

C.A. ECUATORIANA DE CERAMICA

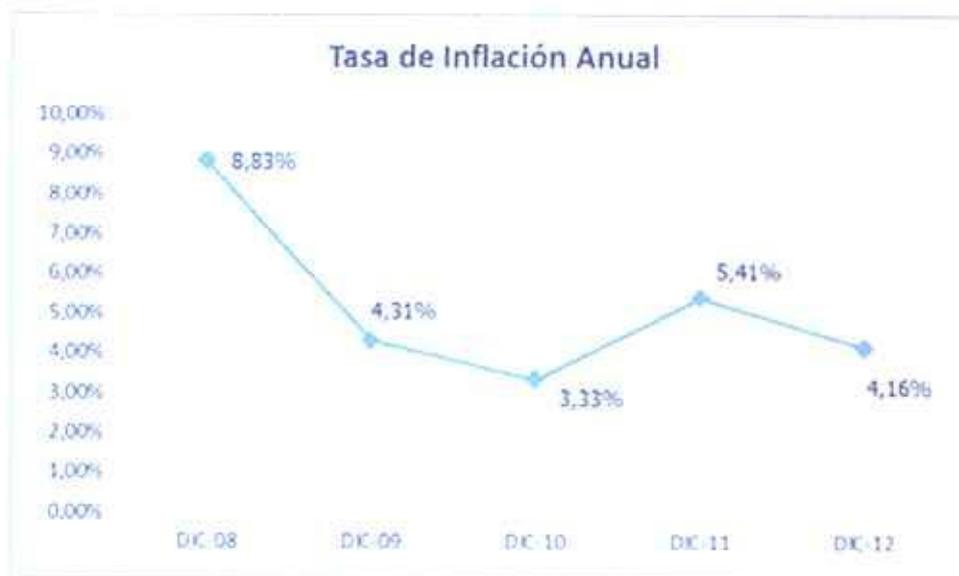
INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONOMICO 2012

Señores Accionistas:

De acuerdo a lo establecido en la Ley y en los Estatutos Sociales de la Compañía, presento a consideración de ustedes el Informe de Labores correspondiente al Ejercicio Económico del año 2012, al cual se adjunta los Informes de Comisario de la Compañía, Economista Ximena Galarza y de los Auditores Externos Paredes Santos & Asociados Cia. Ltda.

1. ENTORNO ECONOMICO

El Banco Central del Ecuador estima que en el año 2012 Ecuador cerró con una inflación del 4,16% frente a 5,41% registrado en el mismo periodo del 2011. En el año 2012 se recuperó la tendencia a bajar la inflación; sin embargo, se estima que no será posible volver al nivel alcanzado en el año 2010. La proyección del gobierno nacional es mantener el nivel de inflación entre en 4% y 5 % en el año 2013.



El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en el año 2012 fue de 4,8%, inferior al crecimiento alcanzado en el año 2011. Se proyecta que para el 2013 la tasa de crecimiento sea del 4% lo cual denota cautela de parte del gobierno en el manejo de las cifras macroeconómicas. A pesar de ello, Ecuador es el país de Latinoamérica que mayor porcentaje de su Producto Interno Bruto (PIB) destina a la inversión pública: 14% en 2011 y 15,3% en 2012, seguido por Bolivia, Panamá y México. Para el año 2013, este porcentaje podría subir a 16%.

A nivel nacional el Gobierno ha invertido US\$ 900 millones en planes de vivienda, en los últimos cuatro años, y para eliminar el déficit habitacional actual requerirá de US\$ 10.000 millones. El presupuesto anual para el año 2013 para inversión social, el mismo

que cubre obras públicas, innovación, desarrollo educativo y vivienda alcanza los US\$ 7.000 millones.

Por esta razón el Gobierno ha proyectado para el año 2013 realizar una inversión sustancial en el ámbito habitacional, por lo que ha lanzado proyectos de relevancia como es Socio Vivienda Etapa I, Socio Vivienda Etapa II, Ciudad Olmedo, Ciudad Victoria, Mi Primera Vivienda, entre otras en la Provincia del Guayas.

También es importante mencionar que en el año 2012 se entregaron alrededor de 60 mil bonos de vivienda, y se estima la entrega 80 mil bonos de vivienda para el año 2013. El valor de cada bono se incrementó de US\$ 5.000 a US\$ 6.000, es decir que el estado subsidiará US\$ 480 millones para las soluciones habitacionales en el año 2013 lo cual hace que este sector de la economía sea cada vez más atractivo.

Con los antecedentes mencionados, consideramos que el año 2013 presenta a nuestra organización una atractiva oportunidad de continuar el crecimiento experimentado en años anteriores y la oportunidad de participar con mayor agresividad en el mercado de construcciones populares.

2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

2.1 COMERCIALIZACIÓN

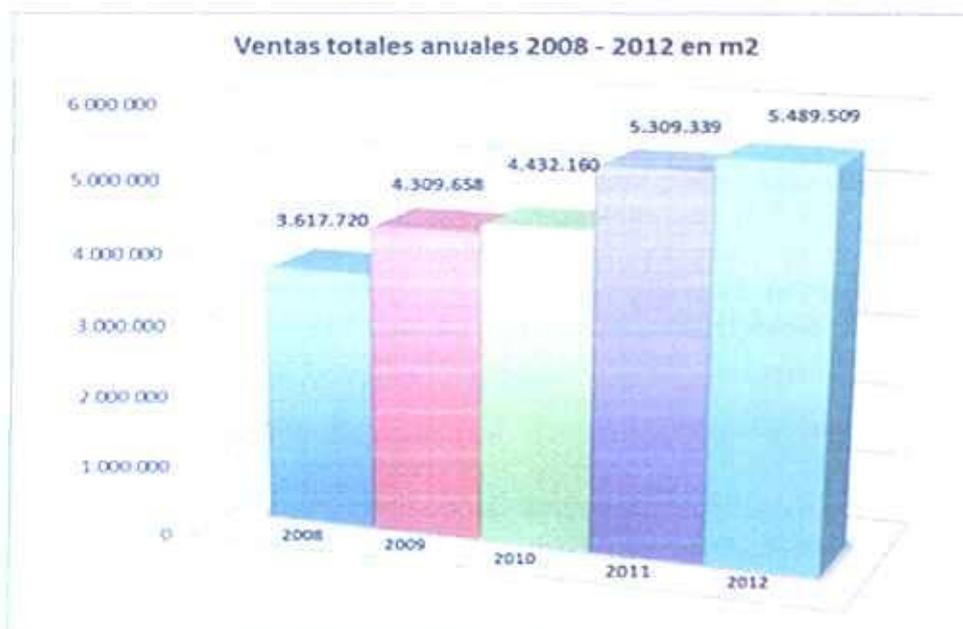
2.1.1 Ventas

En el año 2012 vendimos 5'489.509 m² de producto terminado, lo que significó un ingreso neto de US\$ 34'550.690 para Ecuacerámica. Durante el año 2012, las ventas incrementaron en 180.170 m² con respecto a las ventas del año 2011 y los ingresos incrementaron en US\$ 2.236.441 con respecto a los ingresos alcanzados en el año 2011. En el año 2012 nos propusimos incrementar la rentabilidad por metro cuadrado, y lo logramos a través de mejorar el precio promedio de venta y controlar los gastos y costos. Esta propuesta nos permitió mejorar la utilidad neta de la empresa que era de \$1,63 por metro cuadrado vendido en el año 2011 a \$1,87 por metro cuadrado vendido en el año 2012; es decir, obtuvimos una utilidad neta de US\$ 10'267.750 en el año 2012.

Ecuaceramica continúa con la tendencia de crecimiento en ventas que inició en el año 2009, tal y como se resume en el cuadro a continuación:

	2011	2012	VARIACIÓN
Clientes Activos	182	224	23%
Np. De vendedores	14	17	21%
No. De Territorios	4	5	25%
Ciudades atendidas	93	100	8%

En los siguientes gráficos se puede evidenciar el crecimiento de nuestras ventas en metros cuadrados y dólares desde el año 2008 hasta el año 2012:



Del total de ventas alcanzado por la Empresa, el 86% (4.694.447 m²) corresponde a productos para pisos y el 14% (795.062 m²) corresponde a productos para pared.

2.1.2 Canales de Distribución

Nuestro principal canal de venta es el de distribuidores con una participación de 78% del total de las ventas en metros cuadrados, es decir que en este canal alcanzamos ventas de 4.285.616 m² en el 2012 lo cual representa un incremento del 6% con respecto a las ventas en este canal en el año 2011. Es importante anotar que durante el año 2012 se dejaron de atender a 27 distribuidores, que de acuerdo al programa de expansión planteado por el Grupo Cerámico, fueron cedidos a Itaipisos, los cuales representaban aproximadamente 46.000 m² mensuales, es decir alrededor de 548.000 m² anuales; sin embargo de ello, continuamos con el proceso de crecimiento y

consolidación de mercado que iniciamos en el año 2010, y al final del año cerramos con 224 clientes activos, que significa un crecimiento del 23%, con respecto a inicios del año. Este proceso se fundamenta en mejorar nuestra presencia en puntos de venta, actualizar nuestra imagen y fomentar actividades promocionales orientadas a que el usuario final reconozca y requiera la compra de nuestra marca. Además, con el objeto de potenciar las ventas en Quito y Guayaquil, a partir de octubre del año 2012, se creó un quinto territorio, que comprende Manabí, Santo Domingo de los Tsachilas y Esmeraldas. Con ello planificamos que en el año 2013, los territorios 1 y 2 se concentren en crecer principalmente en las dos principales ciudades del país, donde creemos que existen mayores oportunidades comerciales.

En el gráfico que se presenta a continuación, se incluyen las ventas comparativas entre los años 2011 y 2012, en metros cuadrados, de todos los canales de distribución de Ecuaceramica. Para efectos de este análisis comparativo, se incluye al nuevo territorio, territorio 5, con las cifras de los distribuidores que históricamente ahora lo conforman.



Las ventas a distribuidores incrementaron en cuatro territorios durante el año 2012, siendo el crecimiento más destacado el alcanzado en el territorio 4, cuyas ventas a distribuidores crecieron en 14%. Para alcanzar este resultado, en el año 2012 se realizó una reestructuración general de los equipos de venta, que incluyó la salida del jefe de ventas del Territorio 1 (Ernesto Chiluisa) y la promoción de dos supervisores que actualmente ostentan los cargos de Jefes de los Territorios 4 y 5.

El Territorio 1 fue totalmente reorganizado y ahora cuenta con un nuevo Gerente y tres nuevos vendedores, por lo que esperamos que su desempeño mejore en el año 2013. Este territorio es el más afectado con la presencia de marcas importadas, en especial en las provincias del norte como Imbabura y Carchí, para lo cual también en el 2013, tenemos una propuesta para contrarrestar los precios bajos de la competencia. También ampliaremos nuestra base de clientes, mediante la contratación de nuevos vendedores.



Local Distribuidor Dora Aguaiza antes de remodelación



Local Distribuidora Dora Aguaiza luego de remodelación

Adicionalmente, entre los años 2011 y 2012 hemos logrado renovar y actualizar la señalética a nivel nacional mediante rótulos externos, gigantografías, murales, pintura de puertas, vallas, etc.

A todos los clientes nuevos, se les entregó exhibidores metálicos, libreros y rótulos, inversiones que fueron correspondidas con incrementos en ventas.

Como innovación, este año implementamos un proceso de capacitación a instaladores de cerámica en el cual se les explica y detalla con ejemplos prácticos, las tendencias de colocación de producto y se les provee de información técnica, de tal forma que los instaladores conozcan mejor las características de nuestros productos. Iniciamos este

proceso, luego de identificar la importancia que los instaladores tienen en la decisión de compra del usuario final. Como resultado de este ejercicio estamos obteniendo un cambio de percepción de Ecuaceramica y la preferencia de los instaladores hacia nuestro producto. En nuestro Plan 2013, expandiremos nuestra red de capacitación a nivel nacional, con un programa debidamente estructurado y presupuestado.



Capacitación a instaladores de cerámica en Gualaceo



Certificado de participación entregado a Instaladores de Cerámica

En cuanto al uso de medios masivos, en el año 2012 se continuó con la Campaña "Embelléce lo nuestro" para apoyar nuestro objetivo de mejorar la recordación de Marca. Este proceso también nos ha servido para captar nuevos clientes quienes siempre prefieren marcas consolidadas, que invierten en publicidad y que son reconocidas en el mercado.

Participamos en la feria Construyendo 2012 en la ciudad de Guayaquil la misma que obtuvo reconocimiento por parte de los medios y público en general.

El Territorio 2, continúa por segundo año consecutivo creciendo. Esto principalmente se debe a la capacidad de respuesta que nos otorga el contar con la bodega regional. Como parte de nuestro plan 2013, mejoraremos la cobertura regional.

El Territorio 3, ha sido el territorio con mayor crecimiento en número de clientes, logrando durante el 2012, un total de 21 clientes nuevos, todos con exhibición exclusiva de la marca Ecuacerámica.

En cuanto al Territorio 4, este se constituyó en el territorio de mayor crecimiento, pese a contar con un equipo nuevo de vendedores, sustentando su buen resultado en el apoyo del área de Trade, logrando mayores cuotas de compra de parte de los actuales clientes. Esta zona sigue siendo nuestro principal bastión y donde sin duda hemos consolidado un liderazgo.

El Territorio 5 logró mantener el buen desempeño de años anteriores. Logramos ordenar de mejor manera la cartera y aún tenemos en firme el plan de expansión de clientes.

El segundo canal en importancia por volumen de ventas es Kerámikos, con ventas de 1.134.287 m² que representan el 21% del total de las ventas de la Empresa. A partir del último trimestre del año, se muestra un franco ascenso en las compras, debido principalmente a un mayor seguimiento a las visitas a los almacenes y un mejor manejo de información compartida. Además, Para estabilizar el proceso de ventas con Kerámikos, se ha coordinado de mejor manera la producción de productos exclusivos y se ha participado conjuntamente en ventas a constructores de proyectos en las principales ciudades del país. Igualmente, se procedió a actualizar el portafolio de productos que se producen para Kerámikos, proceso que debe continuar y mejorar en el año 2013. Finalmente, pretendemos mejorar los espacios de exhibición con que contamos en las salas de venta de Kerámikos para incrementar nuestra participación de ventas en esta cadena de distribución.

Finalmente, las exportaciones en el año 2012 fueron de 68.182 m². Para mejorar el desempeño de esta área, se contrató en el mes de septiembre del 2012 a un vendedor exclusivo para esta cadena quien ha visitado los mercados de Venezuela, Colombia y Perú y se planifica hacer lo mismo en Centro América, empezando por Guatemala. Nuestra expectativa es que los nuevos contactos comerciales se activen a partir del segundo trimestre del año 2013.

2.1.3 Mercadeo

En el 2012 el Departamento de Mercadeo se enfocó en mejorar los puntos de venta de nuestros distribuidores. Se creó el departamento de Trade a nivel nacional, trabajando simultáneamente en todos los territorios para brindar un apoyo efectivo a la fuerza de ventas y al apoyo que se requiere en los puntos de venta. Generando una imagen más organizada e innovadora para Ecuacerámica, logrando crear un vínculo más fuerte entre el distribuidor y la Marca. En el año 2012 se trabajó con un total 97 distribuidores a nivel nacional, que reconocieron el apoyo brindado.



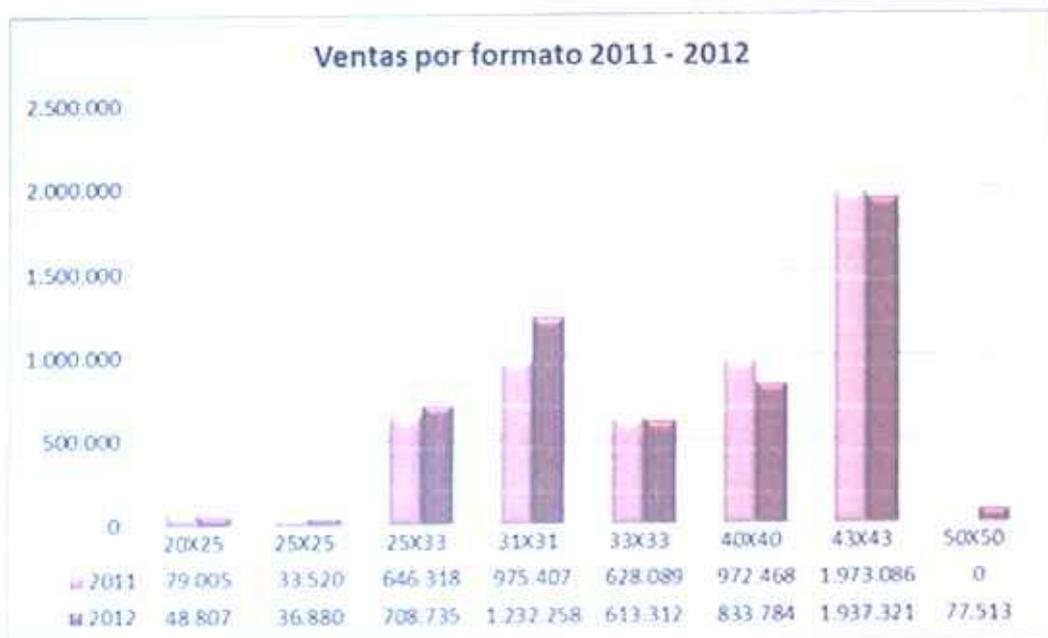
Stand de Ecuacerámica FERIA: "Construyendo 2012"

2.1.4 Lanzamiento de nuevos productos

Durante el año 2012 se realizó el lanzamiento de 52 productos nuevos, de los cuales 10 corresponden al formato 25x33, 8 al formato 31x31, 10 al formato 33x33, 5 al formato 40x40, 10 al formato 43x43, y 9 al formato 50x50. Adicionalmente, se lanzaron 9 productos nuevos para Keramikos en diferentes formatos.

A mediados del año 2012, se realizó un análisis por tipología de cada uno de los formatos, lo que nos ha ayudado y orientado en cuanto a los nuevos productos que debemos desarrollar para completar nuestro portafolio. Este proceso es ahora permanente y todo desarrollo de nuevo producto debe ser en función de lo que se estableció previamente para cada formato.

En el gráfico que se presenta a continuación, se identifican los formatos de mayor demanda y crecimiento de los dos últimos años:

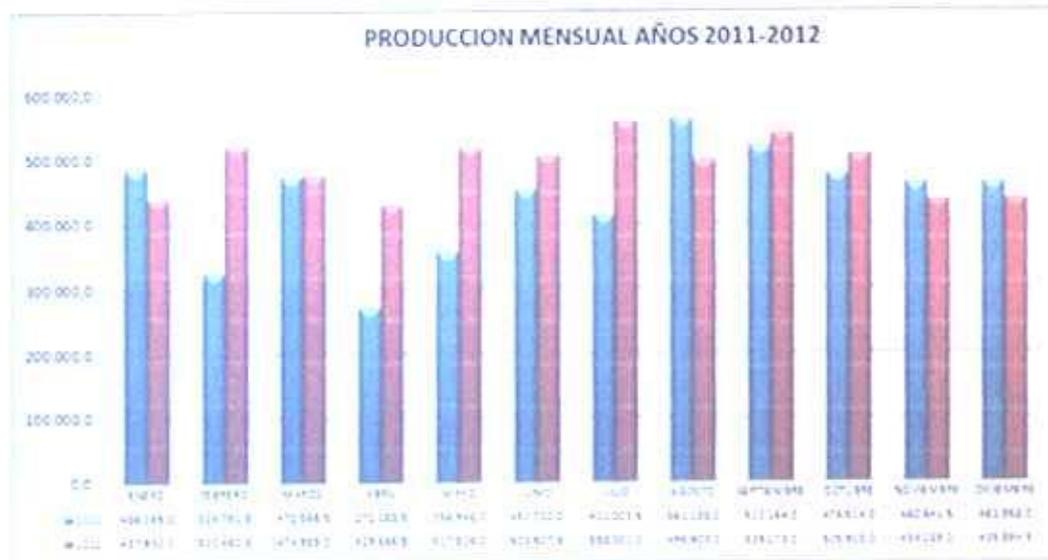


2.2 PRODUCCIÓN

2.2.1 Productividad

En el año 2012, la producción total fue de 5.854.733 m², lo que significa un incremento de 601.453,5 m² con respecto a lo producido en el año 2011. Del total producido, 5.051.075 m² corresponden a productos para pisos y 803.658 m² corresponden a productos para pared.

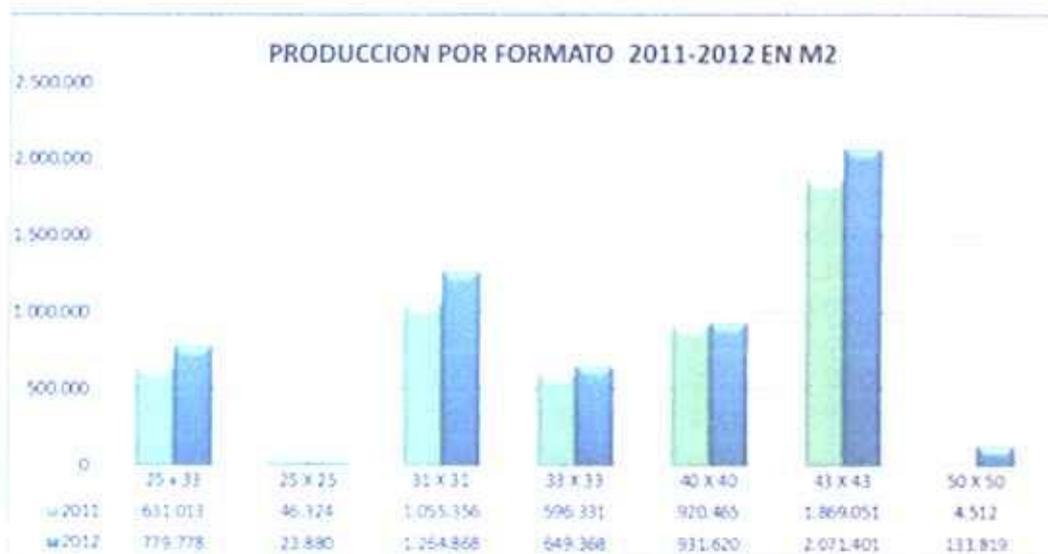
En el siguiente gráfico se presenta la producción mensual comparativa 2011 – 2012.



Es importante mencionar que en el año 2012, durante seis meses produjimos más de 500.000 m² por mes, por lo que nuestro promedio de producción subió de 437.773 m²

por mes en el año 2011 a 487.894 m² por mes en el año 2012, es decir un incremento en productividad del 11% anual.

En el gráfico que se detalla a continuación, se puede observar la producción comparativa anual entre los años 2011 y 2012 por cada uno de los formatos con que contamos al momento. En este gráfico se evidencia que el formato 25 x 33 fue el de mayor incremento con un avance del 10%. Igualmente, incrementamos la productividad del formato 31 x 31 en 9%. La línea correspondiente al formato 43x43 continúa siendo la más productiva con un crecimiento anual de 7% y representa el 36% de la producción total de la Empresa.



La participación del total de producción de los productos para pared (14%) continúa siendo insuficiente para atender satisfactoriamente a nuestros clientes.

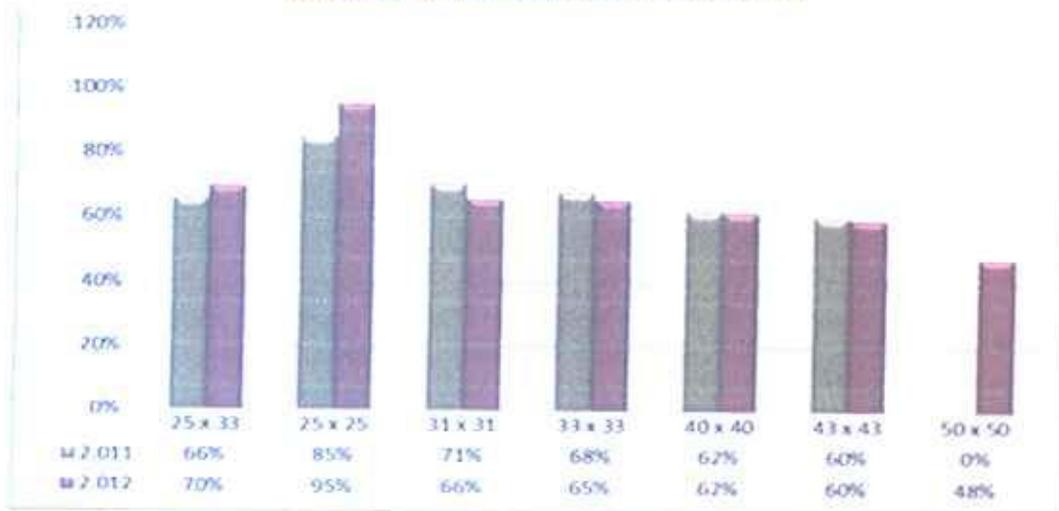
En el año 2012, continuamos el programa de disminución de desperdicios que iniciamos a mediados del año 2011, año en el que el desperdicio fue del 9,1%. La meta alcanzada en el 2012 fue del 7,3 % y el objetivo del año 2013 es llegar a un nivel de desperdicio total del 6%.

2.2.2 Calidad

En el año 2012, la calidad en exportación promedio de los productos de la planta de pisos fue del 61% y la de azulejos del 68%. El promedio general de la fábrica fue de 63,3%.

En el siguiente gráfico se detalla el porcentaje de calidad en producción de acuerdo a los formatos.

Calidad por formato 2011 - 2012 en %



Para mejorar la calidad de nuestros productos, en el año 2013 se ha constituido un comité de calidad, conformado por los líderes de todos los procesos de la planta, para que se realice un monitoreo diario de todas las causas que estén generando el problema de calidad, y que al mismo tiempo propongan soluciones que garanticen una mejor calidad a largo plazo. Con este proceso, hemos mejorado la calidad de la planta de pisos de 61% a 68% y la de azulejos se ha mantenido en el 68% en lo que va del año 2013. Las metas de calidad para el año 2013 son de mínimo 70% para la planta de pisos y mínimo de 75% en la planta de azulejos.

2.2.3 Mantenimiento

El personal de mantenimiento ha sido riguroso en cumplir a cabalidad los planes de mantenimiento preventivo y mantenimiento programado. En el año 2012, el índice de operatividad de la planta de azulejos fue del 91,1% y de la planta de pisos del 90,5%. Durante el año 2012, los gastos de mantenimiento se redujeron en US\$ 42.496 en relación al año 2011 y el índice de dólares gastados en mantenimiento por metro cuadrado producido bajaron de 0,195 \$/m² en el año 2011 a 0,168 \$/m² en el año 2012. Es decir gastamos menos y producimos más.

Durante el año 2012 se realizamos varias reparaciones mayores. Procedimos a la reparación del Atomizador 15 y del ATM Dorst en la planta de azulejos lo que nos permitió estabilizar la producción de pasta en esta planta. Así mismo, cambiamos los conos, los ciclones, los filtros cerámicos y la corona de pulverización de agua del ATM Chino y reparamos el cono superior de la cámara de combustión del ATM 600. Finalmente, entre las reparaciones mayores podemos anotar el arreglo del travesaño móvil de la prensa PH 2000.

El equipo de mantenimiento también ha estado involucrado en la puesta en marcha del equipo Kerajet que entró en funcionamiento en el mes de noviembre y la construcción de la infraestructura para el proyecto de gas natural líquido que entrará en funcionamiento en el año 2013.

2.3 ADMINISTRACION

En el año 2012 continuamos el proceso de control de costos y gastos el cual implementamos a partir del año 2011.

Entre los aspectos relevantes a mencionar, durante el año 2012 mejoramos el uso y costo de materias primas obteniendo una disminución de 7 centavos de dólar por metro cuadrado producido en este rubro. El costo de la mano de obra por metro cuadrado bajó en 2 centavos de dólar entre los años 2011 y 2012, a pesar del incremento salarial planteado por el gobierno en enero del 2012, el cual fue de aproximadamente 10%. El costo de combustibles por metro cuadrado incrementó en 8 centavos de dólar por metro cuadrado, siendo este rubro el que más debemos controlar en el año 2013.

La propuesta de mejora en el área de importaciones nos ha permitido disminuir los costos de fletes en importación en US\$ 10.610 y US\$ 50.201 por descuentos en compras de repuestos y materias primas. El área de compras locales logró optimizar el valor invertido en este rubro en US\$ 22.154 durante el año 2012. Mantenimiento logró implementar un plan preventivo y programado más completo que permitió el ahorro de US\$ 42.496. El área de producción logró bajar el desperdicio total de 9,1% a 7,3%.

En el año 2012, continuamos el proceso de saneamiento de cuentas con empresas relacionadas. Al final del año 2012, las cuentas por pagar a empresas relacionadas bajaron en US\$ 978.121, proceso que continuará en el año 2013. Cancelamos además el préstamo que manteníamos con Fininvest por US\$ 809.652. Sin embargo, las cuentas por cobrar a compañías relacionadas incrementaron, principalmente con la empresa Keramikos, que aumentó su cartera en US\$ 697.086.

Finalmente, en el año 2012 realizamos las gestiones pertinentes con el Ministerio de Medio Ambiente para obtener la Licencia Ambiental de la planta de Riobamba. Nuestro estudio de impacto ambiental ha sido debidamente calificado y aprobado, se han cancelado las tasas correspondientes y estamos a la espera del pronunciamiento definitivo de parte del organismo a cargo. Así mismo, se realizaron las gestiones necesarias para obtener el Permiso de Uso de Suelo de parte del Gobierno Municipal de Riobamba para el año 2013 con resultado favorable.

3. ACTIVOS

Al 31 de diciembre del 2012 el total del Activo de la Compañía es de US\$ 73.376.021. Las principales inversiones se registran en las siguientes cuentas:

3.1 ACTIVOS FIJOS

Durante el año 2012 se concretó la compra de los equipos que serán utilizados en la nueva línea de porcelanato por un valor de US\$ 688.542 y concluimos la compra de los tanques y equipos para procesar gas natural licuado por un valor de US\$ 384.363. Además, adquirimos el equipo de impresión digital Kerajet con una inversión de US\$ 467.902.

En el año 2012, concluimos la construcción de las bodegas de materias primas y productos elaborados y avanzamos en las obras civiles para la instalación de molinos, prensas, pozo de agua e instalaciones de gas natural, con una inversión total de US\$ 327.293.

El incremento neto de activos fijos durante el año 2012, incluido depreciaciones, fue de US\$ 507.720 lo que porcentualmente representa un incremento de 4% con respecto al año 2011.

3.2 OTRAS INVERSIONES

Durante el año 2012, invertimos en los aumentos de capital de las siguientes empresas: A Explominas aportamos con US\$185.600, a Ormiex aportamos con US\$53.200, a Zamicon aportamos con US\$59.800, y a Explosur aportamos con US\$1.400. Además, se incrementó el valor para futuras capitalizaciones en la empresa Hypoo por US\$ 14'090.959.

4. RESULTADOS Y PATRIMONIO

4.1 RESULTADOS

El Ejercicio 2012 concluyó con una utilidad bruta de US\$ 10'267.750 valor que representa el 29,7% sobre las ventas netas generadas en el período. Luego del pago de utilidades a empleados, impuestos, reserva legal y participación estatutaria, la utilidad neta a disposición de los Señores Accionistas es de US\$ 5'977.438

4.2 PATRIMONIO

A Diciembre 31 del 2012 el Patrimonio de la Compañía es de US\$ 54'622.334 que comparado con el año anterior que fue US\$ 48'310.545 representa un incremento del 13%.

El Valor Patrimonial de la Compañía, respalda a cada acción en 1,95 veces su Valor Nominal.

5. ASPECTOS LABORALES Y LEGALES

5.1 LABORAL

La relación con el personal que ha laborado para la Compañía durante el año 2012, se ha desarrollado con normalidad.

5.2 LEGAL

Se ha dado cumplimiento a las normas legales en los Actos y Contratos que ha celebrado la Compañía y en las disposiciones que se han impartido. Está aún pendiente

por resolver la demanda interpuesta en contra de la Empresa por parte del señor Ivano Beretta, la cual esperamos concluir favorablemente en el año 2013.

6. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y DE LA JUNTA DIRECTIVA.

La Compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General de Accionistas de Marzo del 2012, en el cual se resolvió la capitalización de las Utilidades del ejercicio económico 2011 por US\$ 4'000.000.

El capital suscrito incrementó de US\$ 24'000.000 en el año 2011 a US\$ 28'000.000 al 31 de diciembre del 2012 lo que representa un crecimiento anual del capital suscrito de 14%.

7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La Compañía durante el año 2012 ha cumplido con las normas sobre propiedad intelectual y Derechos de Autor.

8. RECOMENDACIONES

8.1 Con el propósito de mejorar la productividad, calidad, competitividad y rentabilidad de C.A. Ecuatoriana de Cerámica, la administración de la Compañía recomienda a los señores accionistas apoyar las inversiones requeridas para concluir con la ampliación de la planta de porcelanato y las mejoras de la planta de azulejos.

8.2 Con el objeto de mejorar la competitividad de la empresa en la producción de revestimientos de pared y pisos en formato 31 x 31, recomendamos invertir en la compra de un equipo Kerajet modelo K-1400 a ser ubicado en la planta de azulejos.

8.3 Recomendamos la adquisición de un equipo Kerajet modelo 700S/390 para la nueva línea de porcelanato.

8.4 Recomendamos apoyar las inversiones requeridas para concretar el funcionamiento de la planta gasificadora de GNL y apoyar las gestiones pertinentes para concretar la provisión de este combustible.

8.5 Para mejorar la productividad, calidad y rentabilidad de la línea 33 x 33, solicitamos la autorización de compra de un secadero horizontal.

8.6 Recomendamos aprobar el proyecto de ampliación de la planta de azulejos con el fin de mejorar la competitividad de la empresa y solventar la debilidad y déficit que tenemos en provisión de revestimientos para pared

8.7 Se recomienda que la utilidad del ejercicio económico 2012 a disposición de los señores accionistas, se destine para incrementar el capital suscrito de la Compañía.

Queda a consideración de los Señores Accionistas el presente Informe de Labores, reiterando el agradecimiento a todas las personas que colaboraron con la Compañía durante el año 2012.

Atentamente,



Ing. Marco Núñez
GERENTE GENERAL

Cuenca, 14 de febrero, 2013