

**INFORME DE
PRESIDENCIA
Y GERENCIA**

**FUNDICIONES Y LAMINACIONES
AUSTRALES
FULAUSTRA S.A**

al 31 de Diciembre de 2011

I. Situación del Entorno

1. ACTIVIDAD ECONOMICA

La empresa desarrolla su actividad económica en la ciudad de Cuenca desde hace aproximadamente 10 años, el sector industrial al cual pertenece FULAUSTRA S.A. es el comercial, actualmente se encuentra afiliada a la Cámara de la Pequeña Industria, el mercado en el cual se desenvuelve es a nivel nacional, los productos que se comercializan son materias primas como son discos, láminas y tiras de aluminio que sirven para el desarrollo de nuevos productos, en estos últimos cuatro años desde la administración se ha visto la necesidad de diversificar el portafolio de clientes, estrategia que ha permitido aprovechar la estructura de la empresa e incrementar tanto los ingresos como sus rendimientos del capital de trabajo, los clientes que se han incorporado son fabricantes de señalización vial y pequeños artesanos que utilizan discos o láminas de aluminio para diversas actividades.

Al cerrar el período 2011 se han revisado las gestiones realizadas y las cifras que se han obtenido por las actividades llevadas a cabo dentro de este período, estos datos han sido comparados con la evolución de la economía nacional en este mismo período, los datos comparativos han sido tomados de la base de indicadores expuestos por el Banco Central de Ecuador, en el análisis de la administración se concluye que si bien la inflación anual de este período es del 5.41%, la empresa realizó un incremento de precios promedio del 3.25% basado principalmente en los precios de materia prima, las ventas tuvieron un incremento en volumen del 66%, la variación más elevada se dio por la venta de láminas que creció en un 45% y el 21% corresponde a discos, los factores relevantes que han permitido alcanzar el 96% de cumplimiento en el presupuesto presentado a inicios de este año serán descritos más adelante.

La visión, misión, objetivos de la empresa así como sus estrategias siguen políticas claras y lineamientos que permitan alcanzar el más alto cumplimiento con el mercado, su recurso humano, los entes de control, el Directorio y sus accionistas; la administración y el equipo de trabajo actualmente persiguen incrementar el nivel de ventas y reducir los costos de adquisición en FULAUSTRA a fin de entregar al mercado ecuatoriano productos con servicio, precio y calidad ya que su competencia principal son productos de importación.

Los retos internos de la administración y su personal son generar eficiencia en las actividades desarrolladas considerando que está es una tarea diaria y de todos quienes conforman la empresa, sin perder de vista que la capacitación, la comunicación, el trabajo en equipo y el seguimiento de las operaciones son parte fundamental para alcanzar el desarrollo sostenible de la organización.

Hoy en día la administración dispone de un sistema de información diseñado en lenguajes de punta, amigable con soporte técnico oportuno, sin embargo no se dispone de reportes y datos que se extraigan fácilmente y en tiempo real, el software aún no está automatizado, se manejan hojas de cálculo lo cual muchas veces limita la toma oportuna de decisiones, la cartera de clientes en Fulaustra es limitada, los parámetros monitoreados son peso y precio de venta, la administración ha definido como parte de sus estrategias la reducción de costos, control en la calidad de los productos entregados a sus clientes, atención y servicio oportuno que son claves para un buen desarrollo de las actividades empresariales.

2. ANÁLISIS LOCAL

Ecuador es un país visto a nivel mundial por los analistas económicos e inversionistas como un mercado en desarrollo, que tiene perspectivas de crecimiento

Hoy en día, aún a pesar de todos los cambios dispuestos por el actual Gobierno en normativa tributaria, de seguridad social, laboral, societaria, ambiental, seccional; los empresarios y administradores tienen claridad en las reglas de juego, reglas que tienen como alcance generar igualdad de condiciones, estas reglas de ser ejecutadas por los actores del mercado y controlados por los entes del Gobierno están encaminadas a desmonopolizar el mercado y a generar una mejor repartición de la riqueza lo que desembocaría en un mayor poder adquisitivo para los ecuatorianos, acciones que permiten generar movimiento y crecimiento en la economía.

Lo antes expuesto es parte de un marco político emprendido por el actual Gobierno, política que adicionalmente ha inyectado recursos económicos a través del gasto público en los últimos cuatro años, tiempo en el cual este rubro creció del 11% al 25%, crecimiento que fue

sustentado con un déficit en la cuenta corriente de -2.0usd en mm cuando a finales de 2007 se disponía en esta cuentas 1.7usd en mm, la deuda bruta en el mismo período en relación al PIB bajó del 37% al 20.8%, aún a pesar que el Gobierno ha realizado grandes desembolsos para activar la economía y generar circulación de dinero, esto no se ha visto reflejado en la disminución del desempleo y subempleo, estos indicadores conforme a las estadísticas se mantienen con un desempleo que oscila entre el 6% y 9%, el Gobierno Nacional adicionalmente ha buscado estancar y disminuir la salida de divisas del país reprimiendo las importaciones a través de cupos, aranceles, impuesto a la salida de capitales que a finales del 2011 se incrementó del 2% al 5%, ya que uno de los rubros de mayor presión en la economía es su balanza comercial negativa.

Un tema preocupante dentro de la economía es el manejo del gasto público y la cuenta corriente, si bien la deuda nacional está en un indicador del 20%, la cuenta corriente es negativa, la primera puede aún incrementarse por lo cual uno de los retos del actual Gobierno será encontrar países que tengan recursos que permitan seguir financiando el gasto público ecuatoriano, puesto que la economía mundial presenta contracción, niveles de volatilidad altos, decrecimiento y desaceleración; por lo que el Gobierno debe buscar mecanismos que permitan afianzar su liquidez con las exportaciones de petróleo, banano, camarón y flores mientras los precios de estos productos se mantengan altos.

Al igual que los indicadores propios de la empresa los índices económicos reportados por el Banco Central del Ecuador son vitales para la toma de decisiones, un comparativo de los mismos y sus proyecciones dan un marco dentro del cual se puede diseñar el plan de trabajo para el período 2011 y 2012. La inflación anual 2010 fue de 4.31%, indicador que tuvo crecimiento para el 2011 y terminó en 5.07%, el Gobierno proyecta para el 2012 el 3.12% de inflación promedio sin embargo el FMI considera que la misma estará entre el 5% considerando todos los aspectos externos del mercado mundial. La tasa de desempleo cerró en 6.1% en el 2010 para el 2011 es del 5.07%; la canasta familiar finalizó en \$548.63 al 2010 y para el 2011 terminó en \$578.04; la canasta vital 2010 fue de \$393.4 con un salario básico de \$240.00 en tanto que 2011 dio \$422.07 con un salario básico de \$264.00, datos que muestran claramente que existe una disminución en el poder adquisitivo de las familias ecuatorianas aún a pesar de las políticas implementadas por el Gobierno Nacional. En el período 2011 relación entre lo percibido y lo mínimo a gastar se mantiene en una cifra superior a un 1,6 veces, la canasta básica se incrementó en más de un 5.36% en relación al período anterior.

El Gobierno para ser coherente con su política de mejorar su balanza de pago mantiene desde el período 2010 su apoyo a la industria nacional a fin de reducir las importaciones y generar como parte de la cultura el **CONSUMA LO NUESTRO**, esta política se ha reforzado con los incentivos propuestos y determinados por la ley en el código de la producción vigente.

II. Síntesis de la evolución de la empresa período 2011

1. INGRESOS

Los ingresos de FULAUSTRA están representados por dos grandes rubros como son: ventas de discos de aluminio, que tienen una representación del 37% y ventas de láminas que tienen el 63%, las láminas han sufrido una variación importante ya que al cierre del 2010 estaba representado por una venta del 53% y discos por el 47%. El crecimiento de ventas netas fue del 52%, es importante señalar que aun siendo el crecimiento en monto de venta superior al 50% el volumen de kilos vendidos fue del 36% por lo que conseguir precios competitivos es un reto continuo para la administración. El impulso creciente que se dio en ventas fue a partir del segundo semestre con la diversificación de clientes e ingreso a nuevos mercados donde se aprovecha la coyuntura de política de gasto público del Gobierno y se ofrece productos para señalización vial.

2. CARTERA

En el período 2011 FULAUSTRA mantiene la política de crédito que ha venido manejando para las ventas; sus clientes nuevos y contratos eventuales realizan el pago del 50% a la firma del contrato o al ingreso del requerimiento y el 50% contra entrega, dentro de su lista de clientes recurrentes los cobros se realizan contra entrega, adicionalmente dentro de su cartera

mantiene una clasificación de clientes principales con empresas de bajo riesgo de cartera por su solvencia financiera o continuidad en compra y a las cuales se les otorga créditos inferiores a 30 días, según el producto, volumen y solvencia del cliente. El rubro de exigible comparado con el período anterior tiene un incremento del 116%, el mayor porcentaje se da en cuentas de exigible otorgados como préstamo corriente a otra empresa, adicionalmente otro aspecto a considerar en esta variación tan representativa es la entrega de un contrato en diciembre el cual fue entregado en su totalidad y el 50% del mismo quedó para ser cobrado los primeros días del año 2012.

3. COMERCIALIZACION

FULAUSTRA es una empresa cuya competencia son proveedores no nacionales, una ventaja competitiva en la comercialización de los productos viene dada por el servicio así como la entrega de los artículos conforme a las especificaciones y requerimientos de sus clientes en máximo tres semanas, los productos se ajustan a las necesidades de diámetros y espesores, características que permiten a sus clientes eliminar costos adicionales por pérdidas de material; sin embargo al ser un producto que se ajustan a las necesidades del cliente uno de los principales inconvenientes viene dado por el tiempo de respuesta del proveedor y los problemas en calidad.

La comercialización de los productos alcanzó en el 2010 un promedio mes de 12.5Ton al cierre del ejercicio 2011 el promedio mes fue de 17.2Ton, un punto clave para el desarrollo de la actividad son la adquisición de productos y la calidad, estrategias que son necesarias considerar por la administración para el período 2012 ya que de ellas depende el fortalecer la gestión de ventas y los resultados de la empresa.

4. ADMINISTRACIÓN

El período 2011 se inicia con problemas en equipos de apoyo, hay falta de conocimiento en las especificaciones técnicas de los productos y la calidad que exige el mercado, adicionalmente también se tiene inconvenientes los dos primeros meses por falta de producto en el mercado y los precios del aluminio a nivel internacional. Generar una estructura en la organización, controles en inventarios y procesos operativos toma tiempo y demanda recursos de la empresa y la Alta Dirección, sin embargo los meses subsiguientes se arma ya estrategias de trabajo que permitan alcanzar los objetivos para el período y se pueda cumplir con los requerimientos y necesidades y requerimientos del mercado. Las gestiones de la administración van encaminadas a impulsar las ventas, mejorar los costos de adquisición y mejorar sustancialmente los indicadores financieros; para alcanzar el cumplimiento de estos objetivos fue necesario armar un equipo de trabajo que esté dispuesto a trabajar en equipo considerando que las actividades se desarrollaran satisfactoriamente si se busca la satisfacción de los clientes internos y externos de la organización, los lineamientos para las diferentes áreas de la empresa son la optimización de sus recursos en el más alto nivel, deben estar encaminadas a seguir un control minucioso de costos y cumplir con el presupuesto asignado. Con el incremento de ventas a partir de mediados del segundo trimestre por contratos para señalización vial los indicadores de liquidez mejoraron sustancialmente, la empresa actualmente se encuentra en un punto de crecimiento, la empresa ve como oportunidad las necesidades de las empresas locales y la diversificación de uso que el mercado da a los productos.

La información con la que cuenta la empresa en sus bases de datos unido al conocimiento alcanzado en el mercado en estos últimos periodos representan la base para un crecimiento sostenido, conjuntamente con una buena planeación, ejecución y control de las distintas operaciones llevadas a cabo dentro de todas las áreas. Al finalizar este período la administración considera haber alcanzado en un alto porcentaje los objetivos, sin perder de vista que hay actividades que aún pueden ser mejoradas y otras que deberán ser ejecutadas en el período siguiente, se han realizado cambios en las estructura física de la empresa que dan imagen a todos quienes interactúan y desarrollan sus actividades en la empresa. En este año se ha dado cumplimiento a las disposiciones de la Superintendencia de Compañías y se han ajustado los Balances de la empresa a las NIFF, las cuentas que tienen afectación en valoración son cartera e inventarios, los valores han sido revisados por la firma de Auditores

Assurance, encargada del proceso de transformación de estados financieros de NEC NIFF, al cierre del ejercicio fiscal se ha dado estricto cumplimiento a todas las disposiciones emitidas por los entes de control y se han realizado las provisiones y conciliaciones conforme lo dictamina el marco legal vigente en el país.

III. Resultados Financieros al 31 de Diciembre 2011

Todo lo expuesto anteriormente se ve reflejado en los resultados financieros arrojados al 31 de Diciembre de 2011, FULAUSTRÁ, mantiene indicadores que si bien tienen pequeños decrecimientos dejan ver una empresa que está apuntalando una sólida estructura financiera, actualmente dispone de recursos que le permitan proyectar su crecimiento como se detalló en el párrafo de los ingresos, el mayor peso de venta lo conforma la venta de láminas de aluminio, rubro que además tiene una participación considerable en la rentabilidad bruta de la empresa, mientras que la venta de discos genera márgenes reducidos por tratarse de contratos con clientes que manejan políticas que se han establecido desde inicios de la comercialización de estos productos.

Es importante destacar que otra contribución importante en los resultados se ha dado por la reducción de los costos de adquisición y mejoras en las operaciones desarrolladas hasta que el producto llegue al cliente.

Los datos financieros relevantes en este período comparados con el 2010 es la mejora en ventas netas del 52%, una disminución del costo de 79.4% a 75.7%, si bien los gastos administrativos y ventas tiene un incremento del 15.8% el mayor incremento se detalla en los gastos administrativos que crecen en un 11.4%, en el período 2010 la participación de los gastos operacionales sobre la venta fue de 10.77% en tanto que para el 2011 es de 15.64%; el rubro con mayor crecimiento en los gastos administrativos es el de sueldos y servicios, el rubro con mayor crecimiento en ventas es mercadeo.

El incremento mencionado en ventas así como la reducción de costos y el leve crecimiento de los gastos operacionales se refleja en un leve decrecimiento de la rentabilidad operacional que fue del 9.8% en el 2010 y al cierre del 2011 es del 8.5%, la rentabilidad neta para accionistas de los dos períodos baja del 5.6 al 4.9.

IV. Balance al 31 de Diciembre de 2011

Gestión de Activos

La información detallada en el Balance de Situación de la empresa, es muy coherente con las actividades detalladas anteriormente y desarrolladas en el ejercicio fiscal que concluye, el crecimiento del activo total es del 8.5%, las cuentas de mayor representación son exigible e inventario, la primera tiene una participación del 58%, en tanto que la segunda del 25% lo que da un total del 83%, al tener gran concentración de recursos en estos rubros, la gestión de la administración se vuelve una prioridad, el control y cuidado es de alta susceptibilidad, los rubros que se detallan en la cuenta de exigible están debidamente conciliados y cotejados, de las cuentas de mayor cuantía se dispone de los documentos de garantía, la cuenta de exigible denominada como dudoso cobro no supera el 0.5% del total de la cartera, rubro que se encuentra cubierto en un 100% con la cuenta de provisión de incobrables, para los rubros de dudoso cobro se han iniciado los trámites legales para recuperación de los mismos.

El rubro de realizables, presenta incremento, por parte de la administración se han realizado las políticas para el manejo y control de los mismos, al cierre del ejercicio los productos están debidamente clasificados, conciliados y auditados, la mayor participación está en inventario de láminas y que representa el 51% del inventario total, la administración conjuntamente con el departamento de ventas a gestionados políticas para optimizar inventarios hasta el primer cuatrimestre del 2012.

Gestión de Pasivos

El pasivo al final de período 2010 tenía una representación del 37% rubro que disminuyó para el período 2011 al 34%, el pasivo que ha disminuido es el pasivo a largo plazo, en tanto que el patrimonio incrementa del 63% al 66%, las estrategias de la administración para el nuevo período van encaminadas al cumplimiento de sus obligaciones corrientes hasta finalizar el primer semestre del 2012.

La cuenta del patrimonio se desglosa de la siguiente manera: el 38.7% en capital suscrito, 32.8% en reservas y 10.8% en utilidad del ejercicio, los rubros que mayor variación representan en composición porcentual entre este período y el 2010 son capital y reservas.

V. Plan Presupuesto 2012

Se ha considerado para la elaboración del presupuesto 2012 un entorno económico nacional en desarrollo, con una política de gasto y consumo, se ha proyectado un incremento razonable en las materias primas a nivel internacional, factor de alta prioridad para el cumplimiento de los objetivos.

Para el 2012 se estima un promedio de ventas de 20T que representaría unas ventas anuales proyectadas de \$1.059.054 que darían un crecimiento proyectado para el nuevo período del 30%. El costo de ventas se proyecta en discos al 84% y en láminas al 67% y un incremento en gastos administrativos y ventas un incremento del 12%

La administración con la finalidad de cumplir los objetivos propuestos está direccionada a revisar el diseño del plan estratégico, considerar prioridades, realizar ajustes, asignar tareas, automatizar sistema de costos que sigan con los lineamientos empleados en el período 2011 como son optimización de recursos, control de costos, mejoras de productividad, ampliación del portafolio de clientes y expansión a nuevos mercados.

VI. Propiedad Intelectual

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

VII. Anexo: Información Resumida

Fundiciones y Laminaciones Australes S.A.:

- ❖ Balance General
- ❖ Estado de Ganancias y Pérdidas

Atentamente,



MBA. CPA PATRICIA VELEZ
GERENTE