

GRUPO  
**UMA**

**5 AÑOS**

*Viajando a tu lado*

“Grandes cosas logran  
**EL CORAZÓN Y LA PASIÓN**  
**UNIDAS”**

2017

2022

# AVANZANDO CON EL CORAZÓN

Hace cinco años un grupo de empresarios líderes en diversas industrias en el Caribe y Centroamérica decide fusionar su trayectoria, conocimiento y pasión para crear una sólida y robusta empresa que distribuye de manera exclusiva, diversas marcas de motocicletas, motocarros y vehículos de tres ruedas. Esta fusión, que agrupa una trayectoria de más de 50 años en el mundo de los negocios, se convierte en **Grupo UMA**. En el transcurso de estos cinco años, se convierte en líder del mercado regional, con presencia en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Colombia, con una proyección de expansión hacia otros países Latinoamericanos.

Grupo Uma destaca por brindar un **servicio diferenciado** a sus clientes y su pasión por promover el desarrollo a través de la introducción de vehículos accesibles y confiables en comunidades con carencias y deficiencias de transporte público. Además, con la generación de empleo para más de **2,700 mil colaboradores**, se convierte en promotor de progreso para la región.

Con todo esto, Grupo UMA demuestra que *“lidera con el corazón”*.





Tabla de

# CONTENIDO

**5** | **CAPÍTULO 01**  
Unidos por  
la pasión

**13** | **CAPÍTULO 02**  
Unidos por  
la pasión

**18** | **CAPÍTULO 03**  
Unidos por  
la pasión

**25** | **CAPÍTULO 04**  
Unidos por  
la pasión

**31** | **CAPÍTULO 05**  
Unidos por  
la pasión

**55** | **CAPÍTULO 06**  
Unidos por  
la pasión

# PRÓLOGO

*Hace cinco años* un grupo de empresarios líderes en diversas industrias en el Caribe y Centroamérica decide fusionar su trayectoria, conocimiento y pasión para crear una sólida y robusta empresa que distribuye de manera exclusiva, diversas marcas de motocicletas, motocarros y vehículos de tres ruedas. Esta fusión, que agrupa una trayectoria de más de 50 años en el mundo de los negocios, se convierte en **Grupo UMA**.

En el transcurso de estos cinco años, se convierte en líder del mercado regional, con presencia en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Colombia y con una proyección de expansión hacia otros países Latinoamericanos.

GRUPO  
**UMA**

---

*Nos impulsa nuestra pasión. Operamos para hacer lo que otros consideran imposibles y enfrentar los desafíos de hoy y mañana.*

*Si la innovación es el corazón palpitante de nuestra empresa, el propósito es nuestra alma. Estamos en nuestro mejor momento, motivados por nuestros colaboradores y socios estratégicos; dedicando nuestro esfuerzo hacia la construcción de un mejor futuro a través de productos de calidad.*

---



# UNIDOS POR LA PASIÓN



Así comienza Grupo Uma hace 5 años. Es en el 2016 que **Grupo Magna** República Dominicana recibe la llamada de Bajaj, el exportador de motocicletas número uno de la India y el mayor fabricante de vehículos tres ruedas.

Querían ofrecerles la oportunidad de extender la representación de la marca hacia Centroamérica. Grupo Magna, quien llevaba 8 años como distribuidor exclusivo de Baja en República Dominicana, captó la atención por el liderazgo que ejercía en la industria automotriz de aquel país. Cumplía todos los criterios: altos estándares de calidad, servicio e innovación. Había un sólo factor que podría impedirles la extensión de la representación de Bajaj: poco dominio del mercado centroamericano.

## “ OPORTUNIDAD AMISTAD UN POWER POINT ”

Es entonces que Antonio Lama, de Grupo Magna, contacta a miembros de la familia Campollo en Guatemala, amigos cercanos de la familia Lama por más de 2 décadas. Al principio quizá no fue obvio que su experiencia en la industria azucarera era el complemento perfecto, pero más adelante fue evidente que tenían los elementos adecuados para formar una de las uniones más poderosas, visionarias y vanguardistas en la región centroamericana.

La experiencia de ambos, aunque en diferente industria, tomó un camino notablemente paralelo y sin mucho tiempo para analizar, se convierten en una fuerza conjunta, aceptando el reto de formar

el grupo que llevaría a Bajaj a niveles nunca antes vistos en la región. Ambas empresas, similares en tamaño y éxito, formalizaron su historia de experiencia paralelas y se fusionaron para crear Grupo Uma y el equipo de liderazgo que inicia una empresa multi-latina cuyos intereses estaban alineados en la manera de hacer negocios y el camino que debía tomar el nuevo emprendimiento.



SUEÑOS

VISIÓN

## SUEÑOS, VISIÓN

y una Presentación de Power Point

El escenario es República Dominicana; una sala de conferencias instalada en una minúscula y apretada oficina en la cual se reúnen los inversionistas guatemaltecos con los empresarios dominicanos unidos con un propósito: irrumpir en la industria automotriz, distribuyendo productos innovadores, accesibles, de calidad y buena reputación. Su arma de poder, una presentación en power point de más de 150 slides, sueños, metas y visión de

progreso. Sin mucho tiempo y poca estructura Grupo Uma comienza a trabajar en los planes de negocio, el primer año consistía en la planificación y establecimiento de la marca, el segundo, en la expansión. Manish Thapar, uno de los directivos de Bajaj, aún recuerda estar impresionado por la capacidad que tuvo el grupo para proponer un plan estratégico de distribución y crecimiento con el tiempo limitado, señala que **“desde un principio se les vió una chispa diferenciadora, lo que nos indicó que Grupo Uma sería el socio correcto”**.

“

*Venimos con muchos sueños que se cumplieron a una velocidad muy rápida y estamos sorprendidos positivamente porque sabemos la capacidad que tenemos como empresa y como colaboradores”*



**RAMÓN GRULLÓN**

Director Comercial

Grupo UMA Centroamérica

Fue un inicio complejo, un arranque sin estructura, ni red de mercado. En cuestión de meses, aquellos pocos que se reunieron en la pequeña oficina se convirtieron en 600 colaboradores distribuidos en toda la región centroamericana. El reto no fue fácil, la presencia, primero en 3 países centroamericanos y luego en los 5 que conforman la región, todos latinos pero con culturas diferentes, presentó obstáculos. Aún así **Grupo Uma logra acoplarse a las leyes particulares de cada nación**, monedas e impuestos distintos e irrumpen

en un mercado competitivo bajo el cual el éxito no estaba asegurado. Siguiendo un claro propósito y manteniendo su visión en alto, sobresalen como líderes en el mercado de movilidad, lo que en Mayo del 2019, les vale la **representación de Bajaj en Colombia**. Nuevos retos fueron enfrentados, incluyendo navegar la pandemia de Covid19. De nuevo, en poco tiempo, logran posicionarse como distribuidor número uno en el país sudamericano.

*“La experiencia ha sido increíble. Hemos tenido varias universidades interesadas en tomar nuestro caso como uno de éxito. Arrancamos en el 2019 desarrollando negocios de comercialización de vehículos de tres ruedas. En septiembre de 2020 nos entregan la necesidad de desarrollar el negocio de motocicletas; un año después, marzo del 2021 éramos más de 1000 empleados y contábamos con 400 puntos venta y arrancamos con nuestra planta de ensamblaje”*

**RAFAEL GAVIRIA**

Gerente

Grupo UMA Colombia

CON LA EXPANSIÓN  
HACIA EL PAÍS  
SUDAMERICANO, LA  
FUERZA LABORAL DEL  
GRUPO CRECE A MÁS DE  
2,700 COLABORADORES  
DIRECTOS Y MÁS DE  
6,000 BENEFICIARIOS  
INDIRECTOS EN  
GUATEMALA, EL  
SALVADOR, HONDURAS,  
NICARAGUA, COSTA RICA  
Y COLOMBIA.



## **RICHARD CAMPOLLO**

**Director**

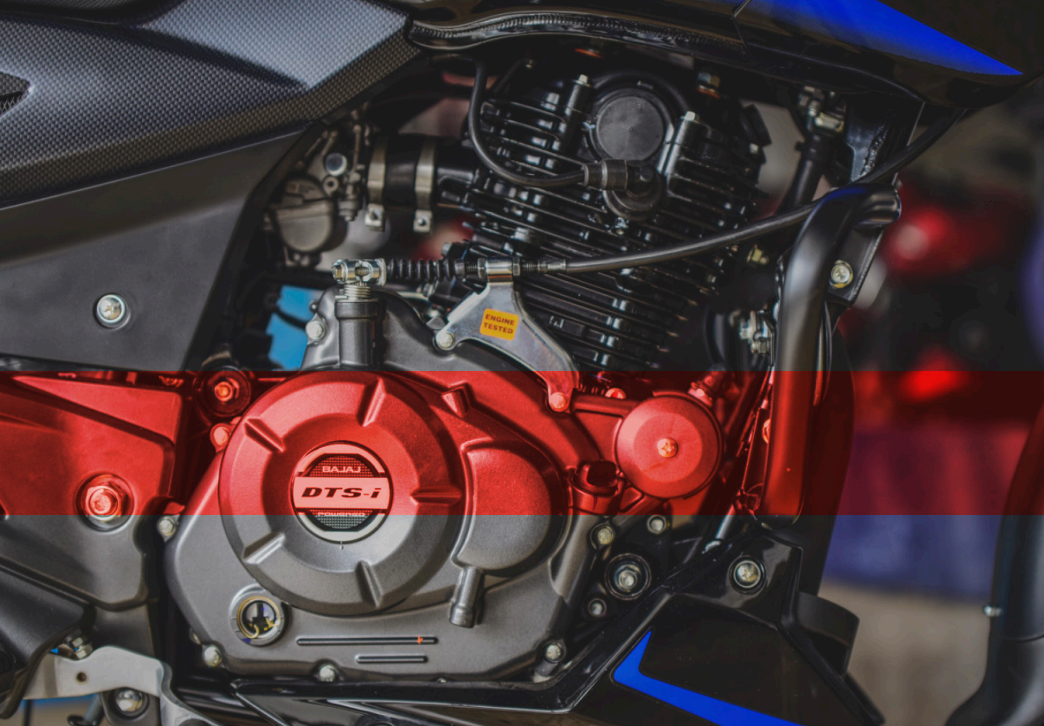
Grupo UMA Centroamérica

---

*“El reto que teníamos era uno grande pero estábamos muy motivados para enfrentarnos a ese desafío. Después de ese inicio un poco loco, hoy estamos 15 pisos arriba, en una oficina a la que da gusto entrar y sentir la energía y pasión de todos los colaboradores”.*

---





## PROPÓSITO CON CORAZÓN

Grupo Uma inicia con un entendimiento muy claro: la movilidad en toda comunidad es esencial y contribuye a la interconectividad entre las áreas rurales y urbanas. Con eso en mente, sus directivos se enfocan en implementar acciones que puedan satisfacer la necesidad de movilidad en la sociedad. Bajaj les entregó un lienzo en blanco para que ellos dibujaran su propósito. Con eso, su visión nace gracias a un mercado que reconocen es importante para los países en donde tienen presencia y desde hace 5 años **el servicio y calidad**, son los dos pilares para la empresa. Ofrecen productos que mejoran la vida de sus clientes. Servicio para Grupo Uma, en palabras del Director Richard Campollo, es: brindar horas extendidas para que los motoristas que trabajan 12 horas diarias puedan llegar

en su tiempo libre a realizar el servicio de su moto; tener disponibilidad inmediata de repuestos para que clientes no tengan que dejar de percibir ingresos por tener que frenar sus labores; entregarle un excelente producto a un estudiante que ahorró años para su primera motocicleta Bajaj Pulsar.

Para Victor Giordani, Director de Grupo Uma, la necesidad es muy grande y es la misión de Grupo Uma prestar un excelente servicio y proveer productos de calidad porque están conscientes que sus motocicletas y vehículos de tres ruedas, proveen el transporte que mantiene a familias, lleva y trae a niños del colegio y permite el acceso seguro a sus labores.

---

**LA PROMESA DE  
GRUPO UMA ES  
LA PROMESA DE  
TRANSPORTE  
SEGURO Y  
CONEXIÓN  
INTERPERSONAL  
Y LABORAL MÁS  
ACCESIBLE.**

**VIAJE EN EL  
TIEMP** 

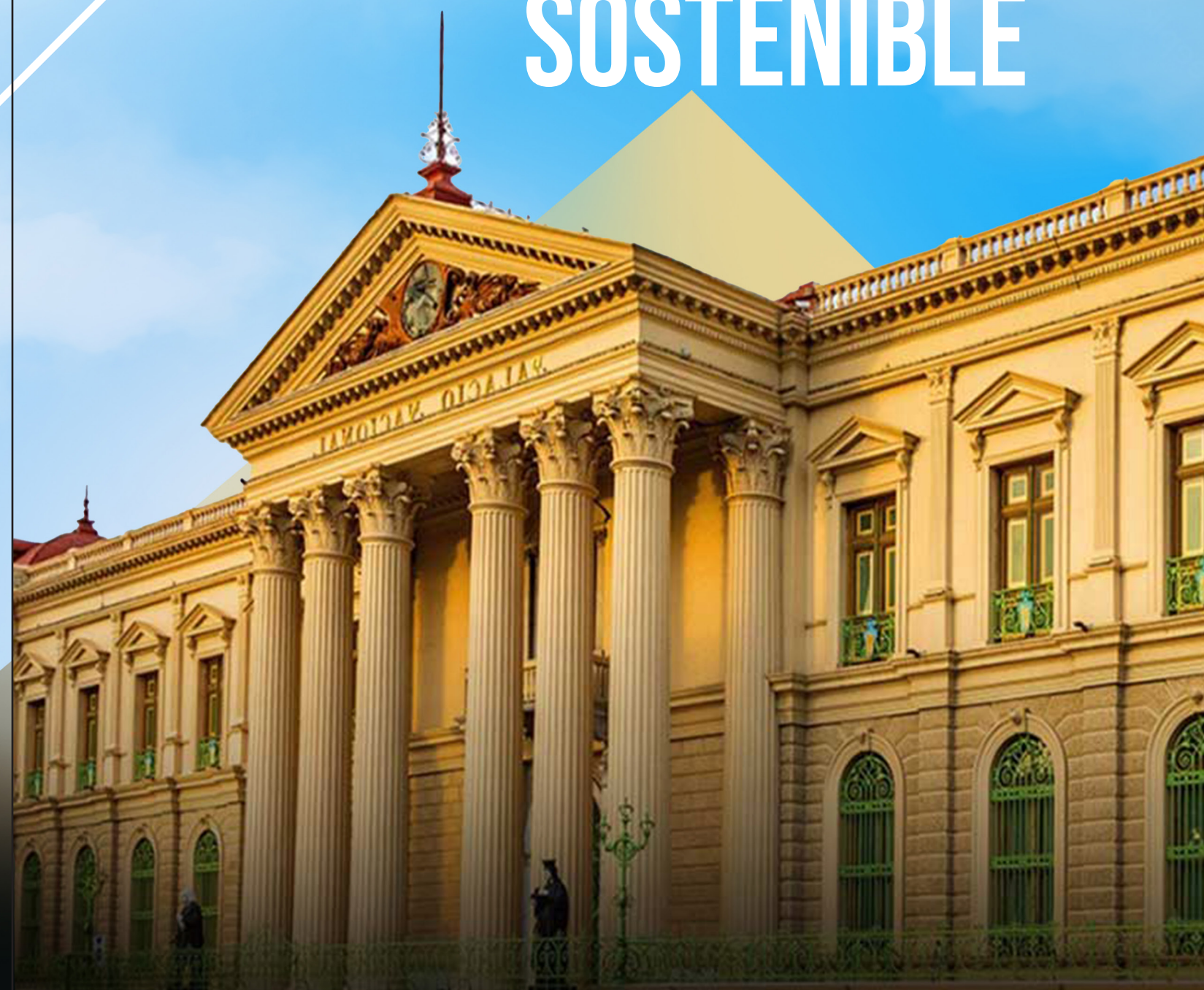
IMPULSADOS POR  
EL PROGRESO  
SOSTENIBLE

---

*“Lo que más me enorgullece es el impacto que nuestros productos tienen en los países y las familias, dándoles vehículos de calidad creo que estamos ayudando a mucha gente a mejorar su vida. Causan un impacto positivo en el entretenimiento, el trabajo, la economía familiar y la conexión social”.*

*- Victor Giordani Campollo, Director Grupo UMA -*

---



# IMPULSADOS POR

## MOVILIDAD E INTERCONEXIÓN

La movilidad e interconexión es la gran esperanza del desarrollo económico. Para muchos, también es una de las características fundamentales de una sociedad justa. Las limitadas posibilidades de transporte en las zonas rurales y remotas dificultan el acceso a los servicios básicos, el empleo y las actividades sociales.

Grupo Uma entiende este concepto y por eso la innovación a la hora de plantear soluciones de movilidad resulta clave.

# EL PROGRESO



Los productos que ensambla y distribuye Grupo Uma, son clave para crear un ecosistema que permita el desarrollo de sus clientes, sus socios comerciales y las familias que dependen del éxito de Grupo Uma. Para ello, apuestan por una estrategia que permite cercanía con el consumidor. Parte del éxito de la organización se basa en **comprender las necesidades de sus clientes** y poder orientarlos a elegir el tipo de transporte que más se adapta a sus requisitos. La necesidad de optar por movilidad más

eficiente crea una oportunidad única para Grupo Uma. Basándose en estas necesidades ofrece una variedad de motocicletas, vehículos de tres y cuatro ruedas, cubriendo las carencias latentes tanto en poblados rurales como en las grandes ciudades. Con esto, contribuyen al ecosistema del transporte público en los países donde operan.

Sus productos de transporte benefician a agricultores que en los últimos años han cambiado los animales de carga por motos que les permiten un

transporte de sus productos más eficiente. Los famosos **Toritos o Tuk Tuks** ofrecen a muchos la oportunidad de emprender su propio negocio y los Qute se convierten en una opción para quienes buscan transporte accesible y económico. Con sus productos, Grupo Uma cubre muchos frentes de la movilidad y genera colectividad en naciones de una red multilatinas.

# EL TORITO

## COMO HERRAMIENTA DE DESARROLLO



### DESDE GUATEMALA HASTA COLOMBIA

el **Torito** o **“tuk tuk”** se convierte no solo en herramienta de movilidad sino también en herramienta para el desarrollo económico de comunidades. Estos particulares medios de transporte, se ha convertido en algo tan típico y propio, que se relaciona con algunas regiones y culturas en los diversos países en los que Grupo Uma tiene operación.

En Guatemala, adornados con paisajes locales, se ha posicionado entre turistas que visitan el país y quieren vivir una experiencia única. En Costa Rica el “torito” también se comienzan a posicionar turísticamente en la parte del caribeña del país, hacia el sur; en Barranquilla, Colombia, también es utilizado para transportar a visitantes.

El vehículo de tres ruedas es un producto incomparable, con una participación del 80% en el mercado; el éxito se le atribuye al impacto económico en comunidades cuya primera prioridad es crear más opciones de movilidad para que las personas puedan viajar de manera segura y puedan aumentar su participación económica y social.

El transporte de “la última milla” ofrece una forma práctica y sostenible de movilidad en áreas donde carecen de un sistema público de transporte y la planificación urbana, muchas veces actuando como conexión entre paradas o entre la última estación de autobuses.

El “tuk tuk” también juega un rol importante en mejorar la calidad de vida de sus dueños, brindándoles la oportunidad de convertirse en microempresarios, actividad que les permite cumplir con las necesidades de sus familias. Un “tuk tuk” impacta directa e indirectamente a por lo menos cinco familias, abriéndose un mundo de posibilidades educativas y laborales.

## PILARES PARA EL DESARROLLO

Tomando consciencia de su rol en el desarrollo de comunidades extendidas a lo largo de Centroamérica y Colombia, Grupo Uma traza una estrategia de la cual se derivan principios concretos que prueban su eficacia para obtener los elementos indispensables que marcan la diferencia. La organización mantiene un estado de cambio permanente con la capacidad de conectar recursos valiosos que brinda equilibrio a los intereses e ideas de manera flexible hacia el éxito. A pesar de tener presencia en distintos países, cada uno con diferentes necesidades, Grupo Uma sale adelante. El compartir con culturas tan diversas representa de los retos más grandes pero a lo largo de sus primeros cinco años la organización ha demostrado tener la habilidad de acoplarse a cada país, brindando una base sólida de valores y permitiendo que la cultura de cada uno dirija las estrategias del mercado.

Los pilares fundamentales han sido la **pasión, excelencia e integridad**; componentes que generan confianza entre la organización y el consumidor, permitiendo pavimentar el desarrollo comunitario.

*“Mandan a sus hijos a la universidad, mantienen a su familia y nosotros nos sentimos orgullosos porque proveemos todo lo que necesitan, incluyendo capacitaciones de seguridad”.*

*Antonio Lama  
Director Grupo UMA*

## CATALIZADOR DE APOYO SOCIAL Y AMBIENTAL

Al mismo tiempo que Grupo Uma ha dedicado esfuerzos a las áreas comerciales, también ha cumplido su compromiso con la sociedad y el planeta. Es fundamental para su propósito que su cultura y estrategia comercial, las consideraciones ambientales, sociales y de gobierno se integren en sus procesos operativos corporativos.

Grupo Uma está comprometido a ejercer un rol responsable y activo en la gestión del impacto de sus actividades comerciales, en el medio ambiente y en las partes interesadas clave, incluidos clientes, colegas, inversionistas y la comunidad en general. A su vez, busca minimizar su huella ambiental, proporcionar un lugar de trabajo profesional y de apoyo para los colaboradores y atraer y retener a su fuerza laboral para brindar el mejor servicio posible a todos sus clientes.

Su enfoque y actividades de responsabilidad corporativa se basan en los diversos pilares que forman parte de su visión. Su gente y su cultura son fundamentales para su propuesta única; la calidad de sus colaboradores, su habilidad y experiencia, y las relaciones confiables a largo plazo que establecen con sus clientes son parte de los elementos que apuntalan y sostienen su éxito.

A sus clientes les brindan las herramientas adecuadas para que inviertan en productos de manera responsable, apoyan a comunidades con acciones que crean empleo y facilitan la movilidad y trabajan para reducir su impacto ambiental.