

TEXTIL ECUADOR S.A.
INFORME DE ACTIVIDADES 2006
PRESIDENCIA EJECUTIVA

A los Señores Accionistas:

Pongo a consideración de ustedes el presente informe de actividades correspondiente al ejercicio económico 2006.

1. LA EMPRESA

Textil Ecuador S.A. es una empresa fundada en 1940, dedicada a la producción, transformación y comercialización de productos textiles. Nuestra planta y oficinas se encuentran localizadas en la Parroquia de Amaguaña, y es considerada como una de las más importantes fuentes de trabajo del sector. En la actualidad trabajan en forma directa 253 personas.

Nuestros productos son de tejido plañ, elaborados con fibras de 100% algodón y mezclas con fibras sintéticas como poliéster y viscosa. Estos están enfocados para un uso final en la industria, vestuario y hogar, y son distribuidos principalmente en el mercado local y exportamos en un porcentaje menor a Colombia y Venezuela. Es importante mencionar nuestra línea hogar CASALINDA, se los puede encontrar en las mayores cadenas de almacenes del país así como en nuestros locales propios.

Durante el presente año se han cumplido con todas las disposiciones emitidas por la Junta General de Accionistas, excepto por la falta de la entrega efectiva de los dividendos a los accionistas durante el presente ejercicio económico, tal como lo había dispuesto y el Directorio de la Compañía.

2. ENTORNO ACTUAL

El año terminó con un crecimiento de la economía en un 4.3%, que en la práctica significa un ligero descenso frente al año 2005, que fue del 4.74, con una inflación del 2.87%, inferior a la obtenida el año anterior y la tasa de interés activa corporativa fue 9.8% promedio.

La actividad económica, durante el 2006, se desarrolló en un contexto internacional bastante favorable para el Ecuador, con factores como el precio del petróleo siguió con precios bastante altos; una gran liquidez en los mercados financieros, tasas de interés estables y remesas de los emigrantes en ascenso.

Sin embargo internamente, la situación tuvo complicaciones a consecuencia de la falta de políticas para la consolidación de los sectores no petroleros, no se llegó a un acuerdo en el tema del TLC, el mismo que representaba una gran expectativa para los sectores productivos. Al ser un año electoral el Gobierno no tomó decisiones que ayudaran a fortalecer la economía y se dejó que la misma se desarrolle sin claridad.

El Gobierno debe tomar acciones firmes que conduzcan a un fortalecimiento del aparato productivo y un mejor control de los costos de los servicios públicos y financieros, y un mejor direccionamiento del crédito por parte del sector financiero.

Para el sector textil en general, fue un año muy complicado, pues el mercado nacional sigue siendo víctima de un contrabando desaforado que ha invadido todo el mercado. En el ámbito internacional, la presencia de productos de la China y de la India hacen que la competencia sea cada vez más dura, y nos obliga a buscar nichos en el mercado para poder acceder a un pedazo de la torta. El tema precios es cada vez más importante en la decisión de compra de los clientes y es eso los países asiáticos son los líderes.

Se estima que en el año 2007 la economía ecuatoriana puede crecer un 3.5%, que la inflación sea del 2.7%, según datos oficiales; y que las tasas de interés bajen a un 10%. Sin embargo, la mayor preocupación de la industria nacional textil es el gran problema que se ha constituido desde hace muchos años ya, el contrabando. Todas las gestiones que se han realizado con los gobiernos de turno no han dado ningún resultado, es más el crecimiento es cada vez más preocupante.

3. ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Durante el año 2006, la Empresa se mantuvo con la misma estructura administrativa, se continuó con una política de austeridad dentro de los gastos. El cumplimiento con los proveedores, el fisco, y los trabajadores, tuvo un sus complicaciones ya que la incertidumbre que se vivió a raíz de las elecciones hizo que los clientes se tomaran más tiempo en realizar sus pagos de las políticas originalmente acordadas. Al final, se consiguió manejar el flujo dando prioridad a la producción, lo cual permitió que ésta se desarrolle en forma adecuada. Desgraciadamente, este problema de liquidez no nos permitió poder entregar las utilidades a los accionistas de acuerdo a lo convenido en la Junta General de Accionistas del 2005.

Los sueldos del personal fueron revisados en el año por parte de la empresa, lo que representó un incremento promedio del 6.5%, para el personal administrativo y del 6.0%, en el personal operativo, en base al contrato colectivo firmado en Diciembre del 2005

4. COMERCIALIZACION

Las ventas del año 2006 continuaron con el crecimiento sostenido que viene teniendo la empresa desde hace ya algunos años, pues tuvimos un crecimiento del 7.9% con relación al año 2005. Este crecimiento es mayor al crecimiento del sector, el cual se calcula en un 3% con relación al 2005. Las ventas del año estuvieron distribuidas con

un 91.7% en el mercado nacional y un 8.3% en exportaciones. El mercado local de telas tuvo un incremento del 5.8%, la confección local creció en 7.5% y los servicios de estampación crecieron un 124.7%. La exportación representó disminución frente al año 2005, en el orden del 9%.

4.1 Mercado Nacional

El año 2006 mantuvo un buen nivel de demanda de productos, pero existía una continua reducción de los márgenes de rentabilidad; por este motivo, la empresa tomo la decisión de hacer un incremento de precios del orden del 5% a todos los artículos, en el mes de septiembre, con el objeto de cubrir en parte incremento en los costos de producción. Este incremento surtió el efecto esperado pues logramos recuperar en algo los puntos de rentabilidad que habíamos perdido. Continuamos con la producción de nuestros productos tradicionales como la tela hindú, los lienzos, popelinas estampadas, en menor volumen que años anteriores, telas de decoración, y de nuestra línea confeccionada de hogar.

Sin lugar a dudas, nuestra tela hindú ha sido nuestro producto estrella, representando el 34% de nuestras ventas totales, los cuales se realizan principalmente en el mercado nacional.

La venta de telas en el mercado nacional representó el rubro más importante del total de ventas del año 2006. El 75.7% de estas ventas fueron realizadas a nuestros distribuidores en Quito, Otavalo, Guayaquil, Cuenca, Ambato, entre las principales plazas, y un 24.3% en nuestros almacenes propios.

4.2 Almacenes

Nuestros almacenes se constituyen en una parte importante de la estructura de ventas, siendo este año el 24.3% del total de las ventas nacionales. En el 2006, tuvimos un crecimiento del 1.44% con relación a las ventas del año 2005, esto se debe a un crecimiento de las ventas al por menor.

En volumen de ventas, el Almacén del Centro sigue siendo el más importante, seguido muy de cerca por el Almacén Norte. En rentabilidad, nuestro mejor almacén es el Almacén Tumbaco con el 50.08% de margen de contribución bruta. Cabe anotar que este nuevo punto de venta se lo abrió en el mes de Mayo. El menos rentable es el Almacén Villaflora con el 16.85%, pero es nuestra 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 tuvieron un crecimiento interesante. En el mercado nacional, nuestros principales clientes son las grandes cadenas de almacenes como Sukasa, Megamaxi, y De Pratti, adicionalmente se realizaron exportaciones, principalmente a Venezuela y Costa Rica. Las ventas representaron el 13.1% del total de ventas, un incremento del 6.3% con relación al

año anterior. Desgraciadamente ha sido muy difícil el crecer en los mercados internacionales con nuestros productos debido a que la competencia es muy dura contra los productos asiáticos sobretodo en la línea hogar.

En el año 2006, continuamos con la administración directa del taller de confección, con lo que se pudo controlar de una manera más efectiva la producción de los artículos. Terminamos el año con 19 operadoras trabajando en un turno de lunes a viernes, sin embargo tenemos la flexibilidad de aumentar o disminuir la producción de este taller de acuerdo a la demanda que tengamos.

4.4 Exportaciones

Las exportaciones en el año 2006 tuvieron una significativa disminución con relación a las ventas del año pasado. En el 2006, las exportaciones representaron el 8.3% del total de ventas, con una disminución del 9% con relación al 2005. Esta disminución de originó en los problemas que enfrentaron los confeccionistas colombianos en el mercado americano, como resultado del levantamiento de cuotas de la exportaciones chinas.

Del total de ventas de exportación, el 34.2% a Incoco, una industria dedicada a la confección; el 31.2% corresponde a nuestro antiguo cliente Almacenes SI en Cali,. Un 11.1% de las ventas corresponde a las ventas de productos confeccionados a clientes de Venezuela y Costa Rica.

Se esperaba que el año 2006 se mejore las ventas a Colombia, como consecuencia de la firma del TLC, sin embargo este no se llegó a firmar, y no se pudo concretar el crecimiento esperado debido a que la competencia en este mercado es muy dura debido a la invasión de textiles asiáticos que el mundo esta enfrentando.

4.4 Estampación

Las ventas del servicio de estampación representó el 5.6% del total de ventas del año 2006, con un crecimiento del 124.7% con relación a las ventas totales del año 2005. Este mercado tuvo un crecimiento sumamente importante debido a que dos clientes llegaron a demandar el servicio por contratos grandes logrados por ellos.

Los volúmenes de producción de la planta de estampación se incrementaron principalmente a la demanda de servicio por parte de terceros y en lo relacionado con la estampación propia continuamos con la producción de nuevos diseños de estampación de nuestra línea hogar y decoración debido a que el mercado exigió una mayor variedad de diseños por la gran competencia existente. La estampación sigue siendo nuestra principal ventaja competitiva en el mercado local.

4.5 Resultados

Durante 2006, las ventas de la Compañía ascendieron a US\$ 5.687.5 miles, con el siguiente desglose, expresadas en miles de dólares:

DESTINO	2.005	2.006	%
Mercado local	4.001.3	4.239.7	5.9%
Confección	623.2	668.6	7.3%
Exportación	509.2	463.6	- 9.0%
Estampación	140.5	315.6	124.6%
Total	5.274.2	5.687.5	7.8%

Los descuentos por pronto pago, durante 2006 ascendieron a US\$ 85.8 miles, que representaron el 1.51% de las ventas, con lo cual las ventas netas de la Compañía se ubicaron en US\$ 5.601.7 miles.

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

DESTINO	2005	2006	%
Mercado local	3'160.064	3'267.580	3.4%
Dólares / mt.	1.24	1.27	2.4%
Confección	271.817	207.997	- 23.5%
Dólares / unid.	2.29	3.21	40.2%
Exportaciones	462.806	465.689	0.6%
Dólares / mt.	1.10	1.00	23.6%
Estampación	437.241	948.876	117.0%
Dólares / mt.	0.32	0.33	3.1%

En lo relacionado con el precio promedio de venta en el mercado nacional, se puede apreciar un incremento del 2.4%, originada principalmente por el incremento de los precios de venta realizada en el mes de septiembre, de un 5%; la confección tuvo una disminución del 40.2% en el precio promedio de ventas, debido al mix de productos vendidos y el servicio de estampación tuvo un incremento 3.1%. Los precios de exportación se mantuvieron estables.

4.6 Rentabilidad

El margen de contribución bruta de la Compañía fue del 25.52%, inferior al nivel alcanzado en el año 2005, originado por el incremento en los costos de producción y por la no oportuna subida de precios por la inestabilidad del mercado. Esto representó una utilidad bruta de US\$ 1.428,8 miles, inferior en un 2.3% frente al año anterior.

El rubro que presentó una mejor rentabilidad, durante 2006, fue el de confección en el mercado nacional que logro una rentabilidad del 32.5%, inferior en 3.2% en relación al año anterior, la telas, localmente tuvieron una rentabilidad del 27.2%, inferior en 2.3% frente al año anterior, el mercado de exportación presentó una disminución de 5.05%, al ubicarse en 12.2%, y el servicio de estampación un incremento de 5.4%, ubicándose en el 7.6% de rentabilidad.

4.7 Crédito

En relación con los días de recuperación de la cartera en el mercado nacional, este fue en promedio de 33 días, igual que el año anterior, 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, la recuperación promedio fue de 51 días superior en 13 días, con relación al año, originado por el anticipo del 30% en los pedidos de tela bolsillo, cuyo plazo es 90 días. En promedio la recuperación de la cartera fue de 36 días, 2 días más que el año 2005.

5. OPERACIONES

5.1 Producción

En el año 2006, la producción estuvo encaminada a satisfacer la demanda de los clientes en términos de productos y volúmenes, la misma que se mantuvo constante durante todo el año.

La producción del año ascendió a 4'071.706 metros, superior en 103.888 metros, lo que representa un crecimiento del 2.6%, frente al 2005. En lo relacionado con el número de kilos producidos tenemos que en 2006 se produjo 716.920, superior en 9.286 kilos, que representa un crecimiento del 1.3%, frente al año anterior. En el peso promedio por metro, en 2006 se produjo una mezcla de 176.07 gramos por metro, inferior al peso promedio del 2005, que fue de 178.34 gramos por metro.

Es importante mencionar que en el año 2006 se realizó la inversión en repuestos, para el mantenimiento de la maquinaria, en base a créditos de la banca, pero debido a la antigüedad de nuestra maquinaria, fue insuficiente, por lo que durante el 2007 deberemos realizar una inversión mayor en este rubro.

5.2 Costos de Producción

El consumo de algodón fue de 672.128 kilos, con un costo promedio de US\$ 1.60 por kilo; superior al costo del año anterior, en US\$ 0.14. En lo referente al poliéster el consumo fue de 75.981 kilos, con un costo promedio de US\$ 1.80 por cada kilo; superior al 2005 en US\$ 0.11 por kilo; adicionalmente se utilizó 41.185 kilos de hilo de poliéster texturizado a un costo promedio de US\$ 2.40 y 3.543 kilos de fibra viscosa a un costo de US\$ 2.36.

Se continuó con la política de importar los insumos y pigmentos de estampación de las telas, y comprando localmente engomados y productos auxiliares para el acabado de telas, dentro de una política de abastecimiento adecuado.

Los costos de mano de obra se vieron incrementados por el aumento de remuneraciones establecido en el contrato colectivo y el incremento en el número de horas extras, ya que por necesidades de producción, se trabajaron los fines de semana, casi durante todo el año.

Otro rubro que se vio incrementado en el año fue el de combustibles y lubricantes por un mayor consumo de bunker en los calderos debido al mayor número de horas de trabajo, principalmente en la estampadora.

Los otros costos de producción, fueron controlados en forma adecuada, basados en la política de austeridad. El incremento del total del costo de producción fue de apenas el 10% con relación al año anterior.

6. RECURSOS HUMANOS

El número total de trabajadores es de 253, frente 258 del año 2005, los cuales 124 pertenecen a Textil Ecuador y la diferencia es contratada, siguiendo la política implementada en años anterior, a través del servicio de compañías especializadas en el tema.

Además se continuó con la tradición de efectuar el campeonato interno de indorfútbol, donde se demuestra, la unión y el compañerismo existente en la empresa.

El gran ambiente de trabajo que existe en la empresa fue demostrado en las celebraciones de fin de año que son ya tradición, los mismos que terminaron con un festejo ofrecido a todo el personal, por la Empresa, en las instalaciones deportivas.

7. RESULTADOS FINANCIEROS

Durante el año 2006 las expectativas con las que iniciamos, se fueron cumpliendo con dificultad y podemos decir que éste fue un buen año para la Compañía, a pesar del clima político de inestabilidad que existió en el país. Las acciones tomadas por la

Administración para enfrentar la desconfianza e inseguridad creada dieron su fruto, permitiéndonos terminar el año operando e iniciando este año con nuevas expectativas.

Los ingresos netos de la Compañía, por ventas ascendieron a US\$ 5.601.7 miles, lo que representó un incremento frente al 2005 de un 7.87%. El margen de contribución bruta se ubicó en el 25.6%, inferior al 2005 en 2.1%, lo que representó un monto de US\$ 1.431.8 miles.

Los gastos de administración representaron el 12.7% de las ventas en un monto de US\$ 711.6 miles, inferior en 0.4% con relación al año 2005 y los gastos de venta fueron 8.87% de las ventas en un valor de US\$ 496.7 miles, superior en 0.36% frente al año anterior. Los gastos financieros significaron 1.25% de las ventas, con un valor de US\$ 71.2 miles, superior en 3.01% frente al 2005.

Adicionalmente, durante el año 2006, la compañía tuvo movimientos adicionales por lo siguientes conceptos, tales como: realizó pagos por concepto de jubilación patronal durante el año por un monto que asciende a US\$ 95.1 miles y pago de desahucio al personal que se retiró de la empresa por US\$ 17.8 miles, entre los principales.

Como contraposición de los gastos anteriores, la Compañía logró ingresos no operacionales financieros por un monto de US\$ 13.8 miles.

El resultado final del ejercicio, arrojó una utilidad de US\$ 49.7 miles. La utilidad se distribuye US\$ 7.7 miles para los trabajadores, US\$ 8.2 miles de impuesto a la renta, deducido la amortización de pérdidas de ejercicios anteriores, por US\$ 10.9 miles y una apropiación para reserva legal de US\$ 3.4 miles. Una vez deducidos estos conceptos, el valor disponible para los accionistas es de US\$ 30.5 miles. Es recomendación de esta administración dicho monto destinar a una reserva facultativa a libre disposición de los accionistas, para repartir cuando las circunstancias de la Compañía, en lo relacionado con el flujo de caja lo amerite.

8. CONCLUSIÓN

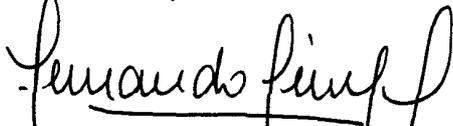
El año 2006 ha sido un año bastante complicado para la empresa pues la incertidumbre política no nos generó la confianza necesaria para poder pensar a mediano y largo plazo, sino dedicarnos a solucionar los problemas del día a día para poder cumplir con todas las obligaciones financieras para con nuestros trabajadores, proveedores, instituciones financieras, etc. Felizmente, hacia fin de año, la gran visión de nuestro directorio nos sugirió acceder a la asesoría de un grupo muy profesional en el tema de estrategias empresariales, con quienes hemos elaborado ya un plan estratégico que será una gran guía para el futuro de la empresa.

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, así como también a los miembros del Directorio de la empresa, por su invaluable guía profesional y compromiso con la empresa.

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