

## INFORME ANUAL

En el periodo terminado el 31 de diciembre del 2010 significo el inicio del manejo de la marca de motos United Motors International (UMI), marca Norte Americana que comercializa motos de fabricación China en 12 paises de la region.

La representación de la referida marca dio inicio en el mes de Junio del 2010 con la suscripción del respectivo contrato de Distribución que acredita a United Motors del Ecuador S.A. como unico y exclusivo representante de marca para el territorio Ecuatoriano.

Con lo anterior, se procedio a la colocacion de ordenes de motos a partir del mismo mes de junio 2010, habiendose recibido el primer embarque a finales del mes de agosto del 2010.

Cabe indicar que a efectos de dar cumplimiento al objeto de negocio de la empresa, la importación de motos se la realiza desde pais de origen China en la forma de kits CKD para su posterior ensamblaje en territorio Ecuatoriano.

A efectos de realizar el ensamblaje, United Motors del Ecuador contacto y acordo el manejo del ensamblaje de los CKDs importados a la empresa Metaltronic S.A., con la cual se firmo un contrato determinando el alcance del encargo, asi como los valores que por ensamblaje y control de calidad se efectuarian sobre los kits importados.

Sobre el punto anterior, cabe indicar que se analizaron en su momento a varios oferentes del servicio de ensamblaje, optando finalmente por escoger a la empresa Metaltronic S.A. debido a su amplia experiencia relacionada con los ensambladores de vehiculos en el Ecuador, tales como Ómnibus BB y Maresa S.A., quienes respectivamente ensamblan vehiculos de las marcas Chevrolet y Mazda principalmente.

Si bien, y como se menciona anteriormente, el primer embarque de kits CKD procedentes de la China, arribaron al Ecuador en el mes de agosto del 2010, no fue si no hasta el mes de octubre del 2010 que se inicio el ensamblaje de las motos. Este retraso se genero debido a haber sido la primera ocasión en que tanto United Motors del Ecuador como Metaltronic realizaban la importación de CKDs, los cuales al estar amparados por un regimen especial de importación requieren de una operativa distinta en su nacionalización a la utilizada en la importación de vehiculos armados de origen (CBU)

Al cierre del periodo objeto de este informe, habiamos ya contado con dos meses de experiencia tanto en el ensamblaje como en la experiencia del producto. En este sentido, puedo informar con toda seguridad que el ensamblaje de las motos por parte de Metaltronic inclusive supera las expectativas iniciales establecidas ya que el proceso utilizado es muy tecnico y el sistema de control de calidad garantiza la entrega del producto sin defectos de ensamble.

Con relacion al producto en si, puedo tambien informar que el diseño de las motos, asi como la calidad en los componentes de las mismas son de primera. En este sentido y por lo señalado, se avisora resultados positivos en la comercializacion de las motos.

Como se informo en su momento a los Sres. Accionistas, la empresa opto por manejar la marca a nivel de Distribuidor/Mayorista de marca y manejar la comercializacion a canales especializados y con amplia cobertura nacional. En este sentido y al cierre de este informe, la empresa ha asegurado un primer canal de distribución en la empresa Icesa S.A.

Esta empresa cuenta con presencia nacional a traves de 65 puntos de venta en todo el pais. Si bien la empresa cuenta con su mayor experiencia en la venta de electrodomesticos y electronica de consumo, han acogido con gran entusiasmo el manejo comercial de la marca de motos UM,



por lo que seguramente se generaran muy buenos resultados de ventas a traves de este primer canal establecido para la comercializacion de motos UM.

Para el 2011, en terminos comerciales la empresa afianzara su relacion comercial con Icesa S.A., al tiempo de ir abriendo nuevos canales de distribución en diferentes partes del pais.

Bajo los lineamientos establecidos en el contrato de distribución se requiere que el representante de marca, provea del servicio post-venta a los clientes de marca. Para dar cumplimiento a este requerimiento, UM del Ecuador apertura un taller de servicio y local de venta de repuestos propio en la ciudad de Quito. Adionalmente, se inicio la certificación a talleres autonomos por toda la ciudad para ampliar la cobertura de servicios para la marca en la ciudad de Quito.

Asi mismo, y a nivel de las principales ciudades y capitales provinciales se inicio la certificación de talleres de manera que clientes ubicados por fuera de Quito puedan acceder con comodidad al respaldo de servicio para sus motos.

La empresa esta al momento en la busqueda de un local comercial para establecer un taller de servicio y punto de venta de repuestos en la ciudad de Guayaquil. Consideramos que para finales del primer trimestre del 2011 contaremos ya con presencia propia en tan importante mercado.

## Entorno

En consideración a que unicamente tuvimos dos meses de operación en el periodo objeto de este informe, el entendimiento cabal del mercado de motos en el Ecuador es todavía algo que la empresa esta en proceso de conocer a profundidad.

Sin embargo de lo anterior, y basados en cifras de matriculacion del SRI, hemos determinado que para el 2010 el mercado de venta de motos manejo un cifra de aproximadamente 100 mil unidades.

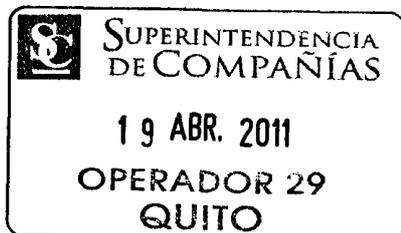
Mas interesante aun, es el hecho de que este mercado muestra tendencia creciente una vez que la cifra de ventas para el 2009, según la misma fuente, fue de 75 mil unidades.

Si bien el mercado es muy competido en esta linea de negocios por la presencia de marcas reconocidas mundialmente como Suzuki, Honda y Yamaha; y de un sin numero de marcas de procedencia China que ya operan en el Ecuador desde hace algunos años, la administración, habiendo podido conocer sobre el producto a ser comercializado y al haber palpado el nivel de aceptación del producto en el mercado en los dos primeros meses de operación, confia en que la marca podra en un corto plazo, posicionarse entre las primeras marcas de motos en el pais.

## Resultados

Al 31 de diciembre del 2010, la empresa registro ventas por USD 2.7 millones. Cabe aclarar sin embargo, que de esa cifra, USD 2 millones corresponden a ventas de la marca Ford realizadas en el mes de enero del 2010. Esas ventas tienen relacion con la terminacion del manejo de la marca Ford al haber trasladado esa actividad a una nueva sociedad denominada Autosharecorp tal y como se informo en el informe del periodo 2009.

Tomando en consideración lo anterior, y que unicamente se registraron ventas de la nueva distribución en los ultimos tres meses del periodo, siendo en realidad unicamente dos meses completos de facturación, la administración se siente satisfecha por los promedios mensuales de facturación que se obtuvieron a traves de la colocacion de motos en exclusivo mediante un unico



canal de ventas como ya se menciono anteriormente. En este sentido, y bajo el manejo de la marca de motos United Motors, se registraron ventas promedio mensuales para los meses de noviembre y diciembre del 2010, en el orden de los USD 300 mil dolares mensuales.

En terminos de generacion de margen bruto, el producto es generoso en comparación a otras lineas de vehiculos tales como vehiculos livianos y camiones. En este sentido, el producto arroja margenes promedio del 40%. Sin embargo y debido a la estructura de comercializacion antes señalada, buena parte de esa ganancia se cede al canal de distribución, de manera que la empresa queda en neto con un margen bruto promedio del 20%.

Debido a la estructura establecida y aunque y como se señalo, buena parte del margen de comercializacion se cede, los valores que quedan para cubrir el costo de operación de la empresa son hoy por hoy, suficientes en virtud de la muy pequeña estructura humana y fisica que se requiere para el manejo de la distribución.

Sin embargo de lo anterior y en consideración a que por el inicio de operaciones en el manejo de esta nueva distribución, la empresa tuvo que realizar ciertos gastos puntuales, el resultado neto del final del periodo fue una pequeña perdida por USD 13 mil dolares.

Para el 2011, y en base a los resultados obtenidos en estos dos primeros meses de operación, la administración confía en el cumplimiento presupuestaria que se ha planteado para ese periodo, en el cual se estima que la empresa arroje resultados positivos en el orden del los USD 100 mil.

**Atentamente**



**Fernando Banderas Valdivieso**  
Gerente General

