



# superdeporte s.a.



## CONCESIONARIOS DE marathon

Quito, 31 de marzo del 2011

Señores  
**ACCIONISTAS DE SUPERDEPORTE S.A.**  
Ciudad

En nuestra calidad de Presidente de Directorio y Gerente General de la compañía SUPERDEPORTE S.A. Concesionaria de la Marca MARATHON exponemos el presente informe, el mismo que corresponde al ejercicio fiscal del año 2010; y, en cumplimiento con la Resolución 921430013 de la Superintendencia de Compañías (Registro Oficial No. 44 de 13 de octubre de 1992), que establece los requisitos mínimos que deben contener los informes anuales que presentan los administradores a las Juntas Generales, pongo en su conocimiento los siguientes puntos:

Sin duda el año 2010 se manejó con muchas expectativas referentes al entorno económico en general y al desmantelamiento progresivo de las medidas arancelarias, que afectaron nuestra operación durante el 2009.

Fue precisamente nuestra capacidad de planificación, lo que nos ayudó a manejar y administrar nuestro inventario, de manera que maximizó la utilidad bruta, logrando un equilibrio entre volumen de ventas y precios.

Durante este año se hicieron remodelaciones de tiendas y apertura de nuevos almacenes entre los que se destaca Marathon Sports Quicentro Sur, en Quito, constituyéndose en la tienda más grande de deportes en el país.

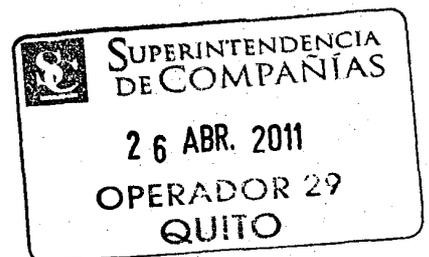
La revista Ekos número 195 publicada en el mes de julio 2010, ubicó a Superdeporte, según sus resultados del año 2009 como una de las 10 empresas más grandes del país en el comercio al por menor diverso.



A más de los resultados económicos obtenidos en este período es importante mencionar que por tercer año consecutivo Marathon Sports ha sido seleccionada por la Revista Ekos como la mejor empresa por la calidad de servicio al cliente; distinción que nos compromete a continuar creciendo y mejorando para lograr la satisfacción de nuestros clientes.

Todo lo anterior no hace sino comprometernos más para mantener y mejorar estos resultados y para seguir siendo una de las cadenas deportivas de "mayor prestigio" en Latinoamérica y constituir una inversión válida y rentable para nuestros accionistas.

A partir del año 2010 se ha venido incorporando en las tiendas de Marathon Sports un cambio de concepto por categoría de deportes, el mismo que implica en el corto y mediano plazo cambios en la estrategia comercial, y en la operación misma de la empresa. Se está trabajando sobre el proyecto total con el objetivo de que la implementación esté concluida en el mediano plazo.





# superdeporte s.a.



## CONCESIONARIOS DE marathon RESULTADOS DE OPERACIÓN 2010

Superdeporte desarrolló sus actividades en el año 2010 en forma normal, cumpliendo a cabalidad sus obligaciones que se han llevado a cabo conforme a las disposiciones de la Junta General de Accionistas, del Directorio, normas legales de propiedad intelectual, derechos de autor y estatutarias.

De acuerdo al plan de trabajo planteado para el 2010 se obtuvieron los siguientes resultados:

### PRODUCTO:

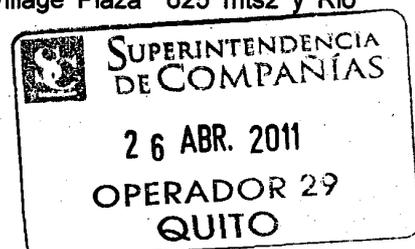
- Se dio mayor empuje en venta de zapatos a la actividad correr logrando un 28% en su participación, mostrando un crecimiento vs el 2009 del 30% lo cual permitió llegar a un mayor mercado obteniendo resultados financieros favorables.
- Mientras que en venta de ropa (exceptuando venta de uniformes de equipos de futbol), la actividad de entrenamiento mostró un 28% en su participación y un crecimiento vs el 2009 del 22%.
- Se incrementó la participación de las marcas que nos dejan un mayor margen de utilidad. Por ejemplo, la marca propia Astro que tiene uno de los mejores márgenes (45.20%) subió su participación en 2.5 puntos porcentuales respecto del 2009; lo mismo sucedió en otras marcas como Adidas y Puma con una variación hacia arriba de 3.8 y 1.3 puntos respectivamente.
- De todo el portafolio de marcas, el grupo de Marcas Propias fue el que tuvo mayor incremento, subiendo un 42% en valores de venta en el 2010 respecto del 2009. Las ventas en unidades de Marcas Propias fueron 28% más que en el 2009.
- Durante el 2009 se asumió parcialmente el efecto del incremento de aranceles y salvaguardia impuesta por el Gobierno; sin embargo para el 2010 con la disminución paulatina de los mismos se incrementó el margen en 2,7 puntos porcentuales respecto al 2009.

### TARJETA MARATHON CARD:

- Se realizó una activación de la campaña de puntos a partir de mayo en provincias y julio a nivel nacional, con una redención de 120.000 puntos, previo al cambio del programa por el nuevo club marathon.
- En las campañas orientadas a incrementar el consumo de socios con tarjeta marathon card no consumidores, se tuvo una eficiencia de volanteo de 7.18%, superior al promedio de 1.3% normal en volanteo de cadenas de retail. Con una incidencia en el descuento de 4% en las compras de este segmento de clientes.

### COBERTURA GEOGRÁFICA:

- Se realizaron cambios en áreas de exhibición para mejorar la imagen comercial de nuestras tiendas en puntos estratégicos para lo que se amplió las tiendas Jardín en Quito y Ceibos en Guayaquil, y se cambió de ubicación la tienda de Cuenca cerrando la tienda del Centro y abriendo en el Centro Comercial Monay plaza de 300mts2.
- Con el fin de mejorar nuestra cobertura a nivel nacional y brindar un mejor servicio a nuestros clientes se abrió la tienda más grande del país en el Quicentro Sur con 1.660mts2, y se abrieron dos tiendas en Guayaquil, Village Plaza 625 mts2 y Rio centro Norte con 426 mts2.





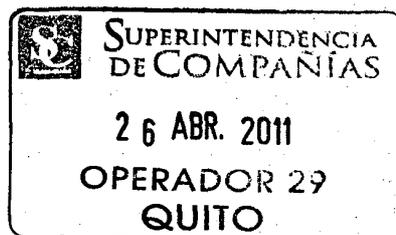
# superdeporte s.a.



## CONCESIONARIOS DE marathon

### RESULTADOS FINANCIEROS.

- Durante el 2010 Superdeporte presenta una sólida situación financiera, con una disminución del endeudamiento; en el mes de febrero se canceló el último cupón de la primera emisión de obligaciones, los cupones de la segunda emisión de obligaciones se cancelaron oportunamente y el saldo por este concepto a diciembre 31 del 2010 es de (US\$ 2.5 millones). Adicionalmente Superdeporte incrementó su capital social en US\$ 1 millón.
- Los préstamos por cobrar a relacionadas, a largo plazo, generaron ingresos por intereses por (US\$ 1.028 millones), los mismos que se cobraron íntegramente hasta el 31 de diciembre del 2010. Los excesos de liquidez se colocaron en inversiones a corto plazo a las mejores tasas del mercado.
- Las condiciones de negociación con los proveedores se mantuvieron similares a las del 2009, con la obtención del descuento de 5% por pronto pago que en el 2010 representó (US\$ 1.496 millones).
- El flujo del negocio de Superdeporte fue suficiente para cubrir sus necesidades operativas, razón por la que no fue necesario endeudamiento adicional, situación que se mantendrá durante el año 2011.
- Para el cierre de 2010, las ventas totales de SUPERDEPORTE S.A. alcanzaron una suma de (US\$85.918 millones), superior en 24% (US\$ 16.758 millones), con respecto al año 2009 (US\$ 69.161 millones), a través de sus tres conceptos (Marathon Sports, Bodegas Deportivas y Outles) incluyendo ventas de la tarjeta Marathon Card y ventas a través de oficinas.
- El costo de Ventas al 31 de diciembre de 2010 fue de (US\$ 46.580 millones) frente a al cierre de diciembre 2009 (de US\$ 37.075 millones). La utilidad bruta de la empresa se incrementó en un 22.60% (US\$ 39.338 millones) frente al obtenido en el 2009 (US\$ 32.086 millones).
- Los gastos operativos registraron un incremento de 17,40% con (US\$ 29.172 millones), en relación al año 2009 (US\$ 24.848 millones), incrementos que fueron dados por medidas ordenadas por el Gobierno y por cambios internos para poder generar mejores resultados para la empresa.
- De acuerdo a nuestro plan de control y reducción de costos; los gastos bancarios se redujeron el 31% entre el 2009 y 2010 por la suspensión del servicio de transporte de valores en ciertas tiendas y por reducción en las comisiones por transferencias.
- La Utilidad del Año al 31 de diciembre de 2010, creció en 24,75% con (US\$ 8.030 millones), frente a diciembre 2009 con (US\$ 6.437 millones).
- La utilidad básica por acción en dólares creció un 26,19% siendo a diciembre del 2010 (0,53), mientras que en el 2009 fue de (0,42).
- "Los estados financieros correspondientes al año terminado el 31 de diciembre 2010 son los primeros que la Compañía ha preparado aplicando NIIF. Con fines comparativos, dichos estados financieros incluyen cifras correspondientes al año terminado el 31 de diciembre de 2009 y saldos del estado de situación financiera al 1 de enero del 2009 (fecha de transición), los que han sido ajustados conforme a las NIIF vigentes al 31 de diciembre de 2010. Las cifras que se presentan con fines comparativos, ajustadas conforme a NIIF, surgen de los estados financieros correspondientes a los años terminados el 31 de diciembre de 2009 y 2008 preparados de acuerdo con las normas contables vigentes en aquel momento".





# superdeporte s.a.



## CONCESIONARIOS DE marathon PROPOUESTAS 2011

Para el 2011 se ha previsto un crecimiento en ventas sobre el 15% el mismo que está sustentado con la apertura, ampliación y remodelación de tiendas; de esta manera esperamos mantener el margen bruto, a pesar de un posible incremento en los costos de la mercadería por variaciones de precios internacionales. Se gestionará a un manejo eficiente de los recursos de la empresa y una administración adecuada del flujo operacional de la compañía.

Los siguientes constituyen los puntos principales dentro del plan de acción establecido para conseguir los objetivos planteados:

- Incorporación del nuevo equipo por categorías de deporte, a fin de lograr una mayor especialización en el mercado deportivo.
- Apertura de nuevas tiendas en sectores estratégicos del país como Quevedo, Riobamba y Latacunga y Guayaquil.
- Remodelación y ampliación de tiendas en las principales ciudades del país, incorporando el nuevo concepto ya implementado en otras tiendas durante el 2010.
- Cierre de almacenes con el menor aporte a la rentabilidad de la compañía.
- Consolidación de nuevas marcas de prestigio internacional.
- Comercialización de la nueva camiseta de la Selección de Fútbol del Ecuador.
- Implementación del "Club Marathon" a través de la tarjeta Marathon Card.
- Control y disminución de gastos improductivos en la operación.

Nos acogemos a las recomendaciones planteadas por el Directorio sobre el destino de las utilidades del 2010.

Finalmente debemos reconocer que los resultados obtenidos durante el 2010 han sido posibles gracias al esfuerzo de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y accionistas, a quienes agradezco por su confianza y apoyo, que nos han permitido y nos permitirán crecer y contribuir con el desarrollo del país y de nuestras familias.

Atentamente,

Fausto Fernando Corral Albán  
Presidente

Fernando Corral Jiménez  
Gerente General

