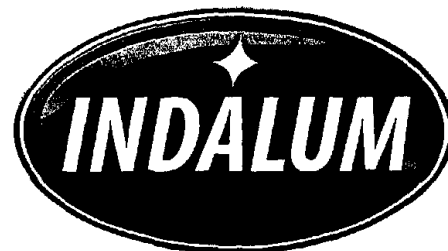


I. Situación del Entorno



1. ACTIVIDAD ECONOMICA

INDALUM, es una mediana industria productora de artículos para la cocina a base de aluminio y que adicionalmente realiza la comercialización de productos complementarios como eléctricos menores, vajillas, productos sustitutos en hierro enlozado, entre otros; con el fin de ampliar y diversificar su portafolio de artículos para así potencializar y cubrir las necesidades de su mercado.

El periodo 2010 refleja un crecimiento superior al índice inflacionario del país, los ingresos de la empresa crecieron en un 10.68% comparado con el periodo anterior, las gestiones realizadas principalmente en el área de producción y ventas permitieron en primer lugar disminuir la demanda insatisfecha, satisfacer las necesidades del mercado e incrementar la presencia de la marca dentro del mercado nacional.

Los retos impuestos a finales del periodo anterior para incrementar ventas y realizar posicionamiento de marca e imagen a través del servicio, precio y calidad frente a los competidores artesanales se han visto reflejados en el crecimiento de ventas durante este periodo 2010.

Las principales gestiones se han desarrollado en el área de producción a través de estrategias enfocadas a incrementar la producción, reducir los reprocesos, generar órdenes de producción que permitan mejorar los costos en línea, determinar los cuellos de botella, disminuir desperdicios, actividades que se han desarrollado en más de un 65%, dentro del 35% faltante se han fijado metas y trazado objetivos para el periodo 2011 enfocando principalmente las actividades a la disminución de costos, manejo controlado de desperdicios, desarrollo y mejora de matrices.

Adicionalmente durante el periodo 2010 se trabajó intensamente en la gestión de ventas, se han desarrollado planes de trabajo y acción considerando los diferentes segmentos de mercado a los cuales se atiende así como determinando las fortalezas y debilidades de la cadena de distribución actual con el fin de desarrollar estrategias que durante el periodo 2011 nos permitan pulir y optimizar las gestiones desarrolladas por los distribuidores y mayoristas.

2. ANÁLISIS LOCAL

El periodo 2010 para el Ecuador en el área político, social y económico en términos generales no sufrió mayores contratiempos a excepción de los últimos días del mes de septiembre y los primeros de octubre que ocasionaron por pocas horas o días paralización a nivel nacional de la actividad económica, la disminución de partidas arancelarias y mejora de cupos de importación permitieron un incremento en líneas de comercio; sin embargo temas como tributos, reformas a normas sociales y laborales, siguen generando dentro de la industria y el comercio ajustes e inestabilidad.

Si analizamos los índices económicos reportados por el Banco Central del Ecuador comparada la inflación entre el 2009 que fue de 4.31% anual y el 2010 3.17%, existe una ligera mejoría, si adicionalmente comparamos este indicador con el incremento de precios para nuestros productos en este periodo los mismos tuvieron una afectación de aproximadamente el 4.5%, lo cual refleja que existieron factores como el precio de materia prima importada que superaron el incremento de los indicadores internos, la tasa de desempleo cerró con un 7.9% en el 2009 y en durante el 2010 fue del 6.10%; la canasta familiar finalizó en \$534.33 al 2009 y en \$548.63 al 2010; la canasta vital al 2009 fue de \$383.03 con un salario básico de \$220.00 para el 2009 y para el 2010 de \$393.40 con un salario básico de \$240.00, lo cual aún representa una disminución en el poder adquisitivo de las familias ecuatorianas ya que la relación entre lo percibido y lo mínimo a gastar es superior a un 1,6 veces, la canasta básica se incremento en más de un 2.71% en relación al periodo anterior, si bien se puede apreciar que se ha generando mejoría en los indicadores macroeconómicos, aún el poder adquisitivo de la población ecuatoriana se ve enfocado para el consumo de los artículos principales y que tienen mayor incidencia en productos de primera necesidad.

Es necesario reconocer que uno de los factores que impulsa el crecimiento de la industria ecuatoriana el día de hoy es el impulso del gobierno al consumo lo nuestro pues con el análisis expuesto anteriormente a pesar de la mejora en los índices con respecto a periodos anteriores, se ha requerido dentro de la empresa estrategias internas enfocadas al control de costos, mejora de calidad, atención y servicio oportuno que han sido claves para impulsar al consumidor final a adquirir productos elaborados en el mercado Ecuatoriano por la industria nacional y tener un crecimiento en la participación de ventas.

Diopé

Fábrica: Gil Ramírez Dávalos 418 y Fco. Pizarro
Telf.: 593 (7) 2862 545 Fax: 593 (7) 2805 958
Email: ventas@indalum.com
Web: www.indalum.com
Casilla: 01.011382
Cuenca-Ecuador

II. Síntesis de la evolución de la empresa período 2010



1. INGRESOS

Los esfuerzos realizados principalmente en el área de producción y ventas durante este período se reflejan en los resultados de ventas e ingresos a finales de 2010 con un incremento en este rubro que alcanzó el 10.68%, es importante considerar que en las ventas de las líneas principales la mayor afectación se dio por las ventas en la línea de aluminio con un 15,41% que durante este año tuvo un incremento en precios promedio del 4.5% lo que nos da un crecimiento neto en volumen del 10.91%; en la gestión de ventas de comercio el crecimiento fue de 2.39%, los mayores crecimientos de esta línea se dieron luego del segundo semestre con la mejora de aranceles para importaciones. Durante el 2010 las zonas de mayor crecimiento siguen siendo el centro y sur del país, por lo cual un reto para la empresa durante el período 2011 es la zona norte, durante el período 2010 se desarrolló planes de incentivos con clientes mayoristas, se trabajó en la ampliación del portafolio de clientes, en ferias directas para el consumidor final, gestiones que han motivado e incentivado al impulso de marca dentro del mercado nacional.

2. CARTERA

En el período 2010 la gestión de ventas se ha enfocado adicionalmente de la labor de mercadeo a hacer cumplir y monitorear continuamente las políticas de cartera, de los rubros que se manejan en cuentas por cobrar el riesgo de los mismos es mínimo, se tiene tres cuentas de alto riesgo una en la zona de Guayaquil, otra en la zona de Huaquillas y una en la zona de Ambato que no superan el 4.44% de la cartera total y que adicionalmente en caso de no ser cubiertas tienen el respaldo de cuenta provisión de incobrables, como datos económicos y financieros se observa en el Balance General un incremento para el rubro del exigible de \$78.566 que representan el 10.86%, adicionalmente es importante considerar que el mayor incremento en el rubro de exigible no se da en cartera de clientes sino en anticipos a proveedores; el crecimiento real en créditos por cartera es del 6,05% que comparado por el incremento en ventas netas del 13.94% no representa un incremento en el crédito a los clientes, sino una mejoraría en este rubro.

En el ejercicio de 2009 la recuperación de cartera fue de 123 días en tanto que la recuperación promedio para el 2010 es de 105 días, lo cual nos da una variación de 18 días menos y ratifica lo expuesto en el párrafo anterior, las zonas con mayor incremento son Machala, Oriente, Ambato, que se están monitoreando continuamente.

3. PRODUCCIÓN

En el área de producción gestiones de control y cumplimiento de objetivos enfocados principalmente a incremento de producción, mejora de calidad, han sido factores prioritarios durante el período 2010, el control de costos, manejo de inventario, reducción de desperdicio son tareas que si bien se han determinado seguirán siendo temas prioritarios a monitorear durante el 2011, la producción tuvo un incremento del 24,7% con relación al período anterior y un cumplimiento del presupuesto del 97.46%; los kilos producidos promedio en el 2008 representaron 17.7Ton, en tanto que para el 2009 se realizó una producción promedio de 16.4Ton, el período 2010 se cerró con una producción promedio de 20.5Ton que han permitido incrementar el nivel de ventas y mejorar el tiempo de respuesta en el mercado.

4. ADMINISTRACIÓN

Durante el período 2010 se ha realizado monitoreo y ajustes en la gestión administrativa principalmente enfocados al control y supervisión de los principales rubros como exigible y realizable, en el área tecnológica básicamente las tareas se han asignado al desarrollo de informes que permitan visualizar de manera rápida o a través de tablas dinámicas los comportamientos de ingresos, costos, gastos, cartera y producción.

J. J. 290 e.

Fábrica: Gil Ramírez Dávalos 418 y Fco. Pizarro
Telf.: 593 (7) 2862 545 Fax: 593 (7) 2805 958
Email: ventas@indalum.com
Web: www.indalum.com
Casilla: 01.011382
Cuenca-Ecuador



Como en el período 2009 en este año los procesos de control interno siguen enfocados en optimizar la atención en el manejo de inventarios de materia prima, materiales, accesorios, insumos, productos en proceso y terminados; la información y reportes del sistema de forma oportuna se genera mensualmente y planificación en las áreas de ventas y producción, mensualmente se revisa por zona, por clientes y por artículos, a fin de realizar promociones en base al mercado y a la información de costos oportuna que hoy levanta el sistema por artículo así como también considerando costos de reposición.

III. Resultados Financieros al 31 de Diciembre 2010

En INDALUM, tanto la información financiera como los indicadores de rentabilidad, liquidez, eficiencia y solvencia son muy destacables, durante el período 2010 las ventas netas tuvieron un incremento del 13.94%, la línea de aluminio tuvo un crecimiento del 15.41% en tanto que la línea de comercio del 2.39%.

El rubro de otros ingresos tuvo una participación en el 2009 del 5.68% con respecto a los ingresos netos totales en tanto que para el 2010 fue del 2.90%.

El costo de ventas registró una mejora de 2.42%, la relación entre ambos períodos deja una variación positiva de 9.8%, en el 2009 el costo de ventas fue del 73% y en el 2010 es del 70.48%, la variación monetaria entre ambos períodos fue de aproximadamente \$174.000, misma que se da en mayor parte por la variación positiva en ventas.

Los gastos operacionales en cuanto a porcentajes tienen una variación mínima, en el 2009 estos representaron el 25% y en el 2010 el 24.85% de las ventas, es importante considerar que en este análisis también influye el crecimiento en ventas; los gastos de ventas continúan registrando un mayor incremento que el gasto administrativo, los rubros con mayor influencia son servicios de mercadeo y manejo de publicidad.

Como utilidad neta del ejercicio se aprecia una diferencia positiva del 30.36%, la utilidad neta en el 2009 fue de \$90.400 y en el 2010 da un total de \$117.844 la variación en estos dos períodos para este rubro fue de \$27.443.

IV. Balance al 31 de Diciembre de 2010

Gestión de Activos

En el detalle de las cuentas de Balance General se refleja la participación de los recursos y la materialidad de los mismos, los grupos ponderantes para INDALUM está en los rubros del activo corriente y el patrimonio; el activo corriente está representado por más del 94% y el patrimonio por un 69%, los pasivos corrientes al 31 de diciembre de 2010 representan el 81% de los pasivos totales que son el 31% de los activos totales, el índice de liquidez es del 3,76.

En el activo corriente los subgrupos con mayor representación son el Exigible que tiene el 38.55% y el Realizable que participa del 52.33%, los rubros que le siguen son Disponible con un 5% y el 4% lo constituyen pagos anticipados, valores que se registran por pagos de seguros e impuestos.

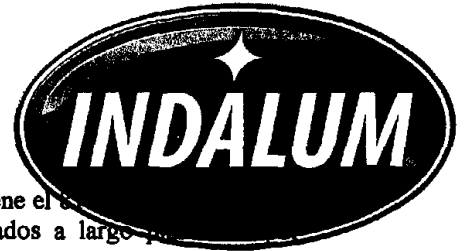
Dentro de la cuenta de Exigible el rubro con mayor participación en cuentas por cobrar es clientes que tiene una participación del 85.67%, otras cuentas tienen el 13.44% y el 0.89% restante se encuentra en valores asignados a personal.

Los inventarios con mayor impacto dentro del rubro de realizable son los inventarios de materia prima y los inventarios de productos terminados, los primeros participan con el 36.05% en tanto que los segundos tienen una participación del 45.44%.

El manejo y control de los rubros exigible y realizable son de vital importancia pues en ellos se encuentra alrededor del 91% de los recursos de la empresa.

Díaz

Gestión de Pasivos



El pasivo representa el 31% de las obligaciones que mantiene la empresa, tiene el 24.89% en deuda corriente y el 24.89% en deuda a largo plazo, los valores cargados a largo plazo son las obligaciones con personal por jubilación patronal y desahucio.

Los valores adeudados con mayor peso en el pasivo corriente corresponden a cuentas por pagar a proveedores locales por adquisiciones de materias primas y productos de comercio, estos representan el 70% de este grupo, el 12% lo constituyen cuentas pendientes por pagos de impuestos, sueldos y beneficios, el 11%.

El patrimonio participa con el 69%, de este el 74.64% está constituido por capital social y el 17.67% lo representan reservas y el 7.68% en utilidades del ejercicio.

La participación de los resultados del periodo en el rubro de patrimonio para el 2010 es del 7.68% en el estado de resultados la utilidad bruta es de \$177.681.

V. Clasificación de Riesgo en Cartera

El rubro de exigible que representa el 38.55% de los activos corrientes y tiene una participación del 85.67% en valores por cobrar a clientes al corte de los Balances del periodo 2010 ha sido depurado y revisado minuciosamente. Las cuentas de riesgo para la empresa otorgadas a clientes representan aproximadamente el 4.4%.

Los días de pago tienen una rotación de 105 días en tanto que en el periodo anterior fueron de 110 días.

La provisión de cuentas incobrables representa el 4.61% de las cuentas por cobrar lo que determina que el riesgo existente en cartera se encuentra cubierto en su totalidad y se dispone de un remanente para cualquier eventualidad.

VI. Plan Presupuesto 2011

Se proyecta un crecimiento en la línea de aluminio del 13% en volumen y el 5,25% en precios, para la línea de comercio el incremento presupuestado es del 17%, las políticas actuales de control interno están enfocadas a mejorar el empleo de los recursos y costos de producción, se estima para el nuevo periodo un incremento en Gastos Operacionales del 10%.

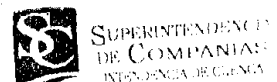
Dentro del plan de ventas esta la expansión de ventas a mercados Institucionales y convenios con clientes estratégicos que incorporen nuestro producto como un adicional o combos en las ventas, en el área de producción para el segundo semestre del periodo se considera la diversificación de nuevos productos.

VII. Propiedad Intelectual

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

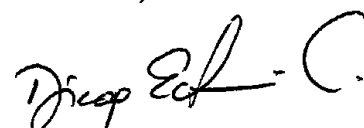
VIII. Anexo: Información Resumida

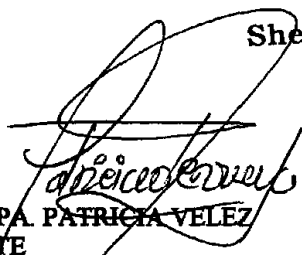
- Industrial de Aluminio S.A.:
- Balance General
- Estado de Ganancias y Pérdidas



12 6 ABR 2011

Atentamente,


DIEGO ECHEVERRI C.
PRESIDENTE


MBA. CPA. PATRICIA VELEZ
GERENTE

Fábrica: Gil Ramírez Dávalos 418 y Fco. Pizarro
Telf.: 593 (7) 2862 545 Fax: 593 (7) 2805 958
Email: ventas@indalum.com
Web: www.indalum.com
Castilla: 01.011382
Cuenca-Ecuador