

# 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 2014.

La economía mundial tuvo un bajo desempeño, con Europa y Japón sin crecimiento, Estados Unidos muestra una ligera mejora y China, bajo planificación, ha ido disminuyendo su crecimiento a niveles del 7% para cuidar un brote inflacionario. América Latina tuvo un desempeño mejor que el resto del mundo con crecimientos del PIB entre 3 y 5%.

Ecuador creció un 3.7% en PIB, con baja inflación y bajos índices de desempleo; si bien son buenas cifras macroeconómicas, tuvo un descenso vs los años anteriores. Se mantuvo liquidez en el mercado, generada por gasto público, créditos hipotecarios del BIESS y negocios del sector privado con buen desempeño. El Estado se ha fondeado mediante más cobros de impuestos, venta de petróleo y préstamos del gobierno chino. El Gobierno muestra como un logro importante la reducción de la pobreza y el aumento de inversión en salud, educación e infraestructura. Durante el 2014, el Gobierno preocupado por el déficit comercial de \$ 1.300 millones, ha colocado normas de calidad para la importación de productos, lo cual redujo las importaciones y estimuló el cambio de la matriz productiva. 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.

Se resalta el cambio impulsado por el Gobierno de la cocción a gas por inducción, para ahorrar en el subsidio al gas y usar energía hidroeléctrica. Lo anterior obligó a cambiar el diseño de las ollas, ya que las actuales de aluminio no servían; la empresa montó una línea de fabricación de ollas de acero inoxidable y también obtuvo materia prima de aluminio con base de inducción para atender esta nueva demanda.

Umco tuvo un importante crecimiento de ventas del 19%, donde se destacan las cifras de los canales institucionales y de exportaciones. Referente a las utilidades, crecieron menos que las ventas, por mayores descuentos para estimular la demanda afectada por la incertidumbre inicial de la inducción y precios menores en grandes negociaciones institucionales. 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 2014, además de la nueva línea de ollas de acero, invertimos en aumentar la capacidad instalada con máquinas remachadoras, brilladoras, nuevos troqueles de embutición y moldes de inyección. Se mantiene un excelente clima laboral.

## **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. Hacia el final del año, los precios de petróleo cayeron a la mitad, creando una difícil situación de caja para el Gobierno y la economía; se tuvo que reducir el plan de inversiones para el 2015 y a la fecha del informe, se conoce la fijación de salvaguardias para reducir las importaciones y defender el proceso de dolarización.

La oposición critica el excesivo gasto público, más la política de un Estado con alta participación en la economía se mantiene.

## **ANÁLISIS DEL MERCADO**

El mercado muestra un decrecimiento estimado del 27 % anual, afectado por la incertidumbre que las ollas actuales de aluminio no sirven para inducción y proveer de nuevas ollas apropiadas tomó varios meses. Los usuarios solo querían comprar ollas para inducción y al no haber oferta, simplemente dejaban de demandar. La afectación se dio principalmente en productos populares, donde opera la oferta nacional; mientras que en los importados, Tramontina de Brasil tuvo un importante crecimiento y los ofertantes de Colombia tuvieron un descenso.

Umco debido a su política de ser MULTICANAL, ha logrado tener un crecimiento del 19% en las ventas, debido a grandes negocios institucionales con empresas de venta directa y por las exportaciones, principalmente a Colombia y Perú. 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 China, Brasil y Colombia; y en las líneas populares la realizan los pequeños fabricantes.

En términos de nuevos desarrollos, logramos fabricar ollas de acero inoxidable de

excelente calidad, que tuvieron el reconocimiento del MIPRO. Adicionalmente, compramos máquinas de láser para imprimir logotipos y una máquina de serigrafía para diversas presentaciones.

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 un gran crecimiento en líneas de mercadería, con productos en acero inoxidable, de hierro enlozado y artículos de aluminio inyectado que con su excelente presencia, han permitido complementar el portafolio, estas ventas ya sobrepasan los \$ 4 millones.

La empresa tiene una buena imagen de marca, estamos entre las 1.000 marcas más reconocidas del Ecuador; sus productos están segmentados, con un empaque y diseño según sus mercados objetivos. 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 subieron un 127% respecto al 2013, por ventas a Colombia y Perú. La marca UMCO toma un carácter regional y es reconocida en los mercados como un jugador importante, mas debemos lograr un mayor posicionamiento con una mayor actividad comercial.

## **ACTIVIDADES Y RESULTADOS DE VENTAS**

Los principales indicadores son:

|                   | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>%</b> |
|-------------------|-------------|-------------|----------|
| Ventas en TM      | 854         | 995         | + 17 %   |
| Ventas en USD'000 | 17.085      | 20.302      | + 19 %   |

Con relación al presupuesto del 2014, tenemos:

|                   | <b>PPTO</b> | <b>REAL</b> | <b>%</b> |
|-------------------|-------------|-------------|----------|
| Ventas en TM      | 1.049       | 995         | - 5 %    |
| Ventas en USD'000 | 18.474      | 20.302      | + 10 %   |

El resultado de ventas fue un importante crecimiento del 19% vs el 2013.

La calidad de la venta en términos de rentabilidad fue positiva, no obstante tuvimos que dar descuentos para estimular una demanda afectada por la inducción.

En términos de canales de distribución, los distribuidores del sector mayoreo tuvieron un desempeño bajo por lo informado de la inducción; la empresa ofertó

alternativas al aluminio vía ollas de acero inoxidable y de hierro enlozado, más los distribuidores no lograron suplir la menor demanda. El canal de mayoreo sigue siendo el más importante para la empresa y Nudec es el mayor distribuidor nacional.

Los almacenes de cadena mostraron un decrecimiento con Umco, debido a importaciones de China y el ingreso de Tramontina al principal cliente de este canal.

En el canal institucional tuvimos un excelente desempeño que refleja la estrategia de disponer de una fuerza de ventas directa a estos clientes, donde la flexibilidad en adaptar los productos según las necesidades del cliente, la rapidez de las cotizaciones y tiempos de entrega, además de un precio muy competitivo fueron factores claves para lograr este alto crecimiento del 49%.

En exportaciones también tuvimos un excelente desempeño, con los clientes del canal de venta directa en Colombia y Perú; nos sentimos muy satisfechos por haber logrado entrar a estos mercados, muy competidos y donde tienen proveedores locales muy fuertes.

## **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%.

|                                | <b>2013</b> | <b>2014</b> | <b>%</b> |
|--------------------------------|-------------|-------------|----------|
| Productividad directa en kg/hh | 7.87        | 8.00        | + 2 %    |

Destacamos la habilidad del área de producción para responder al crecimiento de las ventas y también 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 85 %.

La empresa cuenta con un plan tecnológico para el mejoramiento de la producción; en el 2014, se fabricaron moldes y matriceria para nuevos mangos, asas y pomos para los productos; se realizó con éxito la compra, instalación y puesta en funcionamiento de la línea de fabricación de ollas de acero inoxidable; siendo luego de las de Brasil, la mejor del resto de países de América Latina.

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. 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.

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 Contraloría 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 84% y un pasivo total del 25%. 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 inversiones en certificados de depósito para aprovechar los excedentes de tesorería.

Cuentas por cobrar: Las comerciales con un valor de \$ 6.380.647, corresponden a 103 días de cartera; se presenta un aumento de la cartera vs el año 2013, 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 \$ 9.127.217, en sus cuatro componentes: tránsito, materias primas, productos en proceso y producto terminado, representan el 45 % de los activos totales. No existen inventarios obsoletos o perecibles.

Activos fijos: representan solo un 16% de los activos totales. Las inversiones se orientaron hacia la instalación de la línea de ollas de acero inoxidable y al aumento de capacidad de los procesos productivos. Disponemos de una planta de bajo costo, operando eficientemente.

Pasivos: los pasivos representan el 25% de los activos totales, mostrando un bajo nivel para la operación de la empresa; el 81% de los pasivos no generan intereses y se tomaron \$ 959.046 en créditos bancarios para apalancar la operación creciente. 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 12 % respecto al año anterior, llegando a la cifra de \$ 15.171.611. Cabe recalcar que no se realizó ningún aumento de capital en el 2014.

## **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 \$ 20.301.874, con un importante crecimiento del 19%.

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%. Se presenta un ligero 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 por menores precios en negocios grandes con clientes institucionales.

Gastos operativos: Lo componen los gastos de ventas y los administrativos y representan un 12 % de los ingresos por ventas, con un incremento anual del 6%.

Gastos financieros: son muy 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 \$ 2.780.012, con un crecimiento del 10% respecto al 2013 y generando un margen del 14 % 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 4.3 y un 18% de rendimiento sobre el patrimonio.

## **PROYECCIONES PARA EL 2015**

El escenario previsto para el 2015 es de un crecimiento del 3 % de la economía, afectado por la caída de los precios del petróleo, que va a reducir las inversiones del Estado en obras de infraestructura. También las salvaguardias colocadas para cuidar la balanza comercial y de pagos, van a generar cierto nivel de recesión e inflación que va a afectar el desarrollo de los negocios. Se prevé apertura hacia inversiones en minería, fuente de regalías futuras.

Umco ha proyectado un crecimiento del 8 % de su volumen real de ventas obtenido del año 2014, así un 4% en volumen y un 4% en precios. Se continúa con la política de ser multicanal y multiproductos para atender todas las demandas del mercado. Un objetivo específico lo constituye el crecimiento de las ventas de región Costa, donde ya contamos con personal de experiencia.

Se proyectan exportaciones del orden de \$ 2.7 millones. Principalmente a Colombia, Perú 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 y plásticos.

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 25 del 2015.