



CONTENIDO

I. SITUACION DEL ENTORNO.....	
II. SINTESIS DE EVOLUCION DE LA EMPRESA PERIODO 2009.....	
III. RESULTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE 2009.....	
IV. BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE 2009.....	
GESTION DEL ACTIVO	
GESTION DEL PASIVO	
V. CLASIFICACION DE RIESGO EN CARTERA.....	
VI. PLAN PRESUPUESTO PARA EL 2010.....	
VII. PROPIEDAD INTELECTUAL.....	
VIII. ANEXOS: Estados Financieros Resumidos.....	

- Evolución del balance comparado del 31 de diciembre de 2009 frente al 31 dic. 2008.
- Evolución de resultados acumulados al 31 de diciembre de 2009 frente al 31 dic. 2008.



1. ACTIVIDAD ECONOMICA

La empresa, creada hace aproximadamente cinco años, se dedica a la comercialización de discos y láminas de aluminio, los artículos se adquieren en el mercado local y en el internacional. En el mercado local la adquisición de materiales se dificulta por los altos precios y especulación de los proveedores en la comercialización de las materias primas, generalmente la negociación con el proveedor local depende del precio de la materia prima más un premio, los productos importados consideran las mismas variables más los gastos de importación.

Los discos y láminas comercializados no tienen mayor competencia en el mercado con proveedores locales, el mercado con mayor incidencia hace relación a proveedores del exterior ubicados en países como México, Centro América, Colombia.

Por lo expuesto, la calidad de los productos y el servicio son los pilares para una adecuada gestión comercial en FULAUSTR A.

2. ANÁLISIS LOCAL

El clima político, social y económico del Ecuador generaron inestabilidad durante este periodo, las elecciones presidenciales a mediados de año combinada con una incertidumbre en los cambios a leyes tributarias, sociales y laborales, así como los cortes de energía eléctrica para el último trimestre del año, crearon fuertes expectativas en el mercado local, industrial, comercial y consumidores.

Los índices económicos al final del 2009 muestran según los datos del Banco Central del Ecuador para la inflación en un 4.31% anual, nuestros productos tuvieron un precio promedio de venta comparado con el ejercicio anterior en menos un 13% índice que deja una brecha negativa de más del 8% con la inflación, este factor se debió principalmente a que los precios de adquisición de materiales importados a la competencia por nuestros clientes lo que exigió realizar promociones y mantener precios competitivos; la tasa de desempleo corrió con un 7.5% que así lo a un incremento de la canasta familiar que finalizó en \$534.33 y una canasta vital de \$383.03 con un salario básico de \$220.00.

A pesar de existir un incremento en el índice inflacionario con respecto a períodos anteriores, un índice de desaceleración en crecimiento y una rotura baja del poder adquisitivo en el periodo 2009, uno de los factores que motivo la compra de nuestros clientes fue el incremento de su mercado por el incentivo dado a la industria nacional.

II. Síntesis de la evolución de la empresa periodo 2009

1. INGRESOS

El rubro de ingresos se encuentra detallado por las ventas de discos, láminas y retal de aluminio del cual los dos primeros representan más del 94.5% de la gestión de ingreso para la empresa. Analizada la información entre el periodo anterior y el actual tenemos un decrecimiento en dólares del 26.8%, en tanto que en kilos fue del 24.5% factor que se debe al precio de venta de kilo promedio, mismo que tiene un decrecimiento entre ambos periodos del 13% aproximadamente.

Los ingresos en este periodo se afectan principalmente por la baja calidad del producto a distribuir tanto en discos como en láminas, el primer trimestre no supera el 60% de ventas comparando con el ejercicio 2008, en el último trimestre las ventas nuevamente decrecen con ventas que comparadas con el periodo anterior no alcanzan al 50%; los meses de abril a septiembre permiten que las ventas estén en un 95% promedio comparado con el año anterior, la calidad ofrecida en los productos así como los precios de venta inferiores al mercado internacional fueron los factores que permitieron alcanzar estos resultados.

2. CARTERA

La política con la cual se manejan los temas de Fulaustra para la cobranza hacen que el riesgo de cartera sea mínimo, a clientes nuevos el pago se realiza en 50% por anticipado y el 50% contra entrega, a clientes recurrentes el pago se lo realiza contra entrega, se tiene además una clasificación de clientes principales para empresas que no representar un riesgo de cartera por su solvencia financiera y a las cuales se les otorga créditos inferiores a \$50000.

2009
e.



El proceso de comercialización en FULAUSTRA se realiza con los productos elaborados por nuestro proveedor luego de la fundición de metales primas como cable, olla, lingote, retal de aluminio de donde se obtienen placas que luego son procesadas en un proceso de laminación para obtener el producto final como disco o placa conforme a las especificaciones de diámetros y espesores previamente solicitadas para los diferentes clientes; durante el período 2008 el proceso de fundición para nuestro proveedor fue el talón de Aquiles por los diferentes aspectos y parámetros que se deben considerar durante todo el proceso y del cual depende la calidad final del producto lo que ocasiono incumplimientos y retrasos en la recepción y entrega de pedidos.

La comercialización de productos alcanzó en el 2008 un promedio mes de 19.000k mientras que el promedio para el período 2009 fue de 16.500k no se alcanzó ni el 87% de lo comercializado anteriormente.

4. ADMINISTRACIÓN

Como parte de la gestión Administrativa está la adquisición de materiales al menor costo, lo cual ha generado un buen porcentaje de mejoras en el modo de compra, se han realizado además importaciones de material con mayor pureza que permiten comercializar un producto de mejor calidad.

En la parte de control interno se ha hecho mayor énfasis el control de bodega en general, el sistema de gestión tecnológica que se emplea actualmente permite obtener información económica y financiera oportunamente, sin embargo se requieren aún ajustes que permitan el enlace automático con costos desde los ingresos y egresos de artículos, centros de comercialización, tiempos, rendimientos, pesos, control de producto terminado, recursos humanos, generación de ventas basados en estadísticas de ventas y márgenes de seguridad para inventarios.

Actualmente el proceso de control de inventarios se realiza mensualmente, se ha generado una política de muestreos semanales que permiten que el manejo de los recursos sea óptimo y presente resultados favorables para la gestión de ventas y administración.

III. Resultados Financieros al 31 de Diciembre 2009

Los indicadores financieros muestran un marcado decrecimiento entre el período 2009 y 2008, sin embargo el manejo de costos y rentabilidad es un factor positivo dentro de la gestión de este período a pesar que existe decrecimiento del 27% en ventas en términos de valor monetario y el 25% menos en peso, el promedio de ventas kilo en el 2008 fue de 18.500g para el período 2009 fue de 14.300g.

Los ingresos varios representan aproximadamente 6% para el 2009 en tanto que la participación del 2008 fue del 3,5% con respecto a los ingresos netos totales.

El costo de ventas registró una mejora de aproximadamente el 8%, factor alcanzado por gestión de compra de materiales, control de inventarios, mejoras en procesos, es importante señalar que aun se puede realizar mejoras en este indicador con la disminución de procesos o pérdidas de materiales por falta de capacitación en manipulación. En el 2008 el costo de ventas fue del 87,6% y en el 2009 es de 79,8%, la variación monetaria entre ambos períodos fue de \$207.891, rebaja que se da en un buen porcentaje por la variación negativa en ventas.

Los gastos operacionales muestran un deterioro importante de aproximadamente el 27% monetariamente y del 4% aproximado en relación a las ventas, la variación es significativa y se registra principalmente en el rubro de ventas debido al reconocimiento de fletes que se efectúa con algunos clientes por estrategias de competitividad así como de análisis de mercado que permitirán para el período siguiente generar la incursión de nuevos mercados así como ampliar su cartera de productos, otro rubro que incrementa son los gastos financieros o intereses generados por préstamos que la empresa tiene al momento, en el 2008 el porcentaje con este rubro fue del 7% y en el 2009 el 12,2% de las ventas, es importante notar que los gastos con variación positiva en respecto a las ventas también por la disminución de los intereses.

A pesar de un decrecimiento de más del 50% de ventas la utilidad bruta del ejercicio se ve afectada en apenas un 10% como decrecimiento con el período anterior reflejando notablemente la mejora en costos, la utilidad neta en el 2008 fue de \$59.501 y en el 2009 dio en total de \$54.045 la variación en estos dos períodos para este rubro fue de \$5.456 un positivo factor que representa para la administración enfocar su

Dipe



IV. Balance al 31 de Diciembre de 2009

Gestión de Activos

El detalle de las cuentas del Balance General refleja la participación de los recursos y la materialidad de los mismos, los grupos ponderantes son el activo corriente y el patrimonio; el activo corriente está representado por más del 72% y el patrimonio por más del 65%, los pasivos corrientes al 31 de diciembre de 2009 son el 34,37% de los activos totales, el índice de liquidez es del 2,84% que es levemente inferior al del período 2008 en 0,85 ya que para este período fue del 3.69.

En el activo corriente los subgrupos con mayor representación son el Exigible que tiene el 35.43% y el Realizable que participa del 41%, los rubros que le siguen son Pagos Anticipados con un 21%, que se genera en una mayor participación por las cuentas de impuestos.

Dentro de la cuenta de Exigible el rubro con mayor participación es otras cuentas por cobrar que tiene una participación del 67,69%, el 31,27% está asignado a clientes.

Los inventarios con mayor impacto dentro del rubro de realizable son los inventarios de materia prima fundición e inventarios en proceso y chatarra para la venta, los primeros participan con el 44,05% en tanto que los segundos tienen una participación del 22,47% y el tercero del 16,01%.

Los rubros de exigible y realizable tienen una participación del 62,15%, lo que convierte a estas cuentas en puntos críticos de control y monitoreo continuo.

Gestión de Pasivos

El pasivo representa el 34% de las obligaciones que mantiene la empresa, tiene el 74,6% comprometido en deuda corriente y el 25,4% en deuda a largo plazo, los valores cargados a largo plazo son por obligaciones con personal por deudas con accionistas o clientes.

Los valores adeudados con mayor peso en el pasivo corriente corresponden a cuentas por pagar a proveedores locales por adquisiciones de materias primas y suministros, estos representan el 57% en este grupo, el 14,7% lo constituyen cuentas pendientes por pagos de sueldo, beneficios e impuestos.

El patrimonio participa con el 66%, de este el 46% está constituido por capital social y el 21% por aportes para futuras capitalizaciones, el 19% lo representan reservas y el 14% la utilidad del ejercicio actual antes de que se haya liquidado participación laboral, impuestos y reservas.

La participación de los resultados del período en los rubros del 2009 es del 7% en el estado de resultados, la utilidad neta es de \$27.845 luego de participaciones e impuestos.

V. Clasificación de Riesgo en Cartera

El rubro de exigible que representa el 35% de los activos corrientes y tiene una participación del 68% en valores por otras cuentas se refleja por valores que han sido facturados a dos clientes principales con los cuales por tenerse relación de cliente, proveedor se efectúa cruce de cuentas. Al cierre del ejercicio la empresa no ha otorgado a clientes créditos que representen un riesgo ni del uno por ciento en incobrabilidad.

La provisión de cuentas incobrables representa el 2.12% de las cuentas por cobrar lo que determina que el riesgo existente en cartera se encuentra cubierto en dos veces, por lo que se dispone además de un remanente para cualquier eventualidad.

VI. Plan Presupuesto 2010

Para el 2010 se estima un promedio de ventas por kilo de, que representarían unas ventas anuales proyectadas de \$768.000 que darían un crecimiento proyectado para el nuevo período del 14,53%. Para cumplir con este objetivo la calidad y la diversificación de productos son los puntos principales a ser observados por la gestión administrativa y de ventas. El costo de ventas se proyecta en un 79% para lo cual el control interno y procesos son la base en la mejora de este rubro, se estima para el nuevo período un incremento en Gastos Operacionales del 15%, principalmente por los rubros de ventas, financieros y honorarios profesionales.

Dentro del plan de ventas se encuentra la gestión con la Policía Nacional para la venta de placas de vehículos, discos para hornillas de cocina, incremento de participación en rótulos para señalización de carreteras.

Diego



VII. Propiedad Intelectual

La empresa indica que se ha cumplido con todas las disposiciones legales con respecto a la propiedad intelectual.

VIII. Anexo: Información Resumida

- Fundiciones y Laminaciones Australes S.A.:
- Balance General
- Estado de Ganancias y Pérdidas

Atentamente,


DIEGO ECHEVERRI C.
PRESIDENTE

MBA. CPA. PATRICIA VELEZ
GERENTE