

UMCO S.A.

INFORME DE LOS ADMINISTRADORES A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

Señores Accionistas:

Nos es sumamente placentero comparecer ante ustedes para presentarles el informe anual, de Presidencia y Gerencia General, referente a las actividades cumplidas durante el ejercicio del año 2009.

La economía no creció, debido a la crisis mundial; y por el déficit de balanza de pagos, el gobierno colocó restricciones generando favorabilidad a la industria local y afectando las importaciones; mas los ingresos del petróleo bajaron ostensiblemente. El Gobierno, mediante préstamos del IESS, hace inversión contra cíclica, buscando paliar la crisis.

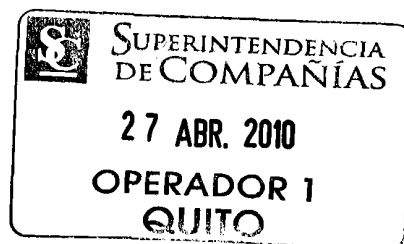
A comienzos del año, ante el riesgo de una desdolarización, la economía tuvo un fuerte frenazo hasta el inicio del II semestre. La competencia importada se encareció y facilitó las ventas de la empresa.

Particularmente, Umco presentó resultados muy positivos tanto en ventas como en utilidades, mantiene un buen nivel de competitividad respecto a fabricantes regionales de tal manera que las exportaciones han crecido, dispone de una sólida estructura del balance con un bajo nivel de endeudamiento y continúa manteniendo su liderazgo en el mercado. Actualmente Umco es una empresa sólida, competitiva y rentable.

ENTORNO POLÍTICO - ECONÓMICO - SOCIAL

El Gobierno tuvo un desempeño medio en manejo de la economía (déficit fiscal), mas fue sobresaliente en el manejo político, dominando todas las esferas del poder. Los impuestos, vía continuas reformas tributarias, pasan a ser la principal fuente de ingreso fiscal y el petróleo pasa a segundo lugar.

Se crean empresas del Estado en sectores estratégicos (minería, medicinas, cemento, etc.). Ligeros conflictos sociales entre Gobierno e indígenas. No hay oposición.



ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado muestra un decrecimiento estimado del 5% anual. Umco ha tenido un crecimiento de los ingresos de un 8 %, sin aumento de precios, resaltamos el crecimiento de almacenes de cadenas y ventas institucionales. Umco continúa manteniendo un claro liderazgo en el mercado. El alto posicionamiento logra una recordación en los consumidores, quienes nos perciben como una empresa de tradición, calidad y variedad de productos.

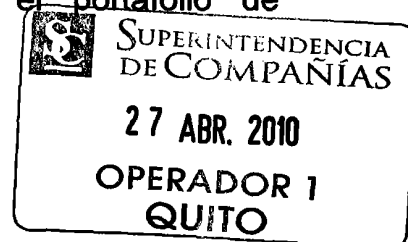
Las líneas de productos (antiadherentes, populares, industrial, ollas de presión, etc.) siguen comportándose bajo las variables típicas de su composición, tales como segmento al que se dirigen, nivel socioeconómico, determinantes de compra, etc.; bajo las cuales Umco tiene definido y ejecuta su plan de mercadeo. En términos generales, la competencia en productos antiadherentes la realizan los productos importados, principalmente de Brasil y Colombia; y en las líneas populares la realizan los pequeños fabricantes y productos peruanos que ingresan de contrabando. En ollas de presión, hay una importante oferta china. Cada vez más, el mercado se torna más agresivo en términos de oferta, por los bajos costos de productos chinos y su facilidad de importación; además muchos clientes, especialmente los almacenes, deciden realizar importación directa, modificando la estructura de los canales de distribución.

Umco mantuvo su amplio portafolio de su línea de productos, de acuerdo con las tendencias internacionales del sector. La continúa atención y estrecha relación con sus canales de distribución le permite mantener su alto nivel de cobertura del mercado.

Se realizó una renovación de la imagen corporativa y de productos de la empresa, mediante contrato con una empresa de publicidad de Colombia; ahora contamos con unidad de identidad y las líneas de productos utilizan imágenes y colores de acuerdo al segmento de mercado que se orientan.

Destacamos el gran crecimiento de las exportaciones, llegaron a \$ 1.1 millones, colocando productos en los siguientes países: Venezuela, Perú, Colombia y Panamá. La marca UMCO ya empieza a tomar un carácter regional y es reconocida por los mercados como un jugador importante y competitivo.

Los productos de comercio, aluminio inyectado y hierro enlozado, tuvieron un importante crecimiento y sirven para complementar el portafolio de productos.



ACTIVIDADES Y RESULTADOS DE VENTAS

Los principales indicadores son:

	2008	2009	%
Ventas en TM	678	664	- 2
Ventas en USD'000	9.860	10.634	+ 8

	PPTO	REAL	%
Ventas en TM	713	664	- 7
Ventas en USD'000	10.754	10.634	- 1

El presupuesto en kilos no se cumplió por ventas de productos de bajo peso, la línea de populares ha crecido bastante por ventas vía almacenes de cadena. La calidad de la venta en términos de rentabilidad fue muy positiva.

En términos de canales de distribución, todos los distribuidores del mercadeo al detal mostraron un buen comportamiento de compras, estimamos que a través de la red de distribución llegamos a más de 2.000 puntos de venta. Nudec, empresa filial, es el mayor distribuidor nacional.

Los almacenes de cadena mostraron gran crecimiento, donde grandes cadenas han desarrollado formatos con foco en población de nivel medio-bajo; esto ha generado que los productos populares ya no solo se compran en las bahías sino en locales comerciales con más facilidades de parqueo y atención.

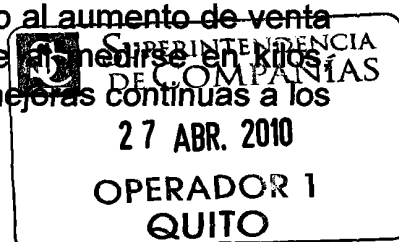
Las exportaciones bajaron vs 2008, por la no venta a Venezuela, mercado muy importante, pero que no existen condiciones de pago. Las ventas institucionales, a empresas de cosméticos, han crecido sustancialmente. Umco fue nombrada proveedor del año, en Supermaxi y AVON.

ACTIVIDADES Y RESULTADOS DE PRODUCCION

Los valores de la productividad directa, se detalla según los siguientes datos:

	2008	2009	%
Productividad directa (kg/hh)	6.87	6.57	- 4

La productividad muestra un leve decrecimiento, debido al aumento de venta de productos populares de baja productividad, ya que se miden en kilos son muy livianos; mas la producción sigue realizando mejoras continuas a los



son muy livianos; mas la producción sigue realizando mejoras continuas a los procesos, operamos con estándares similares a los internacionales, logrando un nivel de competitividad de primer nivel dentro del ámbito regional. En la línea de populares obtuvimos una mejora de rendimientos superior al 30%.

Destacamos la habilidad del área de producción para responder a los mayores pedidos de institucionales, que son de grandes volúmenes para entrega a corto plazo. En el mes de octubre, se realizó el record de producción de toda la historia de la empresa, al fabricarse 85 tons.

La empresa cuenta con un plan tecnológico para el mejoramiento de la producción; en el 2009 destacamos la compra de una línea automática de torneado de sartenes, aumentando la capacidad instalada; también de una remachadora y un centro de mecanizado (CNC) que va a facilitar la elaboración de moldes y troqueles, tanto para la línea de aluminio como la inyección de bakelita para los mangos y asas.

Se inició la fabricación de la línea de cocinetas a gas, con un primer modelo de 2 quemadores, con éxito en el mercado, ya se adecuaron los troqueles para la cocineta de 4 quemadores, cuya producción inicia en 2010.

La planta de producción cumple correctamente las normativas de seguridad ocupacional y ambiental.

ACTIVIDADES Y RESULTADOS DEL AREA ADMINISTRATIVA FINANCIERA

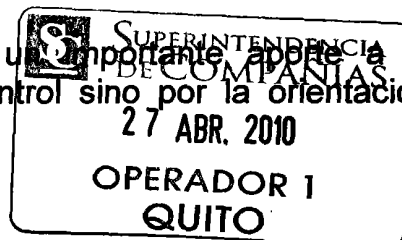
Se realiza un mejoramiento continuo de los procesos administrativos, buscando rapidez y confiabilidad de la información para la toma oportuna de las decisiones. La empresa cumple todos los requisitos de Propiedad Intelectual.

La empresa mantiene un positivo clima laboral en sus relaciones con el Comité de Empresa; los operarios están muy comprometidos con la productividad y calidad.

En aspectos financieros, la empresa mantiene un flujo positivo de caja, el apalancamiento se hace a través de los proveedores y en general se mantiene un reducido nivel de endeudamiento.

La empresa mantiene inversiones en Fulaustra, Nudec e Indalum.

Las labores de Contraloría han presentado un importante aporte a la administración, no solo por su aspecto de control sino por la orientación



RESULTADOS ECONOMICOS

Aunque los señores accionistas disponen de los estados financieros detallados y de sus indicadores, nos permitimos realizar los siguientes comentarios:

Se obtiene un resultado muy positivo de utilidades, se cuenta con una estructura muy buena del balance con activos corrientes del 86%. Los indicadores financieros son comparables con empresas de buen desempeño.

Por otra parte es conveniente resaltar el resultado positivo de las empresas Indalum y Nudec, donde Umco es accionista mayoritario.

ANALISIS DEL BALANCE GENERAL

En resumen, se destaca el grado de liquidez, representado por el alto % de los activos corrientes sobre los activos totales y el bajo nivel de los pasivos.

Se comenta sobre las variaciones más importantes, a saber:

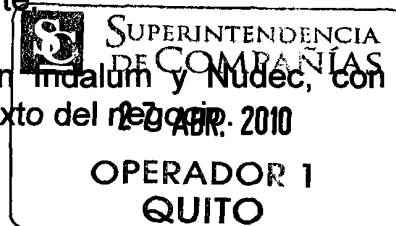
Disponible: Refleja un buen nivel de caja; manteniendo niveles de depósitos que sirven de reciprocidad a los bancos, se realizaron pagos anticipados a proveedores con descuentos, para aprovechar los excedentes de tesorería.

Cuentas por cobrar: Las comerciales con un valor de \$ 2.777.690, corresponden a 82 días de cartera. El plazo nominal que la empresa otorga a sus distribuidores y almacenes de cadena es de 60 - 75 días. Lo más importante es que la cartera es muy sana, no hay riesgos de pérdida en los pagos; las distribuidoras son empresas sólidas, de muchos años en el mercado y con buenos niveles de activos.

Inventarios: Los inventarios con un valor de \$ 3.873.034, en sus cuatro componentes: tránsito, materias primas, productos en proceso y producto terminado, representan el 41% de los activos totales. El valor de los inventarios se ha incrementado por mayor volumen de ventas. No existen inventarios obsoletos o perecibles.

Activos fijos: representan solo un 5 % de los activos totales. Las inversiones se orientaron hacia mejoramiento de los procesos productivos. Disponemos de una planta de bajo costo, operando eficientemente.

Inversiones: La empresa mantiene inversiones en Indalum y Nudec, con beneficios de rentabilidad y estratégicos en el contexto del negocio.



beneficios de rentabilidad y estratégicos en el contexto del negocio.

Pasivos: los pasivos representan el 35 % de los activos totales, mostrando una reducción importante vs 2008. La empresa utiliza apalancamiento financiero basado en el crédito de los proveedores. En otras cuentas por pagar se incluyen el impuesto a la renta y la participación de trabajadores.

Reserva para obligaciones patronales: Se dispone de las reservas que son determinadas por el cálculo actuarial, que además de la jubilación patronal, incluyen desahucio y otras obligaciones derivadas del contrato colectivo.

Patrimonio: Presenta un importante crecimiento del 28 % respecto al año anterior, llegando a la cifra de \$ 6.064.625. No se realizó ningún aumento de capital en el 2009.

ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

Se comenta sobre las variaciones más importantes, a saber:

Ingresos por ventas: Su presenta un crecimiento del 8 % respecto a las ventas del año 2008, índice mucho mayor al crecimiento de la economía, sin realizar ningún aumento de precios.

Costo de ventas: Representa el 67 % de composición vertical y es uno de los indicadores principales de gestión al generar un margen bruto de utilidad del 33%. La reducción del costo es debida a los menores precios internacionales del aluminio, ahorro de costos internos y operar a un mayor volumen.

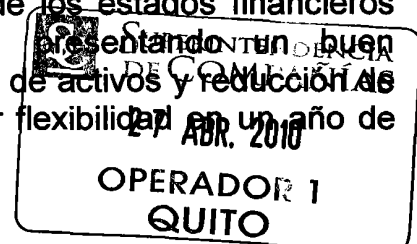
Gastos operativos: Lo componen los gastos de ventas y los administrativos, los cuales representan un 15 % de los ingresos por ventas.

Gastos financieros: la operación genera un flujo positivo de caja, suficiente para sostener su capital de operación.

Utilidad: La utilidad neta luego de participación a trabajadores y del impuesto a la renta, es de \$ 1.206.975, con un crecimiento del 25 % respecto al 2008 y generando un margen del 11 % de las ventas.

INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros como consecuencia de los estados financieros mencionados, se presentan en los anexos, comportamiento en los índices de liquidez, manejo de activos y reducción de pasivos. Los días de cartera han subido, más por flexibilidad en un año de



mencionados, se presentan en los anexos, presentando un buen comportamiento en los índices de liquidez, manejo de activos y reducción de pasivos. Los días de cartera han subido, más por flexibilidad en un año de recesión.

PROYECCIONES PARA EL 2010

El escenario previsto por Umco para el 2010 es de un crecimiento del 2 % del PIB, aunque el Estado proyecta un 6%, cifra demasiado optimista. Se prevén inversiones en sector de la construcción, por su efecto dinamizador. Se estima que continúa el dólar como moneda oficial.

Umco ha proyectado un crecimiento del 8 % de su volumen real de ventas obtenido del año 2009; mediante un mayor trabajo en los canales de distribución, especialmente en la Costa, donde se ha instalado una oficina de ventas.

Se proyectan exportaciones del orden de \$ 1.0 MM. Principalmente a Colombia, Perú, Panamá, Venezuela y Centroamérica.

Los objetivos del área de producción consisten en continuar la reducción de costos y el mejoramiento de los procesos, lo cual es el soporte de la competitividad. Como decisión estratégica, se va a instalar una planta de ensamble de eléctricos y gasodomesticos.

La administración tendrá como objetivo continuar el método de organización por procesos, con indicadores de gestión en cada una de las áreas responsables. La parte financiera tendrá como reto la administración del capital de trabajo. Seguiremos aplicando una política de mantener un endeudamiento bajo.

Para terminar este informe, deseamos dejar un expreso agradecimiento a todos los señores directores, personal administrativo y de producción, por el empeño en las tareas encomendadas que nos han permitido poner a su consideración los resultados del periodo y asegurar de esta manera el fortalecimiento y crecimiento de la empresa Umco.

Muchas gracias,

Diego Echeverri
Presidente

Quito, febrero 25 del 2010.

