UMCO S.A.

INFORME DE GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

Señores Accionistas:

Me es sumamente placentero comparecer ante ustedes para presentarles el informe anual Gerencia General, referente a las actividades cumplidas durante el ejercicio del año 2012.

La economía mundial crece ligeramente, con excepción de los países del BRIC, mientras que Ecuador ha crecido alrededor del 5 %, como consecuencia de disponer de liquidez en el mercado, generada por gasto público, créditos hipotecarios del BIESS y negocios del sector privado con buen desempeño. Hay empleo y las remesas de los migrantes han bajado, mas siguen llegando. El Estado se ha fondeado mediante más cobros de impuestos, venta de petróleo y prestamos del gobierno chino. Subsiste la preocupación acerca del manejo de la deuda pública, crece mucho con China. El Gobierno muestra como un logro importante la reducción de la pobreza y el aumento de inversión en salud, educación e infraestructura. La crisis de Europa y USA no ha afectado mucho la economía de Ecuador, más bien la devaluación del dólar ha fortalecido la posición competitiva de los productos nacionales. El derivado lógico para las empresas, es seguir participando de esta etapa de crecimiento, con cautela de manejo de caja e inversiones con rápido retorno.

Particularmente, Umco no tuvo crecimiento en ventas por no haber logrado las ventas institucionales como las realizadas en el 2011, no obstante presentó resultados muy positivos en utilidades, mantiene un buen nivel de competitividad respecto a fabricantes regionales; 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 buen desempeño en el crecimiento de la economía, no obstante se presenta déficit fiscal y comercial. Es sobresaliente el manejo político, dominando todas las esferas del poder. Los impuestos, vía continuas reformas tributarias, pasan a ser las principales fuentes de ingreso fiscal, junto con el petróleo.

El Gobierno ha tenido un manejo ortodoxo de la economía, buscando que la crisis externa no afecte el desempeño del país. No hay una oposición significativa. Se aprobó la Ley de Control y Poder del Mercado, con el ánimo de evitar los

oligopolios.

Los sectores sociales más pobres están a gusto con el Gobierno.

ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado muestra un crecimiento estimado entre el 3% - 5 % anual. Umco ha tenido un decrecimiento de los ingresos del 3 %, resaltamos el crecimiento de los almacenes de cadenas y la disminución de ventas institucionales, que no son de carácter continuo ya que las empresas de cosméticos varían sus incentivos de ventas de un año a otro. 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.

Basados en cifras de manifiestos de importación, encontramos que los productos importados bajan vs el 2011; mientras que los fabricantes locales estimados mediante la importación de materias primas han crecido.

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 China, Brasil y Colombia; y en las líneas populares la realizan los pequeños fabricantes. En ollas de presión, se presenta oferta de China y Colombia. 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 de cadena, deciden realizar importación directa.

Se desarrollo una olla de presión de 13 litros, olla de presión con acabado anodizado que no se mancha con el agua y un modelo en combo de 2 y 4 litros, con buena acogida. Se realizo la fabricación de partes y ensamble de una parrilla eléctrica.

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 ha presentado crecimiento en líneas de mercadería, con productos en acero inoxidable, que es una nueva tendencia del mercado; también los artículos de aluminio inyectado con su excelente presencia, han permitido complementar el portafolio.

La empresa tiene una buena imagen de marca, sus productos están estratificados, con un empaque y diseño según las líneas de productos. Realizamos actividades con los distribuidores, convenciones de ventas regionales y ahora utilizamos

herramientas de comercio electrónico para informar a los usuarios.

Las exportaciones llegaron a $ 1.4 millones, colocando productos en los siguientes países: Venezuela, Perú, Colombia, República Dominicana, Guatemala 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, acero inoxidable, hierro enlozado y accesorios de cocina, tuvieron un importante crecimiento (venta de $ 1.6 millones) y sirven para complementar el portafolio de productos.

ACTIVIDADES Y RESULTADOS DE VENTAS

Los principales indicadores son:

	2011	2012	%
Ventas en TM	1.005	827	- 18%
Ventas en USD'000	15.358	14.746	- 4%

Con relación al presupuesto del 2012, tenemos:

	PPTO	REAL	%
Ventas en TM	1036	827	- 20%
Ventas en USD'000	17.372	14.746	- 15%

El resultado de ventas fue inferior al 2011, donde la empresa tuvo una importante venta institucional a Avon, que no se logró repetir para el 2012; además las exportaciones tampoco llegaron al presupuesto por menores compras de Venezuela y Colombia.

La calidad de la venta en términos de rentabilidad fue muy positiva.

En términos de canales de distribución, los distribuidores tuvieron un desempeño medio y bajo afectado por bajo crecimiento y dificultades de cobranza a sus clientes que afectó la rotación de las ventas; no obstante el canal de mayoreo sigue siendo el más importante para la empresa. Nudec es el mayor distribuidor nacional.

Los almacenes de cadena mostraron gran crecimiento desarrollando formatos con foco en población de nivel medio-bajo; esto ha generado que los productos populares se puedan conseguir en locales comerciales con más facilidades de parqueo y atención. También, las cadenas estuvieron muy activas con programas de fidelización, con premios por puntos, regalos, etc.; donde los productos Umco fueron escogidos para estas actividades.

ACTIVIDADES Y RESULTADOS DE PRODUCCION

La productividad medida bajo el esquema de kilos por hora hombre, muestra un decrecimiento del 2%, debido a que la mezcla de productos. La productividad medida bajo unidades por hora hombre si tuvo un incremento del 9%; esta es una medida más apropiada que la de kilos.

	2011	2012	%
Productividad directa en kg/hh	6.61	6.49	- 2
Productividad directa en u/hh	11.9	13.0	+ 9

Destacamos la habilidad del área de producción para lograr reducciones de costos en insumos, mejoras de procesos y sustitución de importados por proveedores locales con menor costo. El nivel de ocupación de la planta es alrededor del 75 %.

La empresa cuenta con un plan tecnológico para el mejoramiento de la producción; en el 2012, se fabricaron moldes y matriceria para nuevos mangos, asas y pomos para los productos; se realizó con éxito un desarrollo tecnológico de fabricar la olla de presión con pared variable que logra una reducción de costos.

La fabricación de la línea de cocinetas a gas, tuvo un buen desempeño, las ventas son cercanas a $ 1 millón; se dispone de 5 modelos de 2 y 4 quemadores; seguimos en el proceso de aumentar el posicionamiento.

Debido a la no disponibilidad de mayor espacio físico, la empresa adquirió un galpón al lado de las actuales instalaciones y se va a comenzar el proceso de remodelación; para convertirlo en un galpón moderno con almacenamiento de estanterías para aprovechar la altura. Estimamos que se obtendría una superficie adicional de 10.000 M2 con este tipo de almacenamiento.

La planta de producción cumple correctamente las normativas de seguridad ocupacional y ambiental. Hemos obtenido una reclasificación de la empresa a industrial mediano impacto y el permiso para que la operación se mantenga en la ubicación actual.

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. De acuerdo con la normatividad, se han realizado los cálculos y registros de la contabilidad, bajo el modelo NIIF. 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. Informamos que al cierre del año se opera con un promedio de 180 operarios en el

área de producción y 30 en administración.

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.

Las labores de Contraloría han presentado un importante aporte a la administración, no solo por su aspecto de control sino por la orientación hacia procedimientos seguros y prácticos.

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 81% y un pasivo total del 20%. Los indicadores financieros son comparables con empresas de buen desempeño.

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, se realizaron pagos anticipados a proveedores con descuentos, para aprovechar los excedentes de tesorería.

Cuentas por cobrar: Las comerciales con un valor de $ 3.683.488, corresponden a 81 días de cartera; se presenta una reducción de la cartera vs el año 2011. Informamos 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 $ 6.712.795, en sus cuatro componentes: tránsito, materias primas, productos en proceso y producto terminado, representan el 44 % de los activos totales. El valor de los inventarios se ha incrementado por requerir tener materias primas para un contrato institucional a entregar en enero del 2013. No existen inventarios obsoletos o perecibles.

Activos fijos: representan solo un 19% de los activos totales. Las inversiones se orientaron hacia el aumento de capacidad de los procesos productivos. Disponemos de una planta de bajo costo, operando eficientemente.

Pasivos: los pasivos representan el 20% de los activos totales, mostrando un bajo

nivel para la operación de la empresa y de estos pasivos solo el 2% generan intereses y corresponden a créditos bancarios. 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 11 % respecto al año anterior, llegando a la cifra de $ 12.148.685. Cabe recalcar que no se realizó ningún aumento de capital en el 2012.

ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

Se comenta sobre las variaciones más importantes, a saber:

Ingresos por ventas: Se presenta una cifra de ingresos por ventas de $ 14.746.480.

Costo de ventas: Representa el 63% de composición vertical y es uno de los indicadores principales de gestión al generar un margen bruto de utilidad del 37%. Se logra una importante reducción del costo de ventas debido a compras de materias primas a menor precio y con buena calidad; también al mejoramiento continuo de los procesos.

Gastos operativos: Lo componen los gastos de ventas y los administrativos, representan un 14 % de los ingresos por ventas, con un incremento anual del 11%.

Gastos financieros: son bajos y representan menos del 1% de las ventas. 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 $ 2.235.964, con un crecimiento del 14% respecto al 2011 y generando un margen del 15 % de las ventas.

INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros como consecuencia de los estados financieros mencionados, mejoran y presentan un buen comportamiento. Destacamos una razón corriente de 6.2 y un 18% de rendimiento sobre el patrimonio.

PROYECCIONES PARA EL 2013

El escenario previsto para el 2013 es de un crecimiento del 4 % de la economía. Se prevén inversiones en sector de infraestructura y sobretodo en la construcción, por su efecto dinamizador (apalancado por el BIESS). Las políticas económicas y sociales del Gobierno seguirán su curso demostrado en los 6 años de vigencia. Se prevé apertura hacia inversiones en minería, fuente de regalías futuras.

Umco ha proyectado un crecimiento del 7 % de su volumen real de ventas obtenido del año 2012; mediante un mayor trabajo en los canales de distribución, especialmente en la Costa y almacenes de cadena. No se estiman aumentos de precios.

Se proyectan exportaciones del orden de $ 1.6 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. Se continúa la decisión estratégica de crecer la planta de ensamble de gasodomesticos y productos eléctricos.

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, deseo 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,

Henry Casas
Gerente General

Quito, febrero 21 del 2013.