dentro de este panorama, esperamos poder incrementar nuestras ventas en por lo menos un 15% para el 2010. Así mismo creemos conveniente realizar provisiones reales para todos los gastos fijos importantes como son : SRI, deudas, fondos de reserva, etc.

Crecer, generar empleo y riqueza son nuestros objetivos. Pero debido al alto costo y a la poca flexibilidad que existe para contratar y a la inseguridad jurídica de nuestro país; Limpiocar se enfocará en mejorar la productividad mediante la mayor automatización de sus procesos en lugar de contratar más gente.

Atentamente,



Carlos Laso
Gerente General
Limpiocar Cia.Ltda

MATRIZ: Av. de los Granados E14-697
y Av. Eloy Alfaro
Telfs.: 3340-655 / 3340-654
Sucursal: Av. América 4557 y Mañosca
Telf: 601 0289 / 601 0257