UMCO S.A.

INFORME DE GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS

Señores Accionistas:

Me es placentero comparecer ante ustedes para presentarles el informe anual de Gerencia General, referente a las actividades cumplidas durante el ejercicio del año 2013.

Los países emergentes son los que han dado la tónica en este año, al tener crecimientos en sus economías en índices del 4% al 7%, motivado por los precios de los bienes básicos, que si bien al final del año bajaron, generaron caja para sus economías; los países del primer mundo (USA y Europa) siguen en lenta recuperación y China ha disminuido su nivel de crecimiento a un 8%. Ecuador ha crecido alrededor del 4%, como consecuencia 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, más siguen llegando. El Estado se ha fondeado mediante más cobros de impuestos, venta de petróleo y préstamos del gobierno chino. Subsiste la preocupación acerca del manejo de la deuda pública, crece mucho con China que se paga con la venta del petróleo. El Gobierno muestra como un logro importante la reducción de la pobreza y el aumento de inversión en salud, educación e infraestructura. Hacia el final del 2013, el Gobierno preocupado por el déficit comercial de $ 1.300 millones, ha colocado normas de calidad para la importación de productos, lo cual va a generar cierta recesión en los sectores involucrados. Consideramos que según el escenario del mercado ecuatoriano, lo aconsejable es seguir participando de esta etapa de crecimiento, con cautela de manejo de caja e inversiones con rápido retorno.

Particularmente, Umco tuvo un importante crecimiento del 16%, donde se destacan las cifras de los canales institucionales y de almacenes de cadena. Referente a las utilidades, también crecieron en forma similar a las ventas, la empresa 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.

En 2013, tuvimos un crecimiento de las instalaciones físicas con una nueva bodega de productos terminados y teniendo en cuenta el proyecto gubernamental del cambio de cocinas de gas licuado de petróleo por cocinas de inducción, la empresa ha firmado un contrato de adquisición de una línea de producción de ollas de acero inoxidable aptas para las cocinas de inducción. Destacamos también, el desarrollo del nuevo proceso de recubrimiento cerámico, incorporando la reciente

tecnología del sector.

ENTORNO POLÍTICO - ECONÓMICO - SOCIAL

El Gobierno tuvo un desempeño mediano 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 constituyen una de 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. Se aprobó la Ley de Control y Poder del Mercado, con el ánimo de evitar los oligopolios. Se están actualizando leyes orgánicas antiguas, como el Código Penal. Se indica que para 2014 habrá nueva Ley Laboral.

ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado muestra un crecimiento estimado del 19 % anual, donde los importados crecen el 8%. Umco ha tenido un crecimiento de los ingresos del 16 %, resaltamos el crecimiento de los almacenes de cadenas y de las ventas institucionales, producto de la nueva estructura de ventas orientada a canales. 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. Estamos entre las 1.000 marcas más recordadas del Ecuador.

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.

Adicional al importante desarrollo del recubrimiento cerámico, lanzamos al mercado nuevos productos como: bidón de 30 litros, balde lechero, mini plancha asadora, jarro aceitero, canguilera industrial, wok 32 y otros más.

Umco mantuvo su amplio portafolio de su línea de productos, de acuerdo con las tendencias internacionales del sector. La continua 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

tecnología del sector.

ENTORNO POLÍTICO - ECONÓMICO - SOCIAL

El Gobierno tuvo un desempeño mediano 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 constituyen una de 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. Se aprobó la Ley de Control y Poder del Mercado, con el ánimo de evitar los oligopolios. Se están actualizando leyes orgánicas antiguas, como el Código Penal. Se indica que para 2014 habrá nueva Ley Laboral.

ANÁLISIS DEL MERCADO

El mercado muestra un crecimiento estimado del 19 % anual, donde los importados crecen el 8%. Umco ha tenido un crecimiento de los ingresos del 16 %, resaltamos el crecimiento de los almacenes de cadenas y de las ventas institucionales, producto de la nueva estructura de ventas orientada a canales. 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. Estamos entre las 1.000 marcas más recordadas del Ecuador.

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.

Adicional al importante desarrollo del recubrimiento cerámico, lanzamos al mercado nuevos productos como: bidón de 30 litros, balde lechero, mini plancha asadora, jarro aceitero, canguilera industrial, wok 32 y otros más.

Umco mantuvo su amplio portafolio de su línea de productos, de acuerdo con las tendencias internacionales del sector. La continua 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 y artículos de aluminio inyectado que 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, ruedas de negocios y convenciones de ventas regionales y ahora utilizamos herramientas de comercio electrónico (redes sociales) para informar a los usuarios.

Las exportaciones bajaron respecto al 2012, debido a la situación de Venezuela donde no se pudo vender productos por la crisis interna y falta de confiabilidad en el pago. La marca UMCO empieza a tomar un carácter regional y es reconocida por los mercados como un jugador importante, mas debemos lograr un mayor posicionamiento con una mayor actividad.

ACTIVIDADES Y RESULTADOS DE VENTAS

Los principales indicadores son:

	2012	**2013**	**%**
Ventas en TM	827	854	+ 3 %
Ventas en USD'000	14.746	17.085	+ 16 %

Con relación al presupuesto del 2013, tenemos:

	PPTO	**REAL**	**%**
Ventas en TM	891	854	- 4 %
Ventas en USD'000	15.739	17.085	+ 9 %

El resultado de ventas fue un importante crecimiento del 16%.

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

En términos de canales de distribución, los distribuidores tuvieron un desempeño medio con 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.

En canal institucional tuvo un buen desempeño y refleja la estrategia de disponer de una fuerza de ventas directa a los clientes.

ACTIVIDADES Y RESULTADOS DE PRODUCCION

La productividad medida bajo el esquema de kilos por hora hombre, muestra un muy buen crecimiento del 21%. La productividad medida bajo unidades por hora hombre tuvo un mejor desempeño al crecer un 61%.

	2012	2013	%
Productividad directa en kg/hh	6.49	7.87	+ 21%
Productividad directa en u/hh	13.0	20.9	+ 61%

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 2013, se fabricaron moldes y matriceria para nuevos mangos, asas y pomos para los productos; se realizó con éxito un desarrollo tecnológico de aplicación del acabado cerámico que complementa el de antiadherente y es la innovación del momento.

Debido a la poca disponibilidad de mayor espacio físico, la empresa adquirió un galpón al lado de las actuales instalaciones y se remodeló hasta 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. Debido a las nuevas regulaciones de los bomberos, estamos realizando las actividades para cumplir lo regulado, con inversiones superiores a $ 100 mil, que se iniciaron en 2013 y se terminarán en 2014.

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 186 operarios en el

área de producción y 28 en administración.

En aspectos financieros, la empresa mantiene un flujo positivo de caja, el apalancamiento se hace a través de los proveedores, no hay créditos con el sistema financiero y en general se mantiene un reducido nivel de endeudamiento.

Las labores de Contraloria presentan un importante aporte a la administración.

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 ventas y utilidades, se cuenta con una estructura muy buena del balance con activos corrientes del 82% y un pasivo total del 19%. 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 $ 5.325.827, corresponden a 101 días de cartera; se presenta un aumento de la cartera vs el año 2012, por las mayores ventas del año y especialmente del mes de diciembre. 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 $ 6.280.193, en sus cuatro componentes: tránsito, materias primas, productos en proceso y producto terminado, representan el 38 % de los activos totales. No existen inventarios obsoletos o perecibles.

Activos fijos: representan solo un 18% 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 19% de los activos totales, mostrando un bajo nivel para la operación de la empresa; estos pasivos no generan intereses y no tenemos 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 $ 13.537.886. Cabe recalcar que no se realizó ningún aumento de capital en el 2013.

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 $ 17.085.726.

Costo de ventas: Representa el 66% de composición vertical y es uno de los indicadores principales de gestión al generar un margen bruto de utilidad del 34%. Se presenta un aumento del % del costo de ventas con relación a las ventas, ya que durante el año tuvimos descuentos y promociones para estimular el mercado y lograr tener un mayor crecimiento en las ventas.

Gastos operativos: Lo componen los gastos de ventas y los administrativos, representan un 13 % de los ingresos por ventas, con un incremento anual del 7%.

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 $ 2.516.637, con un crecimiento del 18% respecto al 2012 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 19% de rendimiento sobre el patrimonio.

PROYECCIONES PARA EL 2014

El escenario previsto para el 2014 es de un crecimiento del 4 % de la economía. Se prevén inversiones en sector de infraestructura (sector eléctrico en generación

y distribución) y por privados en sector de la construcción, por su efecto dinamizador (apalancado por el BIESS). Las políticas económicas y sociales del Gobierno seguirán su curso demostrado en los 7 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 2013; 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 $ 1.2 MM. Principalmente a Colombia, Perú, Panamá 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 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 la Presidencia, a los 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, marzo 10 del 2014.