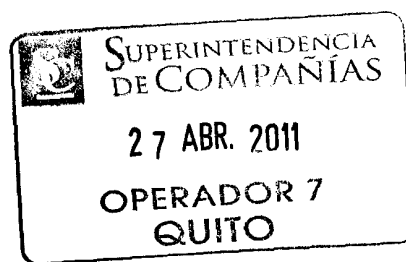


TEXTIL ECUADOR S.A.

Informe Anual de Labores 2010



Innovando constantemente
hacia el progreso.

INDICE

• DIRECTORIO	1
• COMITÉ GERENCIAL	1
INFORME DE ACTIVIDADES	
• INTRODUCCION	2
• ENTORNO ACTUAL	2 - 3
• ADMINISTRACION Y FINANZAS	3
• COMERCIALIZACION	
MERCADO NACIONAL	3
ALMACENES	4
CONFECCION	4
EXPORTACIONES	4
ESTAMPACIÓN	4 - 5
RESULTADOS	5
RENTABILIDAD	5 - 6
CREDITO	6
• OPERACIONES	
PRODUCCIÓN	6
COSTOS DE PRODUCCIÓN	6 - 7
• RECURSOS HUMANOS	7
• RESULTADOS FINANCIEROS	7 - 8
• CONCLUSIÓN	8
• ESTADOS FINANCIEROS	
BALANCE GENERAL	9
REPORTE DE INDICES	10
ESTADOS DE RESULTADOS	11
CONCILIACION TRIBUTARIA	12

DIRECTORIO 2009 - 2011

PRESIDENTE Sr. Eduardo Pérez Andrade

DIRECTORES: Ing. Eduardo Pérez Darquea
Ing. Daniela Espinosa Córdova
Dra. Cecilia Falconí Pérez
Ing. Ernesto Noboa Vallarino
Ing. Santiago Arias Velasco

COMITÉ GERENCIAL

PRESIDENTE EJECUTIVO	Fernando Pérez D.
GERENTE FINANCIERO	Diego Rodas G.
GERENTE ADMINISTRATIVA	Marcela Moreano E.
GERENTE DE PRODUCCION	Alicia Leiva B.
GERENCIA DE COM. EXTERIOR	Tania Acosta M.

TEXTIL ECUADOR S.A.
INFORME DE ACTIVIDADES 2010
PRESIDENCIA EJECUTIVA

A los Señores Accionistas:

Pongo a consideración de ustedes el presente informe de actividades correspondiente al ejercicio económico 2010.

1. INTRODUCCION

El año 2010, significó para Textil Ecuador S.A, un periodo de recuperación a todos los inconvenientes por los que atravesó en el periodo precedente, el cual se vio afectado por problemas de la economía mundial, la incertidumbre política, social y económica del país y los embates de la naturaleza, que hicieron que la operación de la empresa sea muy complicada en muchos aspectos.

Iniciamos el año con un repunte importante de la demanda nacional sobretodo en lo que respecta a nuestro producto más importante, la Tela Hindú; así como también en nuestra línea de producto confeccionado, donde las cadenas de distribuidores de nuestro producto volvieron sus ojos a la producción nacional por el alza de aranceles establecidos por el Gobierno.

Es importante mencionar que nuestra marca Casalinda se va posicionando cada vez mejor en el mercado nacional. Nuestra relación con las grandes cadenas ha ido solidificándose cada vez más y nuestro departamento de mercadeo ha realizado una excelente labor en promocionar nuestros almacenes que son ya reconocidos como una excelente alternativa en artículos para el hogar.

2. ENTORNO ACTUAL

La economía ecuatoriana durante 2010, tuvo un crecimiento según el gobierno de 3.10%; con una inflación del 3.33%, inferior a la registrada el año anterior y la tasa de interés activa corporativa fue 9% promedio, inferior a la registrada el año anterior.

La economía mundial tuvo una ligera recuperación de la crisis sufrida en 2009, el precio del petróleo se estabilizó durante el año y la economía ecuatoriana no sufrió los embates de la crisis mundial como en principio se esperaba; sin embargo, las remesas sí sufrieron una disminución muy significativa durante el 2010.

Una situación muy complicada que tuvimos que soportar en el último trimestre del año fue el alza desmedida de las materias primas en todos los sectores de la industria en el mundo. El sector textil sufrió el desmedido incremento de precios del algodón, que es nuestra principal materia prima, incremento que fue de más del 100% comparativamente con el primer semestre del año y no existe luces que permitan determinar hasta cuando se dará este fenómeno, ya que hasta la actualidad dicha tendencia se mantiene en el mundo entero y ha llegado ya a niveles mayores del 300% con relación al año anterior.

Ante esta situación, con el grave peligro de que exista un desabastecimiento mundial, nos vimos obligados a comprar algodón a precios altos pero nos hemos garantizado existencias que nos permitan operar tranquilamente el primer semestre, a la espera de la cosecha nacional o de que los precios mundiales se estabilicen.

Se estima que en el año 2011 la economía ecuatoriana puede crecer un 4.5% a 5%, que la inflación sea del 3%, según datos oficiales; y que la tasa de interés se mantengan en niveles del 9%. El presente año inició con una fuerte elevación de los salarios para los trabajadores en el orden del 10% y nuevas disposiciones legales aun no muy claras; lo que genera gran incertidumbre en el país.

3. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Durante el año 2010, no hubo cambio en la estructura administrativa; continuamos con la política de austeridad dentro de los gastos. El cumplimiento con los proveedores, el fisco, y los trabajadores, se realizaron de forma cumplida. El flujo de caja, se manejó dando prioridad a la producción, lo que permitió que ésta se desarrolle en forma normal. Se dio cumplimiento con la entrega, de los dividendos correspondientes al ejercicio 2009, decretados en la Junta General de Accionistas del 2010.

Los sueldos del personal fueron revisados a inicios de año por parte de la empresa, para todo el personal sobre la base del contrato colectivo firmado en Diciembre del 2009 y que se mantiene vigente hasta diciembre del 2011.

4. COMERCIALIZACION

Las ventas durante el 2010, tuvieron un crecimiento significativo, el más alto de los últimos años y presentaron un crecimiento del 20.93%, con relación al año anterior. Las ventas del año estuvieron distribuidas con un 95.67% en el mercado nacional y un 4.33% en exportaciones. El mercado local de telas creció un 23.95%, la confección local se incrementó en 23.94% y los servicios de estampación se incrementaron en 3.67%. La exportación decreció, frente al año 2009, en el orden del 8.84%.

4.1 Mercado Nacional

Nuestro mercado de Otavalo tuvo un repunte muy significativo desde inicios de año, la demanda de los productos de este mercado se mantuvo alta durante todo el 2010, lo que permitió que nuestra producción se mantenga estable. Además los otros productos del mercado nacional también tuvieron una demanda constante y a la alza.

En lo referente a la línea confeccionada de productos para el hogar, también presento una demanda constante durante todo el ejercicio, las cadenas realizaron programaciones de colecciones durante todo el año y adicionalmente se realizaron negocios con empresas de consumo masivo, con productos promocionales, consiguiendo un crecimiento anual del 23.94%.

La venta de telas en el mercado nacional representó el rubro más importante del total de ventas del año 2010. El 69% de estas ventas fueron realizadas a nuestros distribuidores en Quito, Otavalo, Guayaquil, Cuenca, Ambato, entre las principales plazas, y un 31% en nuestros almacenes propios, con un decrecimiento de las ventas de éstos.

4.2 Almacenes

Nuestros almacenes se constituyen en una parte importante de la estructura de ventas, siendo este año el 24% del total de las ventas nacionales, inferior en 1% al año anterior. En el 2010, tuvimos un crecimiento del 19% con relación a las ventas del año 2009, esto se debe al repunte general de ventas.

En volumen de ventas, el Almacén Norte pasó a ser el más importante, superando al Almacén Centro, el que le sigue muy de cerca. En rentabilidad, nuestro mejor almacén es el Almacén Tumbaco con el 53.35% de margen de contribución bruta, seguido muy de cerca por los locales de Guayaquil y Cuenca, todos estos destinados a la línea CASALINDA. El menos rentable continúa siendo el Almacén Villa Flora con el 18.91%, superando el nivel alcanzado en el año anterior, el mismo que continúa con su labor de válvula de salida de nuestros saldos y telas de segunda, las cuales son castigadas en el precio para poder liquidarlas.

4.3 Confección

Las ventas de nuestros productos confeccionados, representan el 26.39% del total de ventas, comercializados bajo nuestra marca CASALINDA, las mismas que durante el 2010 tuvieron un crecimiento del 23.94%, frente a las ventas realizadas en el periodo 2009, muy interesante considerando el enfoque realizado por la empresa en el empuje dado a esta línea de productos.

En el mercado nacional, la principal forma de distribución es mediante la venta a las grandes cadenas de almacenes, siendo nuestros principales clientes Sukasa, Corporación La Favorita y entre otros. Otro medio de comercialización de nuestros productos, con un crecimiento significativo, es mediante la venta de productos promocionales, mercado donde clientes como Yanbal, Samcela y Comandato son los más importantes.

Adicionalmente se realizaron exportaciones de productos confeccionados, principalmente a Venezuela y Panamá, a un cliente que lo mantenemos ya por varios años.

4.4 Exportaciones

La empresa no ha realizado mayores esfuerzos de crecimiento de sus exportaciones debido a que en este momento la competencia con los países asiáticos es muy dura y los márgenes de rentabilidad no son atractivos.

Las exportaciones en el año 2010 tuvieron un decrecimiento del 8.84%, con relación a las ventas del año pasado. En el presente año, las exportaciones representaron el 4.33% del total de ventas. El principal producto que vendemos en Colombia es nuestra tela de bolsillo, la cual ha tenido una buena aceptación tanto por la calidad del producto como por el cumplimiento oportuno en los despachos, además continuamos atendiendo dicho mercado para una adecuada utilización de nuestra infraestructura.

4.5 Estampación

Las ventas del servicio de estampación representaron el 4.76% del total de ventas del año 2010, con un crecimiento del 3.67% con relación a las ventas del año anterior. Durante el presente periodo, el servicio de estampación para clientes, mantuvo el

crecimiento iniciado el 2009, como consecuencia de la reactivación del mercado de las empresas de tejido de punto.

4.6 Resultados

Durante 2010, las ventas de la Compañía ascendieron a US\$ 8.287,7 miles, con el siguiente desglose, expresadas en miles de dólares:

DESTINO	2.009	2.010	%
Mercado local	4.343,7	5.388,2	24.1%
Confección	1.739,7	2.156,2	23.9%
Exportación	388,5	354.2	- 8.8%
Estampación	375,3	389.1	3.7%
Total	6.847,2	8.287,7	21.0%

Los descuentos por pronto pago, durante 2010 ascendieron a US\$ 115.9 miles, que representaron el 1.4% de las ventas, con lo cual las ventas netas de la Compañía se ubicaron en US\$ 8.171,8 miles.

El detalle en metros y precio promedio, de las cifras indicadas anteriormente, es como sigue:

DESTINO	2009	2010	%
Mercado local	2'905.859	3'280.865	12.9%
Dólares / mt.	1.46	1.61	10.3%
Confección	326.356	337.560	3.4%
Dólares / unid.	5.33	4.98	7.0%
Exportaciones	333.152	297.743	-10.6%
Dólares / mt.	1.17	1.19	1.7%
Estampación	800.903	807.225	0.8%
Dólares / mt.	0.47	0.48	2.1%

Del cuadro anterior, las variaciones más significativas se presentan en el incremento en el volumen del mercado local, por la recuperación del mercado de Otavalo y en general de todo el mercado nacional y el incremento en el precio de venta del mismo mercado, ya que la alta demanda permitió la elevación de precios durante el ejercicio económico; el incremento en el precio promedio de confección, situación que corresponde al mix de los productos vendidos; en cuanto al mercado de exportación se observa un decrecimiento en el volumen, debido a lo poco atractivo de la rentabilidad.

4.7 Rentabilidad

El margen de contribución bruta de la Compañía fue del 28.35%, superior al nivel alcanzado en el año 2009, originado por el incremento de los costos de producción y el

adecuado traslado a los precios de venta, basados en la fuerte demanda de los productos a nivel nacional. Esto representó una utilidad bruta de US\$ 2.316,6 miles, superior en un 22% frente al año anterior.

El rubro que presentó una mejor rentabilidad, durante 2010, como en años anteriores, fue el de confección en el mercado nacional que logro una rentabilidad del 38%, igual al año anterior; la telas, localmente tuvieron una rentabilidad del 26.1%, superior al año anterior en 0.8%; el mercado de exportación presentó un decremento de 2.8%, al ubicarse en 18.5%; y, el servicio de estampación tuvo un decremento de 6.3%, ubicándose en el 15.4% de rentabilidad.

4.8 Crédito

En relación con los días de recuperación de la cartera en el mercado nacional, este fue en promedio de 37 días, inferior que el año anterior, en 7 días, originados principalmente, por la mezcla entre los pagos de contado y los créditos de 45 y 60 días otorgados a las cadenas y otros distribuidores. En lo relacionado con la recuperación de las exportaciones, promedio fue de 77 días superior en 8 días, con relación al año 2009, originado por los anticipos en las exportaciones del 25% y un adecuado cumplimiento en el plazo pactado que es 90 días. En promedio la recuperación de la cartera fue de 35 días, 9 días menos que el año anterior.

5. OPERACIONES

5.1 Producción

En el año 2010, la producción estuvo encaminada a satisfacer la demanda de los clientes en términos de productos y volúmenes, la misma que se mantuvo durante todo el ejercicio económico trabajando 168 horas semanales, procurando cumplir con los pedidos de los clientes en forma puntual, evitando el crecimiento de inventarios

La producción del año ascendió a 3'781.226 metros, superior en 347.181 metros, lo que representa un incremento del 10%, frente al 2009. En lo relacionado con el número de kilos producidos tenemos que en el presente año se produjeron 703.436, superior en 66.148 que representa un crecimiento del 10%, frente al año anterior. En el peso promedio por metro, durante el 2010 se produjo una mezcla de 186.03 gramos por metro, similar al peso promedio del 2009.

Durante el año 2010 la inversión en repuestos, para el mantenimiento de la maquinaria, fue reforzada para lograr que la maquinaria pueda cumplir con los requerimientos de producción y su inversión durante el periodo ascendió a un monto US\$ 331 miles, superior en US\$ 146.2 miles al 2009, sin embargo las necesidades cada vez son mayores para mantenerla en condiciones de óptima operatividad.

5.2 Costos de Producción

El consumo de algodón fue de 622.994 kilos, superior en 56.329 kilos, en comparación con el 2009; el costo promedio fue US\$ 2.19 por kilo; superior al costo del año anterior, en US\$ 0.50; con una fuerte tendencia a la subida. En lo referente al poliéster el consumo fue de 81.031 kilos, superior en 13.279 kilos frente al año precedente, el costo promedio de US\$ 1.91 por cada kilo; superior al 2009 en US\$ 0.35 por kilo;

adicionalmente se utilizó 42.422 kilos de hilo de poliéster texturizado a un costo promedio de US\$ 2.83 y 1.564 kilos de fibra viscosa a un costo de US\$ 3.41.

Los insumos y pigmentos de estampación de las telas, fueron importados, como en los últimos años, excepto en el 2009; mientras que los químicos para engomados y productos auxiliares para el acabado de telas, se compraron localmente. La negociación con los proveedores fue clave para lograr el adecuado abastecimiento y no afectar a la producción.

Los costos de mano de obra se incrementaron en 22%, superior a los incrementos ocurrido en años pasados que llegaban al 5%, dicho incremento se origina por la incorporación a la nomina de todo el personal que antes se encontraban bajo contrato a plazo a gozar de los beneficios normales de la empresa; el aumento de remuneraciones establecido en el contrato colectivo, principalmente; el costo por trabajo extra, también se vio incrementado, ya que las necesidades de producción así lo requirieron con trabajos en fines de semana.

Los otros costos de producción, fueron controlados en forma adecuada, basados en la política de austeridad, los mismos que se incrementaron en un 7%.

6. RECURSOS HUMANOS

El número total de trabajadores es de 265, frente a los 260 del año 2009, los cuales pertenecen a Textil Ecuador en su totalidad. El incremento en el personal se origina principalmente por la incorporación de los trabajadores discapacitados y un técnico en seguridad industrial, requeridos por Ley.

Es importante mencionar en este acápite, la colaboración y el nivel de compromiso demostrado por todo el personal, en el desarrollo de las actividades de la empresa. Continuamos con la tradición de efectuar eventos deportivos y sociales con la participación de todo el personal, donde se refleja el nivel de compañerismo del personal.

7. RESULTADOS FINANCIEROS

Los ingresos netos de la Compañía, por ventas ascendieron a US\$ 8.171.8 miles, lo que representó un incremento frente al 2009 de un 20.9%. El margen de contribución bruta se ubicó en el 28.35%, superior al 2009 en 0.25%, lo que representó un monto de US\$ 2.316.6 miles.

Los gastos de administración representaron el 11.69% de las ventas en un monto de US\$ 955.6 miles, superior en 5.6% con relación al año 2009 y los gastos de venta fueron 10.3% de las ventas con un valor de US\$ 839.1 miles, superior en 17.2% frente al año anterior, debido a los gastos incurridos en material de empaque por el crecimiento en las ventas del producto confeccionado y los gastos de sueldos y beneficios por la incorporación de todo el personal a los beneficios de la empresa. Los gastos financieros significaron 1.34% de las ventas, con un valor de US\$ 109.5 miles, superior en 21.1% frente al 2009.

Adicionalmente, durante el año 2010, la Compañía tuvo gastos adicionales tales como: pagos de jubilación patronal durante el año por un monto US\$ 100.8 miles, incremento

en la provisión de jubilación patronal por US\$ 158.8; pago de desahucio al personal que se retiro de la empresa por US\$ 23.6 miles, incremento en la provisión de cuentas incobrables por US\$ 7.4 miles, entre los principales.

Como contraposición de los gastos anteriores, la Compañía logró ingresos no operacionales por un monto de US\$ 33.8 miles, por utilidad en venta de activos fijos, utilidad en venta de desperdicios, y otros como intereses financieros.

El resultado final del ejercicio, arrojó una utilidad de US\$ 152.4 miles, superior en 75.3% frente al 2009. La utilidad se distribuye de la siguiente manera: US\$ 23.3 miles para los trabajadores, US\$ 33.0 miles de impuesto a la renta y una apropiación para reserva legal de US\$ 9.6 miles. Una vez deducidos estos conceptos, el valor disponible para los accionistas es de US\$ 86.5 miles. Es recomendación de esta administración dicho monto destinar para repartir a los accionistas en forma obligatoria durante el segundo semestre del presente año cuando las circunstancias de la Compañía, en lo relacionado con el flujo de caja lo permita.

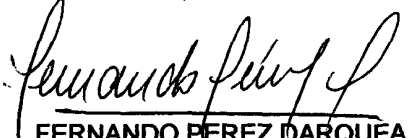
8. CONCLUSIÓN

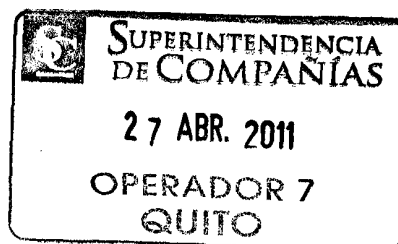
El año 2010 fue un año que permitió recuperar el crecimiento en ventas y operaciones, en compensación con la baja sufrida en el 2009, pues el reto que se presentó durante todo el ejercicio económico nos obligó a estar muy atentos en la toma de decisiones de toda índole para garantizar la operación del negocio.

Quiero dejar sentado mi más sincero agradecimiento a los accionistas por la confianza depositada en mi persona y de manera especial al Sr. Eduardo Pérez Andrade, Presidente del Directorio, por su sabio consejo y apoyo constante a mi gestión.

También quiero expresar mi gratitud al excelente grupo de ejecutivos que tengo, con quienes hemos construido un gran equipo de trabajo, comprometidos con la organización, con la agilidad de maniobra y la creatividad en el diseño de productos. Agradezco también a los empleados y trabajadores de Textil Ecuador S.A., por su esfuerzo y colaboración en el trabajo realizado durante el año, que nos permitió afrontar satisfactoriamente las diversas situaciones que se presentaron.

Atentamente,


FERNANDO PEREZ DARQUEA
Presidente Ejecutivo



TEXTIL ECUADOR S.A.
BALANCE GENERAL
U.S. Dólares

	2010		2010
ACTIVOS		PASIVOS	
Caja bancos	21.737	Deuda bancaria corto plazo	610.472
Cartera y varios deudores	877.423	Proveedores	618.890
Inventarios	2,212.450	Intereses por pagar	9.837
Pagos anticipados	104.960	Otros pasivos corrientes	603.382
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	3,216.570	TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,842.581
ACTIVO FIJO NETO	898.763	Obligaciones Largo Plazo	74.231
		Jubilación patronal	789.777
OTROS ACTIVOS	808	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	864.008
		TOTAL PASIVOS	2.706.589
		PATRIMONIO	1,409.552
TOTAL ACTIVOS	4,116.141	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	4,116.141

**TEXTIL ECUADOR S.A.
INDICES FINANCIEROS**

2010

INDICES DE LIQUIDEZ	
Efectivo y equivalentes de efectivo	0.49
Pasivo corriente	
Activo corriente	1.75
Pasivo corriente	
INDICES DE ENDEUDAMIENTO	
Pasivo corriente	1.31
Patrimonio de accionistas	
Pasivo total	1.92
Patrimonio de accionistas	
Patrimonio de accionistas	0.34
Activo total	
INDICES DE RENTABILIDAD	
Utilidad neta	2.22%
Activo total	
Utilidad neta	6.48%
Patrimonio de accionistas	
Utilidad neta	1.12%
Ventas netas	
INDICES DE EFICIENCIA	
Ventas netas	2.00
Activo total	
Ventas netas	9.09
Activo fijo	
DIAS DE ROTACIÓN	
Cartera	37 días
Producto terminado	56 días

TEXTIL ECUADOR S.A.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

US Dólares

	2010	% sobre ventas
VENTAS:		
Exportación	354.197	
Locales	7.428.528	
Estampación	389.071	
TOTAL DE VENTAS	8,171.796	100%
COSTO DE VENTAS	5,855.235	71.65%
UTILIDAD BRUTA	2.316.561	28.35%
GASTOS DE COMERCIALIZACION	839.086	10.27%
UTILIDAD DE NEGOCIO	1.477.475	18.08%
GASTOS DE ADMINISTRACION	955.614	11.69%
UTILIDAD DE OPERACIÓN	521.861	6.39%
GASTOS FINANCIEROS	109.535	1.34%
OTROS GASTOS (NETO)	259.886	3.18%
UTILIDAD EJERCICIO	152.440	1.87%

TEXTIL ECUADOR S.A.		
CONCILIACION TRIBUTARIA		
AÑO 2010		
UTILIDAD AL 31 DE DICIEMBRE 2010		152.440
(MAS) GASTOS NO DEDUCIBLES		2.861
Intereses y multas tributarias	2.861	
BASE PARA CALCULO 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		155.301
15% PARTICIPACION LABORAL		23.295
UTILIDAD GRAVABLE		132.006
IMPUESTO A LA RENTA		33.002
(-) ANTICIPOS		62.238
Retenciones en la fuente 2010	57.045	
Anticipo Impuesto a la Renta	5.193	
VALOR A FAVOR DE LA COMPAÑÍA		-29.236
RESERVA LEGAL		9.614
NETO DISPONIBLE PARA ACCIONISTAS		86.529