

10185

Informe del presidente y del gerente para la junta general de socios de Herramientas Agrícolas Nacionales HANSA Cía. Ltda. del ejercicio económico correspondiente al año 2006

Situación general

El resultado del ejercicio 2006 muestra una ligera mejora que ratifica como correcta la decisión de cambiar a una distribución directa que se tomó a finales del ejercicio 2005. El mejor control sobre las estructuras de ventas, la mejor cobertura, aun con menos vendedores y la posibilidad de aplicar promociones que beneficien directamente a las ferreterías y al usuario final se han hecho notar en un incremento en las ventas locales de herramientas. Sin embargo la importación de herramientas sigue en auge y en el caso de machetes ha crecido en un 16,24% a \$552.113,78 y en el caso de palas y layas hasta en un 42,82% a \$1.386.399,47. Esta situación es muy preocupante ya que la competencia sigue afianzada en el mercado con una política de precios muy marginales y con productos de baja calidad y desechables. Es necesario continuar con la labor intensa de ventas que se inició en Noviembre del 2005 para retomar el mercado de herramientas y seguir sirviendo al mercado nacional con productos de alta calidad y larga vida útil como ha sido nuestra tradición.

En el departamento de siderurgica ya se ha logrado una mejor regularidad en la demanda que permite una mayor productividad y un mejor aprovechamiento de las instalaciones y el personal.

Ventas y producción

La venta local de herramientas creció en un 18,85% en unidades y en un 26,63% a un monto de \$1.110.914,39. Este incremento se debe al mejor control sobre la organización de ventas que ha permitido una mejor cobertura de ventas en el país y a diversas promociones otorgadas a clientes y distribuidores. La diferencia entre el crecimiento de unidades y monto se debe a un mayor margen para la empresa por el cambio de distribución mas no a un cambio en los precios de venta al publico.

Se logró gestionar una exportación de machetes a Colombia, plaza muy difícil para la venta de productos no locales, lamentablemente y por los bajos precios que se requirieron para esta introducción esta venta no contribuyo en gran medida al resultado de ventas de exportación. La falta de una exportación a los Estados Unidos, la que se da cada dos años y se dio en 2005 y la coincidencia de una exportación al Perú que se gestionó en el año 2006 pero que figura contablemente en enero del 2007 tuvieron como consecuencia una baja en las ventas de exportación de 27,89% frente al ejercicio anterior. El monto de ventas de exportación suma \$102.312,88 lo que representa 8,43% de la venta total de herramientas.

La suma de ventas locales y de exportación de herramientas creció en unidades por un 13,29% y en monto en 19,04% con relación al ejercicio anterior. El monto total de venta de herramientas suma \$1.213.227,27.

Se alcanzo un volumen de producción de 441.254 herramientas. Con relación al ejercicio anterior esto representa un ligero incremento del 1,03%.

Las ventas de siderúrgica crecieron en un 37,62% a \$ 277.788,46. Se produjeron 65.116 kg en piezas, una mejora del 36,98% con respecto al año 2005. Este incremento ayuda a la competitividad de esta rama lo que permitió incrementar la carga de los costos fijos administrativos de la empresa a siderurgica, mejorando también la competitividad en lo que se refiere a costos de herramientas.

Inventarios

En el año 2006 el costo del acero se mantuvo en un nivel alto. Los hidrocarburos y sus derivados como los plásticos llegaron a un nivel históricamente alto en el año 2006. A pesar de esto ha sido necesario incrementar los inventarios de materia prima por la mayor demanda, especialmente en el sector de siderurgica. El inventario de materia prima y materiales tuvo un monto de \$344.057,03 y fue un 49,75% mayor que en el ejercicio anterior. El inventario de productos terminados decreció en un 12,72% a un monto de \$245.070,92. El inventario de herramientas en proceso creció en un 58,76%. El monto del inventario total del 31 de diciembre de 2006 fue de \$663.137,48.

Al ritmo productivo y demanda actuales y sin considerar correspondencia por tipos, los inventarios de materias primas y materiales representan 6,30 meses de producción. Los inventarios finales de materias primas y materiales expresados en meses de los últimos cinco ejercicios:

Ejercicio	2002	2003	2004	2005	2006
Inventario en meses de producción	9,39	7,50	9,67	5,96	6,30

Activos

Como parte de los activos corrientes el balance auditado indica en cuentas por cobrar de clientes nacionales el monto de \$262.058,41. Este monto se divide en:

Cuentas por cobrar de Reingeniería Ziebell	\$210.652,62
Cuentas por cobrar de la distribución de Franklin Hervas (Cubiertos por pagos hasta Mayo 07 del vendedor Marco Tipán)	\$1.309,97
Cuentas por cobrar Imporbarsa S.A:	\$10.133,87
Cuentas por cobrar de clientes de Siderurgica y otros	\$39.961,95

Los activos totales según el balance auditado tienen el monto de \$1.471.884,99 y muestra un aumento del 5.49% con respecto al año anterior.

Pasivos

El monto de pasivo corriente es de \$158.379,50 y experimenta un crecimiento del 12,99% frente al año anterior. Este crecimiento se debe en primer lugar a la proporcionalidad entre las utilidades y las participaciones de trabajadores y gerente así como el impuesto a la renta, que son parte del pasivo corriente y en segundo lugar a un anticipo de \$27.078,46 de Importadora Santa Rosa (Perú) para una venta que se realizaría en Enero del 2007. El pasivo total tuvo un monto de \$184.757,12 y muestra un crecimiento de 44,24%.

Patrimonio

El valor de patrimonio indica un crecimiento del 1,57% con respecto al ejercicio anterior y su monto total indicado en el balance es de \$1.287.127,87.

Índice de solvencia

Para tener una mejor noción de la evolución de la situación de nuestra empresa, damos a conocer el índice de solvencia desde el año 2000. Este índice se entiende como la relación de activo corriente contra pasivo corriente

Ejercicio	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Índice de solvencia	3,47	5,26	4,18	8,68	12,17	8,96	6,54

Índice de liquidez

El índice de liquidez es la relación entre el activo corriente menos inventarios contra el pasivo corriente. Indicamos los valores desde el año 2000.

Ejercicio	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Índice de liquidez	2,10	2,14	1,56	1,96	4,47	5,10	3,44

El índice de liquidez en este nivel indica una sólida posición ya que la empresa no tiene deudas y tiene la capacidad de seguir la labor de remplazar productos importados por la competencia por productos de la empresa en el mercado ecuatoriano. La baja de la liquidez con respecto al ejercicio anterior que denotan los índices de solvencia y liquidez se debe al ya discutido incremento del pasivo y de los inventarios de materia prima.

Costos

Los costos de materia prima como acero, bronce y plástico siguieron en un nivel alto en el año 2006 y parecen establecerse sin señal de una mejora inmediata. Además el bajo cambio del dólar americano a nivel mundial incrementa los costos ya que una gran parte del material y los insumos se importa en Euros. El incremento del costo de vida en el Ecuador ha obligado a incrementos salariales en la empresa. El incremento en producción y demanda de herramientas y siderurgica ha mejorado levemente la situación con una mejor repartición de costos fijos.

Gastos financieros

Los gastos financieros de la empresa en este ejercicio no existieron, ya que no se contrajo deudas, por el contrario se indica un rendimiento financiero de \$13.210,16.

Utilidades del ejercicio

La ardua labor en la distribución que ha llevado a una mejora en las ventas locales tal como el incremento en ventas de productos de siderurgica han ayudado a incrementar las utilidades de este ejercicio en relación al anterior en un 31,14%. Las utilidades según el balance auditado son:

Utilidad bruta	\$113.324,84
Utilidad neta antes de impuestos	\$96.326,11
Utilidad neta después de impuestos	\$72.244,58
Reserva legal del 5%	(\$3.612,23)
Utilidad a disposición de socios	\$68.632,35

De la evaluación de las utilidades se puede concluir la necesidad de seguir la labor de reconquistar el mercado local de herramientas y frenar las importaciones, ya que las utilidades no llegan todavía a los niveles de los años 2000 a 2003.

Gestión realizada

- Se reorganizo el equipo de ventas y se ha logrado una mejor cobertura del territorio nacional a pesar de haber disminuido de tres a dos vendedores.
- Se introdujo un sinnúmero de promociones, entre ellas “Nuevo por Viejo”, para mejorar la venta en especial de los productos “premium”.
- Se realizo una incrementada labor publicitaria incluyendo campañas radiofónicas tal como reparto de muestrarios y material publicitario como catálogos, afiches, camisetas y stickers a ferreterías en todo el país.
- Se compró dos camiones para la distribución de herramientas.
- Se implementó el uso de reportes de importaciones más precisos y actuales lo cual ha permitido sentir el pulso de la competencia con mucha precisión.
- Se logró gestionar una exportación de machetes a Colombia, plaza muy difícil para la venta de productos no locales.
- A fin de año se importó un torno copiador especial para implementar nuevos productos de madera como lo son el cabo de zapapico, azadón, azadita y combo.
- Se introdujo dos nuevos productos que remplazan directamente tipos de machete de importación: La machetilla y el barrigón.
- Se implemento remaches tropicalizados que brindan un beneficio en apariencia y en calidad con respecto al remache de acero.
- Dando cumplimiento a las disposiciones de la Superintendencia de Compañías se realizó la auditoría de los estados financieros y balances. La auditoría indica que los estados financieros se presentan de manera correcta y con los respaldos respectivos.

Plan de trabajo 2007.

- Buscar una vía de distribución directa en Guayaquil y la provincia del Guayas o ampliar el numero de distribuidores.
- Extender la campaña radiofónica y homologarla a nivel nacional para un mejor reconocimiento, además de iniciar una campaña para los productos de marca Águila.
- Aumentar la venta a importadores directos de herramientas para lograr una sustitución de los productos de la competencia.
- Seguir la labor de introducción de los productos de la empresa a Colombia que se inicio en el 2006.
- Cambio a una camioneta nueva con furgón más adecuada para la tarea de despachos de mercadería.
- Implementación de los nuevos productos de madera: Palos de zapapico, azadón, azadita y combo.
- Lanzar los siguientes productos: pala “española” tipo bellota, excavadora pequeña y pala con mango metálico.
- Proyecto de producción de barras, puntas y cinceles.
- Búsqueda de materia prima e insumos como lijas, piedras de esmeril, bronce y similares de menor costo.
- Diversificar la producción y buscar nuevos productos que fabricar con la misma maquinaria y personal.