

**INFORME DE LA ADMINISTRACIÓN
A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE
LLANTAS Y SERVICIOS DE LA SIERRA "LLANTASIERRA S.A."
EJERCICIO ECONÓMICO 2010**

MARZO 2011

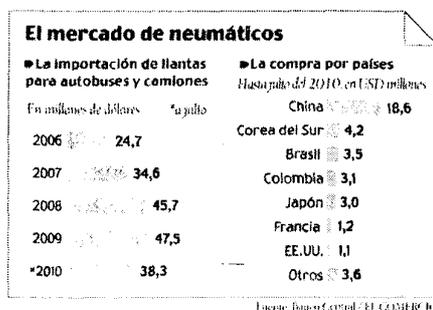
Señores Accionistas:

Dando cumplimiento a lo dispuesto en los Estatutos Sociales de la compañía, y de las normas dictadas para el efecto por la Superintendencia de Compañías, se presenta a continuación el informe de la Administración correspondiente a las actividades desarrolladas en el ejercicio económico 2010.

ENTORNO.

Durante el 2010, aún cuando las llantas subieron de precio entre un 12% y 15%, ha existido un crecimiento en la demanda nacional, debido a factores como el aumento del parque automotor, a la escasez de llanta nacional en ciertos meses del año y a la liberación de los cupos de importación que fueron impuestos en el año 2009.

El aumento de la demanda, ha provocado que una gran cantidad de nuevos importadores informales comiencen a aparecer en el mercado, mismos que se dedicaron en su gran mayoría a traer producto desde China, país que ocupa el primer lugar en exportaciones de este bien, lo que ha provocado que los consumidores comiencen a tener una gama muy amplia de opciones, y que sus decisiones se tomen en base a precio, por lo que se ha generado una disputa muy amplia en la repartición del pastel y que para los importadores formales ha significado un redireccionamiento clave de las estrategias comerciales, ya que muchos de los nuevos actores, ofrecen los productos con precios muy bajos y plazos que llegan hasta los 180 días.



2. MERCADO

Ni las nuevas regulaciones arancelarias, ni las exigencias del Instituto Nacional de Normalización (INEN) han frenado las importaciones en el 2010, más bien ha sido un año record para la industria, que ha crecido en un 50% frente al año 2009, esto dicta que para el año 2011, la importación de neumáticos por parte de los importadores formales y los informales seguirá a la alza, más aún cuando los nuevos aranceles ya han sido publicados en el registro oficial, por tal motivo la comercialización de este bien deberá

manejarse en base a estrategias bien definidas de prospección, promoción, publicidad y mercadeo.

3. VENTAS

Para el ejercicio económico 2010, el presupuesto de ventas de la compañía fue cumplido en un 99%, teniendo una regularidad en las ventas mensuales, esto se ha logrado conseguir gracias al mix de productos que se maneja en la compañía y que como actores principales están las marcas Hanksugi, Hankook, Continental y Limacauchó, mismas que han sido muy importantes para la consecución de los objetivos.

La fuerza de ventas en el 2010 fue la misma del 2009, salvo la inserción de un nuevo vendedor para la zona Centro, que nació de la misma empresa ya que se le otorgó la posibilidad de ascender a mediados de año, y que hasta ahora no ha decepcionado en cuanto a su labor, ya que mes tras mes, se ve un crecimiento exponencial en sus ventas personales.

3.1 MARCAS

3.1.1 HANKSUGI.

El año 2010 la relación entre Hanksugi y Llantasierra S.A. en lo que ha condiciones de pago, comunicación y tiempos de entrega se refiere se ha mantenido, lamentablemente en la parte de calidad, existió un problema que se detallo en el informe anterior, que ha ocasionado que las ventas de la marca no se hayan visto incrementadas en mayor medida, y que a la vez haya derivado en un bajón en el canal habitual de la Sub. Distribución. Aunque cabe mencionar, que con la provisión de ajustes del 1% que se tiene como política, se solucionó en parte los inconvenientes causados a nuestros clientes, sin embargo, hasta generar nuevamente confianza, no se puede decir que los mismos vayan a seguir comprando en los volúmenes que habitualmente estaban manejando, sobretodo tomando en cuenta que la oferta de otras marcas chinas están a la orden del día en el mercado

Cabe mencionar, que la planta reconoció a Llantasierra S.A. un valor global de \$5,0000.00, que han contribuido en la reposición de los valores ajustados a los clientes. A su vez se nos comunicó que ya se han solucionado los problemas de calidad, a través de una carta enviada en el mes de Agosto, en la que se detallaba, la responsabilidad por lo ocurrido, así como también el compromiso de que los neumáticos no volverían a tener los mismos problemas.

Hanksugi sigue siendo la marca principal de la compañía, por tal razón, se siguen realizando importaciones mensuales periódicas, para proteger que la fábrica no entregue a otros importadores la distribución, y lo que se pretende es comenzar a potencializarla en otras zonas, donde los rendimientos han sido superiores, como por ejemplo la Costa del Ecuador, para esto, se trabajará en un plan de inserción mas agresivo, con una fuerza comercial nueva que ayude a

incrementar los volúmenes de venta y que la marca no pierda el interés del consumidor.

3.1.2 HANKOOK

Es una marca de gran calidad que goza de gran aceptación en el mercado, lamentablemente, la entrega del producto por parte de Servireda S.A, no ha mejorado, los problemas de flujo, INEN y desaduanización que han tenido, han hecho que el producto no se entregue ni en los volúmenes ni en los requerimientos que Llantasierra S.A. ha solicitado. A pesar de ello y de los incrementos de precios que bordearon un alza del 12%, se ha manejado la marca de buena manera, a tal punto que se ha convertido en producto fundamental dentro del presupuesto de la compañía, ya que si no hubiera sido por ésta, en ciertas agencias, no se hubiera manejado los niveles de venta necesarios para inclusive cubrir los costos operativos de las mismas.

Para el año 2011, se ha conversado con la administración de Servirueda S.A., para manejar el aprovisionamiento de producto de una manera distinta, bajo una modalidad de importación asociada, para tener un mejor mix de inventario en esta marca, y así no perder las oportunidades de venta que se puedan presentar, inclusive el primer pedido ya fue realizado en el mes de octubre, por lo que se espera recibir el producto a mediados del mes de Febrero del 2011. Esta negociación se la realizó sin garantías o avales bancarios que encarezcan al producto.

3.1.3 LIMACAUCHO

Esta marca, volverá a ser un actor importante en el portafolio de ventas de Llantasierra S.A., tal vez ya no en lo que a llantas convencionales de camión se refiere, pero sí en las nuevas llantas radiales para auto y camioneta que ha desarrollado la fábrica. Esto ya se pudo evidenciar en las cuatro primeras importaciones que se realizó en el presente año, en donde el producto se mantuvo en las bodegas por escasos días y todo debido a que los precios son muy competitivos y la calidad es muy buena.

Desafortunadamente, nos ha llegado una comunicación, en la que se nos anuncia que un nuevo importador ha sido activado para el Ecuador, se trata de Bodegauto de la ciudad de Guayaquil, quienes ya realizaron sus primeras importaciones desde un proveedor que tiene la marca en Colombia. De este nuevo distribuidor guayaquileño, conocemos se está manejando con precios más bajos, que pueden deteriorar el mercado y afectar a las ventas del producto en la zona.

3.1.4 CONTINENTAL GENERAL TIRE (ERCO)

La llanta General, seguirá siendo parte importante en las ventas del 2011 para la compañía, tal vez ya no en los volúmenes que se manejan actualmente, ya que los neumáticos Limacauchos reemplazarían a las llantas convencionales que se solían comprar en esta marca, pero sí en lo que ha llanta radial para auto y

camioneta se refiere, sobre todo en las medidas en las que Limacaucho no nos pueda proveer.

Nuestra coyuntura con la empresa Semayari perteneciente a la red ERCO se mantiene, aunque las políticas han cambiado en temas de descuentos, ellos nos siguen proporcionando puntos adicionales, por volúmenes de compra.

3.1.5 REENCAUCHE

Los volúmenes de venta de reencauche se han mantenido, el crecimiento no ha sido posible ya que cada vez la oferta de este servicio se complica por el tema de tiempos de entrega de la planta hacia la compañía, situación que ha generado que muchos de nuestros clientes, migren directamente a realizar el reencauche en la planta misma. Sin embargo para el 2011 el compromiso es no desmayar en la oferta de este servicio y aumentar las ventas paulatinamente.

3.1.6 OTRAS MARCAS.

MAXXIS ha sido una marca con una muy buena participación en nuestro mix de venta, esta la adquirimos localmente a la empresa Maxximundo de la ciudad de Cuenca, de quienes contamos también con ciertos beneficios en cuanto a precios, descuentos y condiciones de pago.

3.1.7 LLANTA BRIWAY

El primer contenedor de esta marca llegó a finales de agosto del presente año, ha sido una llanta que hasta el día de hoy no ha presentado reclamos de ninguno de los clientes a los cuales se les ha vendido, valga la pena mencionar, que esta ha sido comercializada solo a cliente final, con la intención de tener una mejor retroalimentación en cuanto a sus rendimientos, mismos que como mencioné anteriormente, no han sido negativos ya que no tenemos reporte de quejas.

El problema en esta marca radica en que la fábrica no maneja una producción constante durante el año, y los pedidos que se realizan, dependen de la disponibilidad de espacio para producir ciertas medidas, por lo que no existe una respuesta inmediata a los requerimientos.

4. ADMINISTRACIÓN DE CARTERA

El comportamiento de la cartera se mantiene en parámetros normales, en cuanto a su calidad, la cartera se ubica en los segmentos de mora fresca, salvo algunos casos que se encuentran gestionados por la vía judicial.

5. INVENTARIO

Los inventarios que la compañía mantiene en estos momentos son altos, pero se tiene que tomar en cuenta que se está manejando 3 marcas con volúmenes de compra importantes durante todos los meses, tanto Hanksugi, Limacaucho y Hankook, nos comprometen a tener stock siempre a la mano para poder responder oportunamente a

nuestros clientes. Se ha estado manejando un inventario promedio de 67 días, lo que demuestra una aceptable rotación de las inversiones realizadas.

6. FLUJO DE CAJA

La compañía ha mantenido un nivel de flujo de caja adecuado, cabe mencionar que para el segundo semestre del año, se realizó un préstamo en el Banco Internacional por \$300,000.00 que ha ayudado a mantener los niveles normales de pago a proveedores, gastos y obligaciones para con el personal sin ningún problema.

7. ACTIVIDADES COMERCIALES

Se ha trabajado nuevas zonas a nivel nacional, aperturando nuevos canales de distribución en Machala, Esmeraldas, Manabí, mismos que han ayudado a cumplir con las ventas presupuestadas de Llantasierra S.A.

El crecimiento no ha sido tan evidente, ya que si bien se ha ganado espacios en otros sectores, se ha disminuido la colocación en los canales habituales, por razones ya mencionadas y que van ligadas sobre todo a la marca Hanksugi y sus problemas de calidad.

Se han lanzado promociones exitosas, que han llegado a cubrir las expectativas de nuestros clientes, y se ha participado activamente en el acompañamiento a los asesores comerciales en la prospección y apertura de nuevas zonas. El 2011, tendrá una tónica muy parecida a lo que se ha venido realizando en el último semestre, y que básicamente es, generar ventas con un buen margen de rentabilidad, acompañadas de promociones, servicio diferenciado y del complemento esencial que es el respaldo y garantía de las llantas que la compañía comercializa.

8. RECURSOS HUMANOS

En el mes de Agosto el Sr. José David Holguín puso su renuncia voluntaria a Llantasierra S.A., y se contrató al Sr. Santiago Tormen Barona para suplir el puesto vacante. Santiago ha venido cumpliendo una gran labor, llegando en los meses de septiembre y noviembre a cierres de mes records en ventas para la agencia de la Av. Atahualpa, además que es una persona de suma confianza y que se ha sabido ganar el aprecio de todos los colaboradores.

Así también cabe manifestar que en el mes de Octubre renunció la Srta. Lorena Vargas, quien trabajó en Llantasierra S.A. desde el 2004 y que se desempeñó anteriormente en compañías del grupo como ASSA y Autosierra. El motivo de su salida se debe a que la competencia "Andina" le ofreció mejores condiciones salariales, mismas que nosotros no podíamos igualar. Ya se cuenta con el reemplazo para el puesto que dejó Lorena.

9. ACTIVOS FIJOS

En el mes de Noviembre, se realizó la negociación de un Camión Furgón mismo que

fue entregado por parte de pago de una deuda que uno de nuestros clientes mantenía con Llantasierra S.A., por lo que se procedió con la siguiente operación:

- Deuda de Cliente que no pudo pagar: \$9000
- Camión de cliente: Ford CARGO año 2007 / 140000 Km./ Capacidad de carga furgón 80 Llantas grandes / Perfecto estado: Valor \$20000

Llantasierra S.A. procedió a comprar el camión por los \$20000, se cruzo los \$9000 de deuda, y para cubrir el restante se procedió a vender el camión IZUSU año 1992, que dicho sea de paso ya estaba generando gastos desmedidos mes a mes en reparaciones, por el valor de \$12000. Con esto Llantasierra S.A. recupera la cuenta por cobrar que se estaba tornando complicada y se hace convierte propietaria de un vehículo que está en perfectas condiciones mecánicas para la operación diaria del negocio.

10. PROPUESTA DE VENTA DEL INMUEBLE AV. BOLIVARIANA

En el mes de Noviembre 2010, el Sr. Edison Garzón, nos ha manifestado las intenciones de venta del bien ubicado en la Av. Bolivariana, mismo que se oferto a Llantasierra S.A. con exclusividad para hacer uso de la primera opción de compra.

En el Directorio de Diciembre de 2010, los señores Directores decidieron no optar por la compra del bien, por lo que se procedió a informar a los ofertantes, mismos que de manera inmediata contestaron vía carta al Sr. Presidente de la compañía, así como también a la Gerencia, que respetan el criterio de no presentar oferta de compra y que notifican a Llantasierra S.A, que conforme a lo estipulado, y una vez satisfecho el requisito de no hacer uso de la primera opción de compra, que se procederá a iniciar el proceso de venta del bien inmueble motivo del arrendamiento conformado por terreno y edificaciones.

Sin embargo cabe mencionar que los Arrendadores respetarán el contrato vigente hasta su finalización en el mes de Marzo del 2012.

11. SISTEMA INFORMÁTICO KAIROS.

Se informa a los señores accionistas, que el nuevo sistema informático KAIROS, ya fue implementado en la compañía durante los meses de Noviembre y Diciembre, a un costo total de \$960 por usuario, que en total suman 11. Para esto, la compañía a desembolsado el 50% de la inversión, y que el pago total, se lo realizará una vez que el Sr. Leonardo Fantoni dueño del paquete informático entregue la factura respectiva y que el funcionamiento del sistema este debidamente probado y que sus aplicaciones cumplan con las expectativas de la Administración de la compañía.

12. ASPECTO SOCIETARIO, ADMINISTRATIVO, LABORAL, TRIBUTARIO, FINANCIERO.

Se ha dado cumplimiento a todas las obligaciones de índole societaria, laboral, tributaria ante los organismos de control pertinentes.

13. ESTADOS FINANCIEROS DE LA COMPAÑÍA

13.1. PRESUPUESTO LLANTASIERRA S.A.- Para el 2010 se aprobó por parte del Directorio el presupuesto correspondiente, cuyas ventas estimadas fueron de Usd. 5.671.707,42 dólares, frente a las ventas netas logradas en el ejercicio de Usd. \$ 5.602.400,64 dólares, que representa un cumplimiento del 99% del total de los ingresos reales.

Los costos de venta presupuestados fueron de Usd. 3.895.389,20 dólares, que representaban el 82,42% del total de los ingresos presupuestados, en el 2010 los costos de ventas fueron de Usd. 4.491.163,53 dólares que representan el 80,16% del total de los ingresos reales.

En cuanto a la utilidad antes de participaciones, ésta se presupuestó en Usd. 353.040,88 dólares, como rendimiento mínimo sobre el capital, frente a un resultado del ejercicio antes de participación de Usd. 396.468,15 que representa el 112,30% de cumplimiento del presupuesto

13.2 ESTADOS FINANCIEROS.-

13.2.1. Resultados.- Las ventas netas en el periodo registraron la suma de Usd. 5.602.400,64 dólares y la utilidad bruta fue de Usd. 1.111.237,11 dólares (19,84% de margen bruto).

13.2.2. Costos.- El costo de venta correspondiente al periodo fue de Usd. 4.491.163,53 dólares, que en términos porcentuales es el 80,16% del total de ventas netas.

13.2.3. Gastos Administrativos y de Ventas.- Totalizaron en el periodo la suma de Usd. 619.567,73 dólares, representando el 11,06% de las ventas netas.

13.2.4. Utilidad Antes de Part. Trabajadores e Impuesto a la Renta.- Este rubro registró la suma de Usd. 396.468,15 dólares, con una participación del 7,08% de las ventas netas.

13.2.5. Rentabilidad Neta Sobre la Inversión.- En el 2010 registró el 11,41%

13.2.6. Rentabilidad Neta Sobre el Capital Social.- Se determinó una razón de 33,49%

13.2.7. Rentabilidad Neta Sobre el Patrimonio Líquido 2010.- Se determinó una razón de 20,68%

13.2.8. Cartera Exigible.- El portafolio de clientes con crédito comercial registra un total de cartera Usd. 1.105.299,02 dólares, cuya rotación de cuentas por cobrar fue de 71 días.

13.2.9.- Otros Ingresos / Otros Egresos.- El rubro otros Ingresos registra un ingreso neto de Usd. 41.092,42 dólares, que corresponde a intereses cobrados, reposición de gastos, venta de activos (Camioneta Saveiro, Camión IZUSU),

reconocimiento por parte de Colonial por concepto de una Alineadora que se consideró como ingresos exentos y otros de menor cuantía.

En cuanto al rubro de Otros Egresos registra un desembolso de Usd. 71.356.71 dólares, de los que corresponde principalmente a gastos bancarios, pago asesoría Sr. Pablo Ross e Impuesto a la salida de divisas.

13.2.10. Costo Financiero.- Se ha pagado por concepto de intereses al Grupo Automotriz la suma de \$7.287,67 que representa el 11,22% del total del Costo Financiero, el restante son intereses causados en Bancos.

Usd.	
TOTAL VENTAS NETAS	\$5.602.400,64
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 878.895,66
TOTAL PASIVO	\$ 987.571,18
COSTO FINANCIERO	\$ 64,936.94
%	
% DE LAS VENTAS	1,16%
% DEL PASIVO CORRIENTE	7,38%
% SOBRE EL TOTAL DE PASIVO	6,58%

13.2.11.- Utilidad Neta.- La utilidad neta contable del ejercicio 2010 es de Usd. 251.150,36 dólares, luego del 15% de participación trabajadores correspondiente a Usd. 59,470.22 dólares, e Impuesto a la Renta por la suma de Usd. 85.847,56 no se considero la reinversión de los resultados, como se puede apreciar en la conciliación tributaria realizada.

13.2.12.- Capital Invertido.-

CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.185.591,30
ACTIVO FIJO NETO	\$ 105745,68
CUENTAS POR COBRAR A LARGO PLAZO	\$ 0
CAPITAL INVERTIDO	\$ 1,291,336.98

13.2.13.- Patrimonio.-

CAPITAL SOCIAL	\$ 750.000,00
RESERVA LEGAL PERIODOS ANTERIORES (2008 – 2009)	\$ 37,518.12
RESERVA FACULTATIVA (2008)	\$ 175.623,75
RESERVA LEGAL PERIODO 2010	\$ 25.115,04
RESULTADOS DEL PERIODO 2010 (Disp, Accionistas)	\$ 226.035,32
TOTAL DEL PATRIMONIO	\$ 1.214,292.23

13.2.14.- Conciliación Tributaria.-

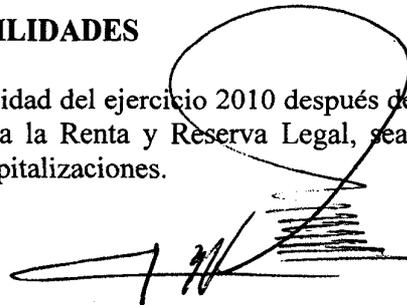
LLANTAS Y SERVICIOS DE LA SIERRA LLANTASIERRA S.A. CONCILIACION TRIBUTARIA Al 31 de diciembre del 2010 (Expresado en U.S. dólares)		
CALCULO GENERAL		VALOR
BASE DE CALCULO-DEL 15% DE PARTICIPACION TRABAJADORES		
UTILIDAD CONTABLE (PERDIDA) ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION LABORAL		396.468,15
Partidas Conciliatorias:		
Menos: Amortización de pérdidas tributarias (Art. 11 LRTI)	Anexo D	-
Más: Gastos no deducibles (liberalidades)		-
Más ó menos: Otras partidas conciliatorias (Ej: Ajustes por precios de transferencia)		-
Más ó (menos) Total partidas conciliatorias		-
15% de Participación Trabajadores		
		59.470,22
BASE IMPONIBLE SUJETA A IMPUESTO A LA RENTA		
Valor:		
UTILIDAD CONTABLE (PERDIDA) ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA Y PARTICIPACION LABORAL		396.468,15
Menos: 15% participación trabajadores		-59.470,22
Partidas Conciliatorias:		
Menos: Amortización de pérdidas tributarias (Art. 11 LRTI)		-
Menos: Ingresos exentos (Art. 9 LRTI)	Anexo A	-15.248,02
Más: Participación a trabajadores provenientes de ingresos exentos (15% Art. 36 RALRTI)		2.287,20
Más: Gastos no deducibles	Anexo B	19.353,14
Más ó menos: Otras partidas conciliatorias (Ajustes precios de transferencia)	Anexo C	-
Más ó (menos) Total partidas conciliatorias		6.392,32
CALCULO DEL IMPUESTO A LA RENTA		
Valor:		
15% Impuesto a la renta (si se reinvierten las utilidades Art. 37 LRTI)		-
25% Impuesto a la renta (si se distribuyen las utilidades)		85.847,56
Menos:		
Anticipo de Impuesto a la Renta (Art. 41 LRTI)		-7.832,32
Retenciones en la fuente del año (Art. 46 LRTI)		-30.739,21
Compensación por pago indebido - notas de crédito o autocompensación (Art. 52 CT, Art. 47 LRTI)		-
Total crédito tributario		-38.571,53
IMPUESTO A LA RENTA		
Valor:		
Impuesto a la renta local		85.847,56
Impuesto a la renta pagado en el exterior que no provenga de paraíso fiscal (Art. 49 LRTI)		-
Total impuesto a la renta		85.847,56

14.- PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE UTILIDADES

La Administración de la compañía sugiere que la utilidad del ejercicio 2010 después del 15% de participación trabajadores, 25% Impuesto a la Renta y Reserva Legal, sean consideradas como Fondos o Reserva para futuras capitalizaciones.



Sr. Santiago Martín Sevilla Gortaire
Presidente del Directorio



Sr. Santiago Vivero Cobo.
Gerente General

