

## **INFORME AMPLIAO DE GERENCIA**

**KTM DEL ECUADOR CIA. LTDA.**

### **CORRESPONDIENTE AL EJERCIO ECONOMICO DE: ENERO A DICIEMBRE DEL 2011**

Dando cumplimiento a las disposiciones legales y estatutarias presento a los accionistas el informe de la gestión administrativa y financiera correspondiente al año 2011.

Como es de conocimiento, el sector dedicado a la importación y venta de vehículos, motos y accesorios, ha sido afectado por la serie de cambios tributarios introducidos por el actual gobierno, generando incertidumbre y desconfianza en los sectores comerciales e industriales, ello ha provocado incrementos de precios, motivados por los especuladores y en otros por el alza en los aranceles, a ello se suma la falta de políticas claras y la oposición existente por los partidos políticos tradicionales en el Ecuador. El panorama se complementa con el incremento en la inflación y la crisis mundial.

Los factores citados, no han sido obstáculo para que la gerencia y el equipo de colaboradores de KTM, con una planificación en la que se ha incluido una política agresiva de ventas para lo que, inclusive se ha fortalecido las oficinas de Quito y Guayaquil, para conseguir sus propósito de incrementar las ventas y cumplir con programas planteados a su proveedor internacionala través de un crecimiento sostenido de ventas que se viene impulsando desde el 2008.

Cabe destacar el trabajo que a mediados del 2007 la gerencia planeó ampliar las ventas a nivel nacional implementando en el 2008 las oficinas de venta y mantenimiento en Quito y luego y a finales del 2010 otra en la ciudad de Guayaquil, ello ha permitido una atención mucho más personalizada a los clientes y sobre todo apoyándoles con la reparación y mantenimiento de sus motos así como la dotación oportuna de repuestos, generando una imagen positiva entre los numerosos clientes de la capital administrativa del Ecuador así como de la capital económica como lo es la ciudad de Guayaquil, pues el mercado del austro ha estado siempre muy bien servido y atendido extendiéndose en la actualidad a las dos ciudades más importantes del país, para lo que inclusive se contrató a la Ing. Carolina Malo Valdivieso con funciones de gerente nacional de ventas para que soporte con su capacidad y profesionalismo la difusión y posicionamiento de la marca KTM en dichas ciudades, pues la facturación tanto para Quito como para Guayaquil, en los últimos años ha sido representativa.

La gestión y su despliegue de acciones, ha dado resultados muy satisfactorios y su repercusión lo demuestran en el incremento de ventas, por la gran acogida y alta satisfacción y preferencia de los clientes al sentirse atendidos con calidez y profesionalismo. Inclusive a finales de año se auspició la participación en la competencia internacional denominada

DAKAR en la que el crédito ecuatoriano Wilson Malo Valdivieso participo, dejando muy en alto el nombre del Ecuador y de la marca KTM del cual somos sus distribuidores exclusivos.

Con estos antecedentes se ha logrado seguir incursionando en un mercado muy difícil y que requiere de un trabajo personalizado y de apoyo sobre todo en lo relacionado al auspicio para competencias tales como: **Mini Cross, Cross, Enduro, Hare Scramble, Calle, Doble Propósito**; pues quienes intervienen en las mismas son nuestros potenciales clientes.

Las ventas del presente año se cumplieron y representaron un 10% más de lo presupuestado para el 2011 y un 13,63% de lo vendido en el 2010 y que corresponden a \$2'359.927,03 en el 2011 y 2'076.788,60 en el 2010. Las ventas de repuestos siguen teniendo un crecimiento importante pues pasaron de \$434.626,81 en el 2010 a \$496.423,70 en el 2011 representando un incremento del 14,2%

El predominio de ventas de motos con relación a repuestos y otros sigue representando 76,19% de las ventas del presente año, contra el 76,49% que representó en el 2010, esta pequeña reducción en los porcentajes se viene repitiendo, pues al incrementarse la venta de motos, el mantenimiento de las mismas deberá tener esa misma tendencia. .

Las compras en el 2011 fueron de \$1'741.649,24 de las cuales el 79,07% esto es \$1'377.134,38 corresponden a importaciones y la diferencia esto es el 20,93% a compras nacionales. Del total de las importaciones el 84,91% corresponden a motos esto es \$1'478.883,66 y la diferencia a repuestos, llantas y otros accesorios.

Durante el 2011 se han realizado 61 importaciones, 48 de repuestos esto es el 78,69% del total de las importaciones, 12 de motos esto es el 19,67% y una importación de llantas. El alto porcentaje de importaciones relacionado a repuestos se explican debido a que los clientes requieren repuestos específicos que no son posibles mantener en inventarios y que necesariamente se lo debe hacer para satisfacer los requerimientos específicos de los clientes. Las importaciones normales de repuestos se lo hacen por lo general conjuntamente con la de motos.

Las importaciones de motos siguen convirtiéndose en el mas alto rubro del negocio; paralelo a las importaciones de motos el de repuestos le sigue con un significativo incremento, rubros que a futuro deberán irse modificando debido al incremento de motos de la marca KTM en el mercado nacional, las que requieren de mantenimiento adecuado, gestión que ha sido oportuna y con un equipo técnico de alta calidad brindado por parte de la gerencia, sin escatimar esfuerzos y recurso para satisfacer los requerimientos de los clientes y del incremento del parque automotor, para lo que se han instalado centros de mantenimiento en Quito y Guayaquil reduciendo de esta manera el tiempo y costo de reparación de motos confiados por nuestros clientes.

Los inventarios siguen siendo altos, representando casi un 50% del total de los activos debido a que un buen porcentaje de las importaciones se lo realizan en los meses de noviembre y

diciembre para venderlos en los primeros meses del siguiente año, al 31 de diciembre del 2010 fue de \$959.558,60 y a la misma fecha del 2011 de 1'218.680,47 un 27% más que el del año anterior representando el 48,45% de los activos totales del balance del 2011, ratificando lo que se ha comentado en líneas anteriores y la necesidad de mantener y controlar este rubro y sobre todo prever en el inventario que esté listo para la venta los modelos de año que normalmente se fabrica y se despachan en el último trimestre del año anterior.

El costo de ventas del presente año fue de \$1'741.649,24 esto es el 73,81% de las ventas totales del año, menos de un punto con relación al del 2010 que fue de 74,55%, porcentaje que se justifica, pues aunque las ventas se incrementaron en un 13,63 como se explicó líneas anteriores, también se incrementaron los costos de ventas por la ampliación de oficinas de venta en el país y la contratación del gerente de ventas.

Los gastos relacionados a ventas, administración y otros representaron este año el 24,58% y asciende a \$580.001,13, el porcentaje de gastos se redujo en un 2% con ración al del año anterior y que fue del 26.33%, porcentaje que se justifica en base al incremento de ventas. El rubro de gastos de ventas es el que un mayor incremento tuvo debido a todo el apoyo que la gerencia brindo a las oficinas de Quito y Guayaquil, incrementando personal que cumpla las funciones de vender y posicionar la marca a nivel nacional, los gastos de ventas se incrementaron en un 29,31% con relación al año anterior, pasando de \$ \$151.289,85 gastado en el 2010 a \$195.635,36 que se gasto en este rubro en el 2011, mas sin embargo el porcentaje sobre las ventas totales fueron de 7,28% para el 2010 y 8,28% en el 2011 y con relación a los gastos totales de los años de análisis el 27,67% en el 2010 y 25,29% en el 2011, ello demuestra la gestión y control por parte de la gerencia, buscando siempre la optimización y el buen uso de los recursos asignados a esta sección de suma importancia en este negocio.

Los gastos administrativos, generales y operacionales, han tenido un tratamiento y control especial, evitando por un lado incrementar personal y por otro asignar los recursos que son necesarios para el normal desenvolvimiento de las actividades de la oficina manteniéndose casi en los mismos porcentajes del 2010, como lo demuestran los resultados del Estado de Pérdidas y Ganancias del 2011 con relación al 2010, pues mientras en el 2011 los gastos administrativos con relación al los gastos totales del año fue de \$277.420,27, representado el 47,83% en el 2010 fue de \$274.169,19 esto es el 50,14%, inclusive los gastos generales y de operaciones en el 2011 se redujeron con relación al 2010 en porcentajes del 11% y 12% , demostrando que la gerencia ha realizado una gestión buscando siempre la eficiencia en el uso de los recursos y una eficaz atención a los clientes.

Como es un producto de importación el margen de rentabilidad es bajo, pues los aranceles y otros costos de importación tales como: Seguros, ICE, Transporte; hacen que el producto se encarezca entre 40 y 50% sobre el valor de factura, por lo que y con el propósito de mantener la rentabilidad del negocio, la gerencia ha desplegado acciones y políticas encaminadas a optimizar recursos y reducir costos de operación del negocio, mas sin embargo por las razones expuestas las utilidades están por debajo del 5% de las ventas. El ejercicio genero una utilidad bruta de \$112.232.06 que representa una utilidad del 4,75% del total de ventas y, que luego de la distribución del 15% a los trabajadores así como el 25% del Impuesto a la Renta

significo una utilidad líquida de \$ 71.547,95 representando el 3,03 % de utilidad con relación a las ventas, margen aceptable en negocios como el nuestro, en donde los volúmenes son los que generan las ganancias para la empresa.

La gerencia sugiere a los señores socios que las utilidades no sean distribuidas entre los socios sino que pasen a formar parte de reservas para el incremento del capital, con el propósito de evitar la iliquidez y disponer más bien de fondos para cancelar a los proveedores.

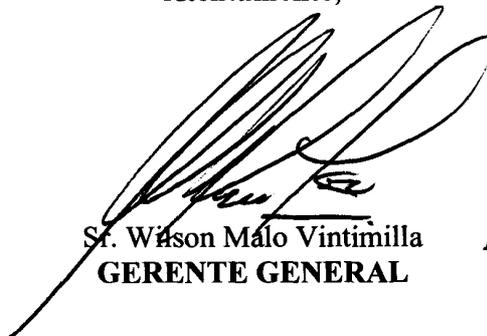
La promoción y publicidad ha sido uno de los rubros de mayor incidencia en los costos de ventas, pues se ha tenido que auspiciar inclusive con motos, a los pilotos que son protagonista en eventos a nivel local y nacional, asignando inclusive motos especiales donadas a los mejores pilotos locales y nacionales e internacional, con el fin de mantener el prestigio y la imagen que KTM DEL ECUADOR CIA. LTDA, se ha ganado a nivel nacional e internacional, este rubro como se ha dicho representa el 8,28% del total de ventas y el 25,29% de los gastos del presente año y que, a futuro se deberá seguir manteniendo y ampliando pues el objetivo básico es crear competencias en diferentes plazas del país lo que permitirá el cumplir con la política de esta gerencia que es ampliar el mercado.

Cabe destacar la importancia y la gestión realizada por las oficinas de Quito y Guayaquil que ha incidido significativamente en este importante incremento y crecimiento sostenido de las ventas que en el 2011 representó un 13,63% más que la del 2010 y que en dólares representan cerca de \$300.000 de incremento.

El apoyo incondicional de los colaboradores del negocio ha sido factor importante para la consecución de las metas planteadas por lo que hago extensivo mi reconocimiento a su significativa labor.

Para finalizar, deseo expresar mi agradecimiento a los accionistas por la confianza y apoyo brindados para conseguir los resultados en el presente año.

Atentamente,



Sr. Wilson Malo Vintimilla  
**GERENTE GENERAL**



SUPERINTENDENCIA  
DE COMPANIAS  
INDEPENDENCIA DE GESTION

Angela Mora Dueñas