



**INDUSTRIAL DE ALUMINIO
INDALUM S.A**

**INFORME DE PRESIDENCIA Y
GERENCIA**

al 31 de Diciembre de 2008

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



CONTENIDO

I. SITUACION DEL ENTORNO.....	
II. SINTESIS DE EVOLUCION DE LA EMPRESA PERÍODO 2008.....	
III. RESULTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE 2008.....	
IV. BALANCE AL 31 DE DICIEMBRE 2008.....	
GESTION DEL ACTIVO	
GESTION DEL PASIVO	
V. CLASIFICACION DE RIESGO EN CARTERA.....	
VI. PLAN PRESUPUESTO 2009	
VII. PROPIEDAD INTELECTUAL	
VIII. ANEXOS: Estados Financieros Resumidos.....	

- Evolución del balance comparado del 31 de diciembre de 2008 frente al 31 dic. 2007.
- Evolución de resultados acumulados al 31 de diciembre de 2008 frente al 31 dic. 2007.

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



I. Situación del Entorno

1. ACTIVIDAD ECONOMICA

Industrial de Aluminio S.A., es una empresa que clasifica dentro del sector productivo, su actividad es realizar la transformación de discos de aluminio en productos elaborados para el arte culinario, su actividad se ve influenciada en gran parte por las negociaciones de Materia Prima que se realizan con sus proveedores locales y del exterior.

Durante el período 2008 la fluctuación registrada en el precio de los metales significó en los primeros meses un incremento de precios, la planeación de ventas realizada y el manejo de mercado soportó incrementos inesperados que tuvieron los picos más altos en el precio del aluminio los meses de abril, junio y julio; en los meses de abril a septiembre las adquisiciones fueron a precio alto por lo cual para el último trimestre del año los costos de producción más factores externos como la recesión y los problemas presentados en el sistema financiero de Norte América, así como la inestabilidad política presentada en el país por reformas laborales y tributarias, representaron disminución en ventas así como expectativa en los consumidores generando menores niveles de venta a los proyectados.

Los productos que se elaboran se encuentran enfocados para un segmento de mercado medio bajo por lo tanto una estrategia que la empresa debe considerar a futuro es el manejo de precios como una herramienta de negociación, durante este período el mayor incremento de ingresos se debió a la diversificación de productos en la parte de comercio con artículos elaborados a base de hierro enlazado, electrodomésticos menores, molinos de grano y carne, vajillas; artículos que se enmarcan dentro del grupo de consumidores de nuestro producto principal.

La gestión de ventas realizada en este período tuvo un leve crecimiento en los productos elaborados por la empresa, en tanto que su competencia ha incrementado notablemente dejando notar que tiene mercado de expansión y que deberá incorporar en el nuevo período políticas de negociación para realizar un levantamiento de marca e imagen así como encaminar su estrategia con competidores artesanales enfocándose en calidad, servicio y precio.

2. ANÁLISIS LOCAL

La inflación para el 2008 fue de 8.83% anual, los precios de nuestros productos se incrementaron para el período en un 12% índice que deja una brecha positiva con la inflación, sin embargo debe considerarse que existió en meses picos un incremento en materia prima promedio de más de un 60%; la tasa de desempleo cerró con un 7.3% que unido a un incremento de la canasta familiar que finalizó en \$508.94 y una canasta vital de \$358.83 con un salario básico de \$200,00 representan disminución en el poder adquisitivo de las familias ecuatorianas reduciendo el consumo de otros productos diferentes a los básicos.

A pesar de existir un incremento en el índice inflacionario con respecto a períodos anteriores, un índice de desempleo en crecimiento y una notoria baja del poder adquisitivo en el período 2008, sin embargo se dieron meses buenos para la economía nacional al percibir ingresos por venta de crudo a niveles antes nunca alcanzados, de igual manera los ajustes y controles en el campo tributario mejoraron los niveles de recaudación.

II. Síntesis de la evolución de la empresa período 2008

1. INGRESOS

Durante este período la empresa ha alcanzado un incremento en ingresos del 15.7%, es importante recalcar que este incremento se dio por diversificación de productos con la línea de comercio y estrategias de mercado aplicadas principal en la zona de la costa que alcanzó una variación positiva en ventas del 15%, durante los primeros seis meses la gestión de ventas permitió incrementar notablemente los ingresos enfocando su estrategia en el servicio posventa y atención personalizada a los clientes principales, se armaron planes de incentivos y descuentos por montos de venta así como promociones puntuales sobre todo para el día de la madre, además se revisaron políticas de crédito, se manejo e incorporó el manejo de carpetas individuales de clientes, solicitudes de crédito así como sistemas de control interno principalmente en gestión de cartera; a partir del segundo semestre las ventas no alcanzaron el nivel de presupuesto diseñado afectando notablemente los logros alcanzados en el primer semestre; el cambio se debió principalmente a reubicaciones e incorporación de nuevo personal y reestructura de las diferentes áreas de la empresa, a pesar de ello se cumplió con el 95% del presupuesto del período y se alcanzó un crecimiento en ventas importante. Otro de los factores que afectaron el manejo de las ventas fue la

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



demandas insatisfechas presentadas principalmente en los meses de septiembre, octubre y noviembre de 2007, a falta de coordinación y seguimiento a los lineamientos de planificación de presupuestos con ventas y producción así como a problemas en manejo de inventario. Durante este año se efectuó un rediseño del logo, así como también se trabajó en material POP, imagen corporativa, se inició también con la estructuración de diseños y mejoras en la presentación de empaques, stickers, remodelación del local comercial para venta directa al público, participación en Ferias, trabajo al cual se realizará un seguimiento y se mantendrá a fin de que la marca INDALUM sea registrada como sinónimo de calidad y precio en el consumidor de productos para el hogar en nuestro país.

2. CARTERA

Lo destacable en el manejo de cartera para este período radica en la exigencia efectuada para el cumplimiento de los procesos de control interno a llevarse a cabo diaria y semanalmente, como datos económicos y financieros se observa en el Balance General un incremento de \$22.838,91 que representan un crecimiento del 4.19%, si se considera un crecimiento en ventas de dos dígitos se aprecia fácilmente que existe recuperación de los valores asignados a clientes.

En los ejercicios del 2007 la recuperación de cartera fue de 83 días la rotación de cartera en este período es de 82 días, aparentemente la mejora es imperceptible pero si se analiza el detalle de las diferentes zonas se aprecia que en la zona de Quito que era la que tenía mayores días de recuperación hoy ha disminuido su rotación en más del 40%.

3. PRODUCCIÓN

Dentro de la gestión de producción no se efectuaron mayores cambios en procesos, líneas de producción o diversificación de productos, lo que se inicio durante el último semestre fue el levantamiento de información, diseño de hojas de datos para planificación y seguimiento de producción, además programación de destajos, hojas de resúmenes de producción de las cuales se puedan extraer tiempos y rendimientos de manera ágil y confiable. Para finalizar el período 2008 y cerrar la información de producción se realizó un inventario minucioso tanto de materias primas como de suministros, accesorios y productos en proceso; como política para iniciar el nuevo período se manejará el empleo de los artículos con mayor tiempo en bodega con la finalidad de evitar desgaste en los artículos.

El incremento en producción fue del 3%; los kilos producidos promedio en el 2007 representaron 18.527, en tanto que para el 2008 se realizó una producción promedio de 19.110K, a pesar de que no existieron mejoras sustanciales tampoco en calidad se maneja como punto de equilibrio 19 toneladas mes.

4. ADMINISTRACIÓN

La información histórica, cuadros estadísticos, resúmenes de rendimientos y producción son herramientas de vital importancia para la toma de decisiones oportunas, manejo de costos, descuentos, promociones y mejoras; por lo que se decidió realizar la implementación de un sistema automatizado de gestión que permita obtener información clara y precisa de ingresos y egresos de materias primas, controles de producción, tiempos, rendimientos, pesos, control de productos en proceso, producto terminado, venta, cartera, recursos humanos, información a entidades de control, el sistema se ha diseñado en un 95% y se ha acoplado a los requerimientos de la empresa, a la finalización de este año aún quedan pendientes detalles como mejoras en reportes, rediseño en diferentes procesos conforme a las actividades desarrolladas dentro de producción, ingreso en el sistema desde la planeación de producción basados en estadísticas de ventas y márgenes de seguridad para inventarios. Además también se ha programado para el siguiente año el desarrollo de un enlace automático de los datos de recursos humanos, cálculos de destajos y manejos de activos fijos para que la información registrada no permita manipulación sino el ingreso de datos concretos y auditables, manejos que diferían en períodos anteriores puesto que se registraban todos los datos manualmente.

El lineamiento de los procesos a ser desarrolladas, los controles internos y los reportes para el ingreso de información al sistema se han diseñado y se encuentran en revisión para implementarlos en el siguiente año, sin embargo la incorporación de estos procesos no será en menos de un trimestre, en primer lugar por los hábitos con los que se han acostumbrado a laborar en las diferentes áreas el personal, principalmente de producción y bodega; la información registrada y los resultados a obtenerse en el sistema dependen principalmente del ingreso de la información, el seguimiento y control a los mismos, los rubros más susceptibles son cartera e inventario, a la fecha el primero se encuentra debidamente controlado, en el segundo se realizaron los ajustes correspondientes a finales del período, se detectaron los puntos críticos y de control que van a ser considerados en el siguiente período.

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



Se efectuaron gestiones con el Municipio de Cuenca para obtener los permisos de funcionamiento así como se realizó gestiones para que no se efectúe la construcción de una gasolinera en el terreno colindante con la empresa por todos los peligros y riesgos que esto conllevaría, para efectuar todos estos trámites además se inicio con el estudio de impacto ambiental que deberá ser aprobado por el Centro de Gestión Ambiental en los primeros meses del siguiente año.

Como parte de la reestructuración de la empresa se efectuaron cambios de personal primero en el área administrativa, el departamento contable prosiguiendo luego con las áreas de producción y bodega, el departamento contable hoy tiene ya su estructura diseñada pero aún existen varios procedimientos principalmente en costos e inventarios que deberán ajustarse con controles para manejar información oportuna.

III. Resultados Financieros al 31 de Diciembre 2008

La información financiera y los indicadores tanto de rentabilidad, como de liquidez, eficiencia y solvencia son muy destacables, el crecimiento del 12% en ventas de aluminio se ve evaluado también por el crecimiento del 2.2% de kilos de producto vendido, el promedio de ventas kilo en el 2007 fue de 18.630; para el período 2008 fue de 19.050.

Los ingresos por ventas de servicios, desperdicios y otros disminuyó aproximadamente en un 50%, este grupo tuvo una participación en el 2007 del 1% con respecto a los ingresos netos totales en tanto que para el 2008 fue del 0.5%

El costo de ventas registró una leve mejora, la relación entre ambos períodos deja una variación negativa de 0.78%, en el 2007 el costo de ventas fue del 73.98% y en el 2008 fue de 73.17%, la variación monetaria entre ambos períodos fue de \$220.980, misma que se da en mayor parte por la variación positiva en ventas.

Los gastos operacionales en cuanto a porcentajes no tienen una variación significativa, en el 2007 estos representaron el 22.92% y en el 2008 el 22.89% de las ventas, pero debido al crecimiento en ventas se dio una variación positiva del 14.6%, los gastos administrativos registraron mayor incremento que el gasto de ventas, esto se debió en parte a reubicación de cuentas, mejoras en sistemas y servicios que fueron cargados al manejo administrativo.

Como utilidad bruta del ejercicio se aprecia una diferencia positiva del 45.33%, la utilidad neta en el 2007 fue de \$55.985 y en el 2008 dio un total de \$81.361 la variación en estos dos períodos para este rubro fue de \$25.377.

IV. Balance al 31 de Diciembre de 2008

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 90% y el pasivo corriente por más del 73% de un 33%, los pasivos corrientes al 31 de diciembre de 2008 son el 26.4% de los activos corrientes lo que da una liquidez del 3.79.

En el activo corriente los subgrupos con mayor representación son el Exigible que tiene el 42% y el Realizable que participa del 47%, los rubros que le siguen son Disponible con un 7% 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 es cuentas por cobrar a clientes que tiene una participación del 76%, el 18% está asignado a cuentas varias por cobrar del cual la más significativa es por un préstamo realizado en este año y el 6% 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 37% en tanto que los segundos tienen una participación del 48%.

El manejo y control de los rubros exigible y realizable son de vital importancia pues en ellos se encuentra alrededor del 90% de los recursos de la empresa.

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



Gestión de Pasivos

El pasivo representa el 39% de las obligaciones que mantiene la empresa, tiene el 73% deudora corriente y el 27% en deuda a largo plazo, los valores cargados a largo plazo son por 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 69.4% de este grupo, el 12.8% lo constituyen cuentas pendientes por pagos de sueldos y beneficios, el 10.9% corresponde a obligaciones tributarias, el 6.9% corresponde a cuentas varias como obligaciones con el IESS, comisiones entre otros.

El patrimonio participa con el 61%, de este el 92% está constituido por capital social y el 8% lo representan reservas.

La participación de los resultados del período en los rubros del 2008 es del 6%, la utilidad bruta es de \$127.625.

V. Clasificación de Riesgo en Cartera

El rubro de exigible que representa el 42% de los activos corrientes y tiene una participación del 76% en valores por cobrar a clientes al corte de los Balances del período 2008 ha sido depurado y revisado minuciosamente. Las cuentas de alto riesgo para la empresa otorgadas a clientes no representan ni el 2%, el 50.85% de las cuentas por cobrar se encuentra repartido en distribuidores, clientes de cadena, almacenes de distribución que tienen documentos de respaldo y garantía de pago; el 49.15% se encuentra repartido en más de 200 clientes con cuentas que van desde \$200 a \$2500 promedio, se encuentran distribuidos en las diferentes zonas del país.

El 68% de la cartera total corresponde a la zona de la sierra y el 32% corresponde a la zona de la costa, la zona de la sierra abarcó el 73% de nuestra venta, en tanto que a la costa se le asignó el 27%, los días de pago en la sierra tienen una rotación de 77 días en tanto que la zona de la costa tiene una rotación de 97 días.

La provisión de cuentas incobrables representa el 3.63% 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 Presupuesteo 2009

Se proyecta un crecimiento en la línea de aluminio del 7% y del 19% para comercio, el diseño de control interno permitirá mejorar el empleo de los recursos y costos de producción, se estima para el nuevo período un incremento en Gastos Operacionales del 8%.

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.

VII. Propiedad Intelectual

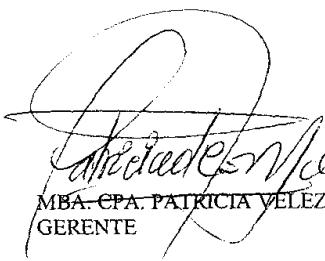
La empresa informa que ha cumplido con todas las disposiciones legales respecto a la propiedad intelectual.

VIII. Anexo: Información Resumida

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

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Diego Echeverri C." followed by "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
Casilla: 01.011382
Cuenca-Ecuador