

CERAMICA ANDINA C.A.

INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONOMICO 2009

Señores Accionistas

De acuerdo a lo establecido en la Ley y en los Estatutos Sociales de la Compañía presento en consideración de ustedes el informe de Labores correspondiente al Ejercicio Económico del año 2009, al mismo que adjunto los informes del Comisario de la Compañía Eco. Ximena Galarza y de los Auditores Externos Freire Hidalgo Auditores S.A.

1. ENTORNO ECONOMICO

El año 2009 cerró con una inflación de 4,31 %, lo que representa 4,52 puntos menos que en 2008, superando ligeramente la meta fijada por el gobierno (4%).

Varios factores adversos como la crisis externa que derivó en reducción de remesas de emigrantes, el ingreso por exportación de petróleo y la contracción de exportaciones no petroleras, contribuyó a un deterioro de la balanza comercial, pese a los esfuerzos del gobierno por restringir las importaciones desde terceros países y a la recuperación del precio del petróleo en los últimos meses.

Adicionalmente el fuerte invierno a inicios del año y la sequía a finales del mismo que desembocó en un problema energético del país, incidieron como factores internos al resultado económico general.

La recaudación fiscal del Servicio de Rentas Internas en el periodo 2009 llegó a 6.600 millones en valores netos, lo que supuso un incremento de 100 millones de dólares respecto a las estimaciones realizadas, y de 400 millones de dólares más respecto a lo recaudado en el 2008 que representa un incremento de 8,3 %, conservando la tendencia creciente que ha tenido en el tiempo la recaudación tributaria.

El dólar luego de la crisis mantuvo niveles similares frente a monedas fuertes como el euro, y se devaluó ligeramente frente a monedas regionales como el peso mexicano, peso colombiano y real, sin embargo no llegó a los niveles que poseía antes de la crisis, situación que ha perjudicado la competitividad en las exportaciones.

La canasta familiar se ubica en 528,9 USD y los planes del gobierno para reducir la brecha entre el ingreso familiar y esta, en base a incrementos, manejo de utilidades y pago mensual de los décimos puede llevar a que este año la inflación se ubique en un valor superior en un 3% al proyectado de 3,6%.

Si bien las importaciones se redujeron con las medidas restrictivas a inicios de año, sin embargo comenzaron a recuperarse en el segundo semestre, y mantiene la tendencia para este nuevo año.

La economía internacional sigue su tendencia de recuperación, si bien avanza de manera lenta con algunos sobresaltos, como lo refleja la evolución de los índices bursátiles y las bajas tasas internacionales.

Observando el panorama del año 2010, al sector empresarial le preocupa que el rol que pueda desempeñar el Estado no permita establecer alianzas estratégicas al futuro con el sector privado. Preocupa también la dependencia de las exportaciones petroleras y del gasto público que existe en la actual administración, y que es la que esta sustentando la economía.

Se debe establecer una política comercial estructurada y coherente que propicie las exportaciones hacia nuestros principales socios comerciales, en segundo lugar proporcionar una institucionalidad fuerte y seguridad interna que propicie la inversión y el trabajo y finalmente lograr la asociación público y privada dinámica que potencie la producción de los sectores estratégicos

2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

2.1 VENTAS

En el año 2009 no fue factible alcanzar el objetivo planteado de venta de 6 millones de dólares, e incluso el resultado general de ventas fue inferior al del año pasado, debido a la caída en las exportaciones fruto de los efectos de la crisis internacional, de la revalorización de la moneda en los mercados que exportamos regularmente y del color de la pasta actual.

En términos de valor las ventas del ejercicio 2009 alcanzaron 4.770.334 USD, es decir presentaron una disminución del 8,52 % frente a las ventas registradas en el año 2008 que fueron 5.215.040 USD, vendiendo un 10,19 % de piezas menos que el año pasado.

La composición de la venta entre mercado nacional y mercado de exportación varió de manera considerable, por lo indicado anteriormente, pasando a tener más importancia el mercado nacional que el de exportación. Se está trabajando para retomar con nuevos productos y una pasta mas blanca otra vez las exportaciones

| Suma de Mer | Años | | |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2007 | 2008 | 2009 |
| EXP | 51,30% | 42,57% | 9,40% |
| NAC | 48,70% | 57,43% | 90,60% |
| Total general | 100,00% | 100,00% | 100,00% |

Este decremento corresponde a una disminución en las ventas internacionales de 79,55 %, a pesar del incremento del mercado nacional en un 46,17 %.

| Suma de Mer | Años | | VARIACION | | VARIACION |
|----------------------|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| | 2007 | 2008 | 2008/2007 | 2009 | 2009/2008 |
| EXP | 1.932.325 | 2.178.282 | 12,73% | 445.564 | -79,55% |
| NAC | 1.834.148 | 2.938.950 | 60,24% | 4.295.770 | 46,17% |
| OTR | 80.971 | 97.807 | 20,79% | 29.010 | -70,34% |
| Total general | 3.847.444 | 5.215.039 | 35,55% | 4.770.345 | -8,53% |

Si observamos el comportamiento trimestral de las ventas, se puede observar que el primer trimestre fue el de menor venta, tendencia similar al último trimestre del año 2008 como consecuencia de los estragos de la crisis. Además como podemos observar las ventas internacionales no han logrado despegar, y se ha mantenido una tendencia irrisoria por trimestre.

| Mer | 2009 | | | | Total general |
|----------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | Trim.1 | Trim.2 | Trim.3 | Trim.4 | |
| EXP | 74.038 | 233.691 | 74.215 | 63.620 | 445.564 |
| NAC | 639.293 | 1.143.189 | 1.048.630 | 1.464.657 | 4.295.770 |
| Total general | 713.331 | 1.376.880 | 1.122.845 | 1.528.278 | 4.741.335 |

El precio promedio acorde con las políticas tomadas pasó de 0,542 USD/pieza a 0,558 USD/pieza, representando un incremento del 2,9 % en los precios. El incremento en el mercado nacional fue de 7,9 %, y en el mercado internacional de 6,1 %, sin embargo por el problema del cambio de la composición de la venta, el incremento general no fue tan alto.

| Mer | 2007 | 2008 | 2009 | VAR 2008/2009 |
|----------------------|------------------------|------------------------|------------------------|---------------|
| EXP | 0,524 USD/pieza | 0,591 USD/pieza | 0,627 USD/pieza | 6,1% |
| NAC | 0,535 USD/pieza | 0,511 USD/pieza | 0,551 USD/pieza | 7,9% |
| Total general | 0,529 USD/pieza | 0,542 USD/pieza | 0,558 USD/pieza | 2,9% |

Como se observa debido a la composición de las ventas la comercialización de segundas representa el 26,41 % de las ventas totales de la compañía, ha decrecido la venta de la calidad de exportación debido a las bajas ventas del exterior que pasó de un total de 57,77 % (total fábrica) a un 37,7 % el año 2009, esto influyó para que el precio global solo incrementara el 2,9 %.

| Mer | Cal | Datos Año | | 2009 | Suma de USD/pieza | | |
|----------------------|-----|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------|-------------|
| | | Suma de 2007 | Total 2008 | | 2007 | 2008 | 2009 |
| EXP | EX | 50,95% | 39,93% | 9,40% | 0,53 | 0,60 | 0,63 |
| | PR | 0,00% | 1,36% | 0,00% | 0,00 | 0,58 | 0,00 |
| | SG | 0,35% | 1,28% | 0,00% | 0,34 | 0,44 | 0,00 |
| Total EXP | | 51,30% | 42,57% | 9,40% | 0,52 | 0,59 | 0,63 |
| NAC | EX | 19,88% | 17,84% | 28,30% | 0,62 | 0,66 | 0,67 |
| | PR | 20,71% | 26,41% | 35,55% | 0,53 | 0,50 | 0,57 |
| | SG | 8,31% | 13,18% | 26,74% | 0,41 | 0,40 | 0,45 |
| | TE | 0,00% | 0,00% | 0,02% | 0,00 | 0,00 | 0,30 |
| Total NAC | | 48,70% | 57,43% | 90,60% | 0,54 | 0,51 | 0,55 |
| Total general | | 100,00% | 100,00% | 100,00% | 0,53 | 0,54 | 0,56 |

A nivel nacional la crisis influyó en la venta del sector electrodomésticos, donde nuestro producto es utilizado como regalo, disminuyendo la misma en un 9,4 % con respecto al año pasado. En cambio las medidas del gobierno y la apertura de nuevos clientes contribuyó a aumentar la venta a nivel de supermercados, distribuidores y almacenes con incrementos superiores al 87 % en relación al año pasado. El sector publicidad mantuvo sus ventas. En el sector cosméticos se logró realizar un macrocontrato con AVON que permitió incrementar las ventas en un 47 %.

| TIPO | 2008 | 2009 | VAR 2008/2009 |
|----------------------|----------------|----------------|---------------|
| ELECTRODOMESTICOS | 1388417 | 1257664 | -9,4% |
| SUPERMERCADOS | 424700 | 1178140 | 177,3% |
| DISTRIBUIDORES | 253696 | 630250 | 148,4% |
| COSMETICOS | 329276 | 484231 | 47,1% |
| ALMACENES | 247375 | 463301 | 87,3% |
| PUBLICIDAD | 247162 | 221886 | -10,2% |
| VARIOS | 48234 | 60299 | 25,0% |
| Total general | 2938950 | 4295770 | 46,2% |

En el mercado internacional fueron nulas las ventas a Mexico, Puerto Rico, Rusia, Finlandia e Italia. En Venezuela y Colombia las ventas decrecieron un 80% en relación con el año pasado. Se mantuvieron las ventas con Perú, y se retomaron negocios spot con Honduras, Hungría y Argentina.

| Suma de Ciudad | Total Años | 2008 | 2009 | VAR 2008/2009 |
|----------------------|------------------|----------------|---------------|---------------|
| VENEZUELA | 884.061 | 171.296 | -80,6% | |
| COLOMBIA | 499.997 | 108.610 | -78,3% | |
| MEXICO | 494.437 | -100,0% | | |
| PERU | 94.325 | 91.381 | -3,1% | |
| PUERTO RICO | 70.524 | -100,0% | | |
| RUSSIA | 65.390 | -100,0% | | |
| HONDURAS | | 37.209 | 100,0% | |
| FINLANDIA | 35.569 | -100,0% | | |
| ITALIA | 33.978 | -100,0% | | |
| HUNGRIA | | 22.140 | 100,0% | |
| ARGENTINA | | 14.929 | 100,0% | |
| Total general | 2.178.282 | 445.564 | -79,5% | |

Si observamos la composición de los clientes en los principales mercados se observa que en Venezuela se ha perdido clientes como Craiven, Alfa Cocina y Caracas POP, quedando únicamente Cerámicas y Vajillas Venezolanas quienes han incrementado sus ventas en alrededor de 100.000 USD, los otros clientes han pasado a comprar producto chino y en el caso de Craiven producto colombiano.

En el caso de Colombia el problema ha sido específico, requieren una pasta mas blanca, esta es la razón principal por la que no han comprado mas producto y se han perdido negocios. En el caso de México parte del problema es la crisis, y específicamente Coppel dejó de comprar por el color de la pasta, y en el caso de Vitrocrisa el problema se encuentra asociado al precio y el margen que requieren, adicional que Cerámicas Santa Anita bajo sus precios y el mercado Mexicano quito la salvaguardia al producto chino.

| | Nombre | Años | |
|-----------------------|------------------------------|----------------|---------------|
| | | 2008 | 2009 |
| VENEZUELA | INVERSIONES CRAIVEN C.A. | 750502 | |
| | CERAMICAS Y VAJILLAS VENEZOL | 75144 | 171296 |
| | ALFA COCINA | 43758 | |
| | CARACAS POR CREATIVA C.A. | 14657 | |
| | Total VENEZUELA | 884061 | 171296 |
| COLOMBIA | CONTINENTE S.A. | 499997 | 91208 |
| | DOTACIONES HOTELERAS ROMIL | | 17402 |
| Total COLOMBIA | | 499997 | 108610 |
| MEXICO | VITROCRISA S.DE R.L.DE C.V. | 377831 | |
| | CORPORACION COPPEL | 116606 | |
| Total MEXICO | | 494437 | |
| Total general | | 1878496 | 279805 |

2.2 PRODUCCION

La producción en el transcurso del año 2009 siguió afectada por el problema minero, que ha generado el cierre de la explotación de ciertos materiales, y la dificultad en la explotación de otros que afecta a la homogeneidad del material; lo cual ha mantenido la rotura en bizcocho en niveles del 20% al 23 % (inferior en 8 puntos al año pasado), y la rotura en acabado en niveles del 15%, lo cual afecta directamente al nivel de producción.

Se realizó una reforma en la utilización de pastas, disminuyendo el tamaño de las rodela y reutilizando al máximo toda la pasta que queda como residuo de la formación, de manera que con la misma molienda se pudo formar un 10,24 % mas en piezas. Se logró bajar la rotura de bizcocho a menores niveles, lo que redundó en un incremento del 20,51 % en esmaltación, y de 16,30 % en piezas sueltas. Tal como se puede observar en el cuadro inferior.

| | Unidad | 2008 | 2009 | 2009 | % |
|---------------|--------|------------|------------|------------|--------|
| Reeta | Kg | 6.042.843 | 6.000.294 | 6.025.233 | 0,42% |
| Formación | Unds | 11.538.695 | 11.883.366 | 13.099.896 | 10,24% |
| Esmaltación | Unds | 8.960.113 | 8.247.464 | 9.939.280 | 20,51% |
| Piezas Seltas | Unds | 7.614.536 | 7.283.420 | 8.470.754 | 16,30% |

El color de la pasta continuó amarillento, agravado aún mas por el problema en el suministro de un feldspato blanco, lo cual genera una percepción de menor valor en el producto, los colores se distorsionan. Se ha trabajado en la búsqueda de una solución que permita volver a tener una pasta blanca como en el año 2000.

La producción de esmaltado continuó con problemas de un porcentaje altísimo de defectos conocidos como recogimiento de esmalte, lo cual afectó grandemente la producción de piezas sueltas y bajo la capacidad del esmaltado por el efecto de requema durante todo el año. Razón por lo cual se compró un horno para evaporar el médium y disminuir este defecto, al momento se encuentra en proceso de montaje y comenzará a funcionar desde mayo del 2010.

Se procedió en la parte de hornos, a habilitar el horno Kera #1 para quema de tazas y platos esmaltados, además se unificó las curvas de quema y actualmente los hornos Kera #1 y Kera #2, pueden quemar indistintamente platos y tazas, mejorando la versatilidad de la planta. Se aumentó la velocidad de los hornos tanto de bizcocho, como de esmalte para poder quemar más unidades con el mismo consumo de combustible. El horno Kera #4 dejó de operar debido a problemas en las paredes internas del mismo, que perdieron aislamiento por tener ladrillo de menor densidad en la zona de quema.

Con referencia al consumo energético, se prosiguió con acciones en el manejo de compresores, aumento de carga en los hornos, manejo de turnos y productividad en las máquinas, que han permitido disminuir el consumo de combustibles y energía eléctrica en un rubro importante como lo demuestra la tabla adjunta.

| | 2009 | 2009 | 2009 | 09 |
|-------------------|---------------|---------------|-------------|---------|
| ENERGÍA ELÉCTRICA | 387.939 USD | 297.271 USD | 263.679 USD | -11,30% |
| COMBUSTIBLES | 1.382.013 USD | 1.119.109 USD | 919.108 USD | -17,87% |

Dentro de los proyectos internos planteados en la junta para mejorar el margen de venta, tres fueron ejecutados durante el año 2009, y los otros dos siguen en marcha para el año 2010.

Primer Proyecto. Producción de la línea blanca.

Se activó todo una línea para esmaltar, se determinó un nuevo line up de producto, se codificó en supermercados dando una presencia a la marca y un buen margen.

Segundo Proyecto. Línea Promocional.

Se arregló la FERMAC para mejorar el registro del decorado, con lo cual ha sido factible obtener mejores decorados y se puede elaborar artes mas complejos, lo cual ha permitido subir el precio en la línea de jarros decorados que se venden a los Supermercados, y captar nuevos negocios con las publicistas. Adicionalmente en octubre se compraron las licencias para BEN 10 y Looney Tunes para Venezuela, Colombia, Perú y Ecuador, y que consideramos se empezaran a vender con fuerza para el año 2010.

Tercer Proyecto. Línea China

Se terminó la instalación de la maquinaria China. Se determinó las condiciones de operación y se formuló una pasta adecuada. Se compró 65 madreformas en China para la operación, y ya se inició la producción piloto.

Se contrató dos técnicos italianos para iniciar una reforma productiva, Renzo Lazarinni es técnico de Quadrifoglio, y el Sr. Carlo Tabaccinni ex mecánico de Saturnia. Esta reforma se inició en septiembre del año pasado y dará fin en noviembre del 2010.

2.3 MERCADEO

Se registraron dos nuevas marcas para la venta, la marca MENU para la producción de la línea china y la marca Quadrifoglio para la producción de una nueva línea italiana.

Se desarrolló la página web www.cerámicaandina.com.ec, y se arrancó la misma con la exposición de una nueva colección de diseños mas frescos y juveniles, lo cual permitió codificar en supermercados y cadenas de electrodomésticos que gustaron del producto.

Se potenció el diseño de jarros decorados, se sacaron nuevas colecciones en base al mejor registro obtenido en la máquina. Se trabajó con la línea de las licencias de BEN 10 y de LOONEY TUNES. Se potenció la ejecución de líneas temáticas como la de frases populares, animales infantiles, formas geométricas, corazones, etc.

Se rediseñaron las cajas con el concepto de afianzar la marca ANDINA y mejorar la presencia en percha. Se creó marcas alternas como Messe y Porter para vender la calidad comercial.

2.4 INVERSIONES

En el año 2009 se realizó la inversión en la compra de maquinaria y moldelería italiana. Se ejecutó dos compras, la primera compra en el mes de marzo por un monto de 97.000 USD puesto ya en fábrica, compra que incluyó toda la moldería con 22 nuevas líneas de vajilla, un horno para tampografía con objeto de evaporar el médium, tres máquinas para formación de asas por extrusión, una maquina para emplastar, 2 transpalet eléctricos y varios articulos pequeños. Toda la maquinaria de la primera compra ya está instalándose en la planta.

Una segunda compra en el mes de noviembre por el monto de 137.971 USD que incluye una máquina Vicentini, una formadora de Boli, una máquina Netzch formadora de tazas y una máquina para hacer puntas de acero. Esta maquinaria ya se encuentra desmontada en Italia y está en proceso de importación.

2.5 INVENTARIOS

Con respecto al inventario de materia prima, se continuó con el uso de materiales que se encontraban años sin movimiento en el inventario, sin embargo el inventario se mantuvo debido al incremento en la compra de arcillas y caolines para garantizar la producción. El inventario de embalaje disminuyó un 38,49 % debido al uso de todo el inventario antiguo que se disponía en planta.

| | 2008 | 2009 | 2010 | % |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|---------|
| INVENTARIO MATERIA PRIMA | 303.578 USD | 284.137 USD | 288.242 USD | 1,44% |
| INVENTARIO EMBALAJE | 200.001 USD | 153.915 USD | 94.668 USD | -38,49% |

Los inventarios en general se mantuvieron a los mismos niveles con los que comenzaron el año. El inventario de producto en proceso decreció en 29.600 USD, debido principalmente a que regularizamos este inventario, la planta al día de hoy actúa como una fábrica en línea, y del nivel actual no es posible reducirlo a cantidades menores. El inventario de producto terminado bajo en 54.899 USD, debido a que la producción a lo largo del año estuvo ligada a la venta, se vendieron 8.500.759 piezas y se produjeron 8.470.754 piezas.

| | 2008 | | |
|------------------------------|---------------|----------------|---------------|
| INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS | 314.710 USD | 247.955 USD | 180.429 USD |
| INVENTARIO FINAL PRODUCTOS | 247.955 USD | 180.429 USD | 150.892 USD |
| | -66.754 USD | -67.526 USD | - 29.600 USD |
| INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS | 3.385.324 USD | 4.105.792 USD | 3.079.021 USD |
| INVENTARIO FINAL PRODUCTOS | 4.105.792 USD | 3.079.021 USD | 3.024.122 USD |
| | 720.468 USD | -1.026.771 USD | 54.899 USD |

Del análisis efectuado, el producto sobrante en bodega corre el riesgo de craquelamiento y rotura; se ha realizado muestreos para verificar el estado, detectando estas anomalías.

2.6 CARTERA

La cartera pendiente hasta el año 2005 asciende a 295.640 USD distribuidos en un rubro de 157.513 USD del mercado internacional y 138.127 USD correspondientes al mercado nacional; y la pendiente de los años 2006, 2007, 2008 y 2009 suma un total de 125.397 USD (contado el rubro nacional e internacional).

| Detalle Cta. | hasta 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | Total general |
|------------------------|---------------|--------------|-----------|-------------|---------------|---------------|
| Cartera M. Exportacion | 157513 | | | | 46188 | 203701 |
| Cartera M. Nacional | 138127 | 10977 | 11 | 2690 | 65531 | 217336 |
| Total general | 295640 | 10977 | 11 | 2690 | 111719 | 421037 |

De este lapso de tiempo 2006-2008, solo el mercado nacional tiene pendiente de cobro el valor de 13.678 USD, cuentas que se siguen cobrando a través del departamento de cartera. El año 2009 tiene pendiente de cobro el valor de 111.719 USD, de los cuales 46.188 USD corresponden a una factura de exportación a Vajillas Venezolanas Eljuri que será cancelada en el transcurso de mayo, y los 65.531 USD están respaldados con letras y cheques y serán cancelados en el transcurso de abril y mayo.

2.7 ENDEUDAMIENTO

El año 2009 el monto total sumados los tres rubros de proveedores, varios acreedores y compañías relacionadas, se incrementó en 365.896 USD:

| | 2008 | 2009 |
|-------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| PROVEEDORES | 4.638.584 USD | 5.132.091 USD |
| VARIOS ACREEDORES | 2.636.411 USD | 2.145.480 USD |
| COMPAÑÍAS RELACIONADAS | 2.756.604 USD | 2.758.324 USD |
| TOTAL OBLIGACIONES POR PAGAR | 10.033.606 USD | 10.037.903 USD |

Este crecimiento se debió a tres rubros, en el caso de las Cías relacionados la diferencia corresponde exclusivamente a Interborder por el valor de 61.965 USD. Y en el caso de proveedores la diferencia corresponde a un incremento de las obligaciones hacia Esfel por el valor de 226.331 USD, y la cuenta varios acreedores crece por la deuda al Municipio que incrementó en 46.346 USD el año pasado.

3. ASPECTOS LABORALES

3.1 LABORAL

Al cierre del año la Compañía cuenta con 337 trabajadores, como se puede observar a lo largo de los años se ha ido reduciendo personal paulatinamente sin disminución de producción; este año se tiene previsto disminuir aún mas por la automatización de ciertos procesos.

| | INICIO | FIN | Decremento | |
|------|--------|-----|------------|----------|
| 2007 | 439 | 373 | 66 | personas |
| 2008 | 373 | 347 | 26 | personas |
| 2009 | 347 | 337 | 10 | personas |

La rotación del personal ha disminuido en el 2009 a un nivel del 5,06% anual con respecto a la masa laboral. El número de trabajadores disminuyó en 10 personas.

| | Personal Saliente | Personal Ingresado |
|------|-------------------|--------------------|
| 2007 | 513 | 447 |
| 2008 | 276 | 251 |
| 2009 | 206 | 196 |

3.2 LEGAL

Se ha dado cumplimiento a las normas legales en los Actos y Contratos celebrados por la Compañía y a las disposiciones que se ha impartido.

3.3 ADMINISTRATIVO

Se ha continuado con una reforma amplia a nivel de producción en varios departamentos, optimizando el número de personas por área.

Se recuperó 230.056,36 USD del IVA por incremento de las ventas nacionales, lo cual sirvió de fuente de financiamiento para el año 2009.

3.4 CONTABLES

Acorde con la resolución No.08.G.DSC.010 de la Superintendencia de Compañías, quien establece el cronograma para aplicación obligatoria de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF", decretando al año 2010 como periodo de transición para tal efecto, y a partir del 1 de enero del 2011 su aplicación obligatoria.

Por lo cual, en cumplimiento de este marco legal, solicitamos a la junta la aprobación del plan de capacitación y de implementación, que se llevará a cabo a través de la Compañía Paredes Santos & Asociados.

4. CUMPLIMIENTO DE RESOLUCIONES DE LA JUNTA GENERAL Y DEL DIRECTORIO

La Compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General de Accionistas de mayo del 2009.

5. RESULTADOS Y PATRIMONIO

5.1 RESULTADOS

La pérdida neta del ejercicio 2009 fue de 450.313,84 USD, frente a la pérdida del año 2008 que fue de 884.795,24 USD, lo cual representa un decremento de 434481,14 USD.

La pérdida operativa en el 2009 fue de 419.476,81 USD, frente a la pérdida del año 2008 que fue de 910.187 USD, lo cual representa un decremento del 53,9 %, debido a la gestión energética, la gestión con personal y el incremento de productividad.

5.2 PATRIMONIO

El total del Patrimonio de la Compañía al 31 de Diciembre del 2009 es negativo y asciende a US\$ -4.665.823,19, en comparación con el año 2008 que fue de US\$-4.215.509, lo cual representa una variación del 10,68 %.

6. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES

Objetivo 1. Incrementar precio promedio de venta en 10 ctvos/und

1. Realizar lanzamientos de siete nuevas líneas de vajilla con marca Quadrifoglio acorde con una nueva matriz de productos, utilizando la matricería italiana comprada para el efecto.
2. Incrementar el número de productos ofertados de la marca MENUU, a través del crecimiento de la producción de la línea china.
3. Potenciar la venta de los jarros licenciados a nivel del mercado andino.
4. Mejorar el color de la pasta y su plasticidad a través de la utilización de nuevos materiales nacionales.

Objetivo 2. Disminuir los costos de producción en 5 ctvos/und

5. Cambiar la absorción de trabajo de las piezas, con objeto de mejorar la absorción del esmalte sobre las mismas, verificando que se cumplan los parámetros exigidos por la norma, y mejorando las tasas de productividad de esmaltado.
6. Poner en funcionamiento el horno de evaporación de médium, con objeto de disminuir la requema de platos en un 80%.
7. Poner en funcionamiento las nuevas maquinarias compradas para formar platos, formar bowls, formar asas, con objeto de incrementar la productividad por turno y disminuir la mano de obra en un 10%.
8. Cambiar formulación de pastas y esmaltes, para bajar la rotura de bizcocho y terminado en un 60%.

Objetivo 3. Mejorar la imagen de marca

9. Obtener la certificación INEN, para cumplir nuevas reglamentaciones y facilitar el ingreso a los mercados extranjeros.

10. Invertir en publicidad con objeto de reforzar la marca a nivel nacional y ampliar la participación de mercado.
11. Potenciar la venta por medio de la página web.
12. Remodelar los almacenes aprovechando las nuevas líneas de productos.

Objetivo 4. Administrativos - Financieros

13. Renegociar la deuda con Austrobank y FUS, a un plazo no menor de 4 años.
14. Capacitar a todo el personal de la fábrica, aprovechando los fondos de aporte para capacitación del IESS, por medio de la CFNC.
15. Continuar con la recuperación del IVA generado de años anteriores.
16. Implementar las NIFFS acorde con plan aprobado por la junta.

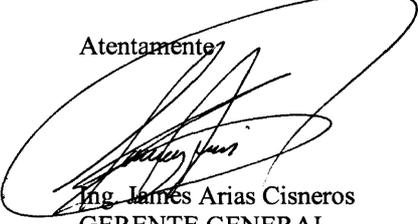
7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La compañía durante el 2009 ha cumplido con todas las normas referentes a propiedad intelectual y derecho de autor.

Queda en consideración de los Señores Accionistas el presente informe de labores, reiterando el agradecimiento a todas las personas que colaboraron en la Compañía durante el ejercicio económico del 2009.

Cuenca, 30 de Marzo del 2010.

Atentamente



Ing. James Arias Cisneros
GERENTE GENERAL
CERAMICA ANDINA C.A.