

ECUACERAMICA

**INFORME DE LABORES
DEL
EJERCICIO
ECONOMICO 2013**

C.A. ECUATORIANA DE CERAMICA

INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONOMICO 2013

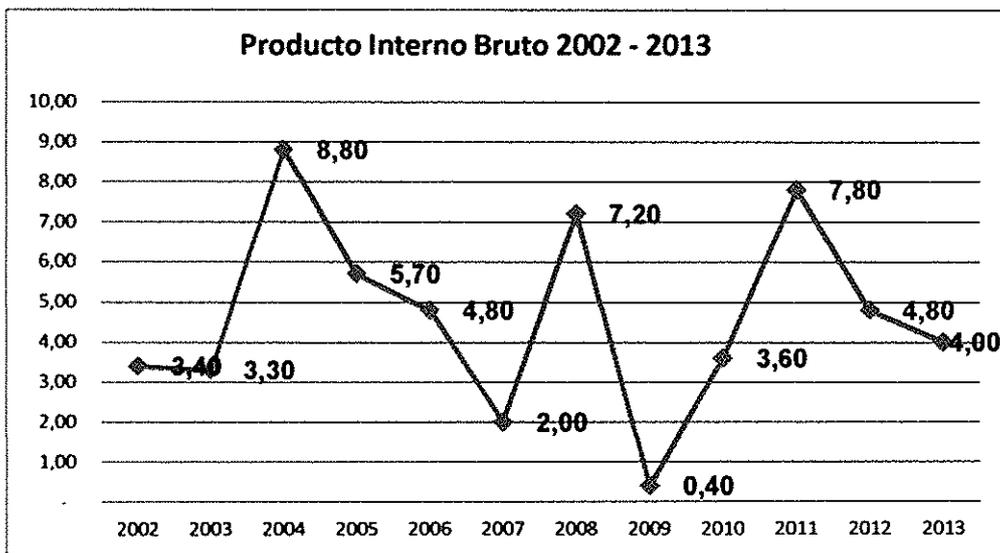
Señores Accionistas:

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 2013, al cual se adjunta los Informes de Comisario de la Compañía, Ing. Fabián Pazmiño y de los Auditores Sacoto y Asociados.

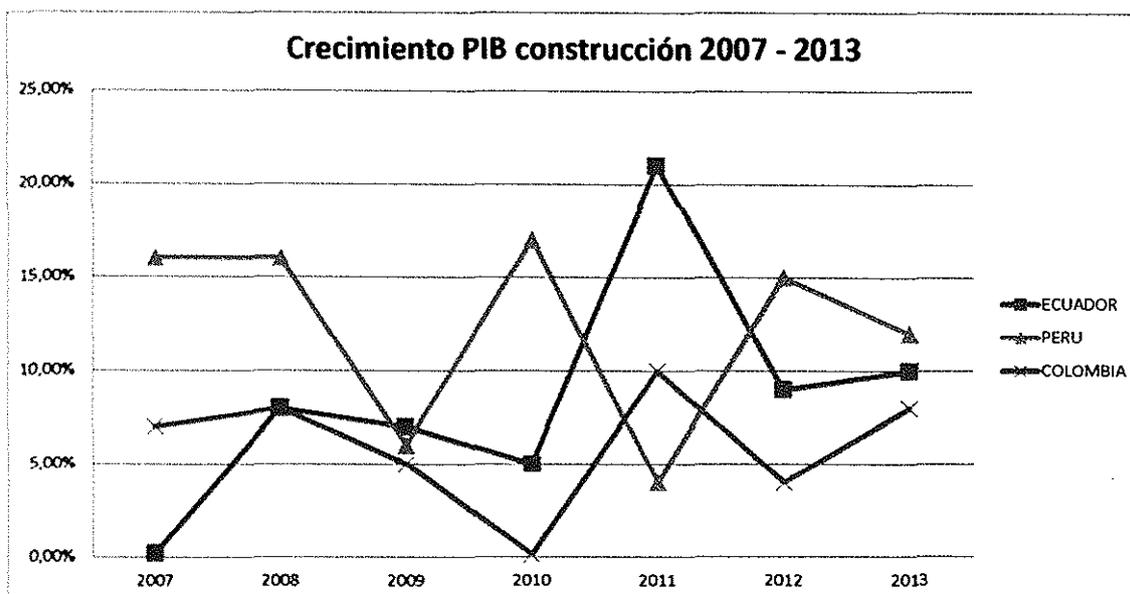
1. ENTORNO ECONOMICO

El Banco Central del Ecuador estima que en el año 2013 Ecuador cerró con una Inflación del 2,70% frente a 4,16% registrado en el mismo período del 2012. En el año 2013 continuó la tendencia a bajar la inflación. Sin embargo, la proyección del gobierno nacional es del 3,20% en el año 2014.

El crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en el año 2013 fue del 4%, inferior al crecimiento alcanzado en el año 2012, que fue del 4,8%. Se proyecta que para el 2014 la tasa de crecimiento sea del 4,1%. Evaluando los resultados de los últimos tres años podemos observar una tendencia a la baja de este indicador.



El sector de la construcción, continúa como una de las principales fuerzas que facilitan el crecimiento de la economía en Ecuador y países vecinos. Ecuador tiene la tasa de crecimiento promedio en la Industria de la Construcción más alta en los últimos 5 años, ubicándose en el 10%, le sigue Perú con el 9%, y Colombia con un 8%.



Es importante considerar que los años 2014 y 2015 serán clave para que el gobierno recupere su hegemonía. El objetivo de cambio de la matriz productiva, de la mano de la implementación de proyectos inclusivos que aseguren el desarrollo social, pueden ayudar a consolidar ese objetivo. De hecho, las medidas que ha tomado el Gobierno a inicios del año 2014 para restringir importaciones, ratifican sus intenciones de fomentar la producción nacional de manera activa. Las empresas que estamos involucradas en sectores que serían beneficiados por estas políticas a corto y mediano plazos, debemos prepararnos para aprovechar las oportunidades evidentes que se presentarán.

Finalmente, el mercado inmobiliario seguirá siendo un importante dinamizador de la economía, en especial por la efectiva conexión que han logrado todos sus actores. Por parte del sector público está la activa participación del BIESS, mientras que por el lado del sector privado se han reducido las tasas de interés para concesión de créditos hipotecarios en instituciones financieras, y paralelamente los constructores y promotores han logrado mantener un mercado exitoso y confiable a la vista de los consumidores.

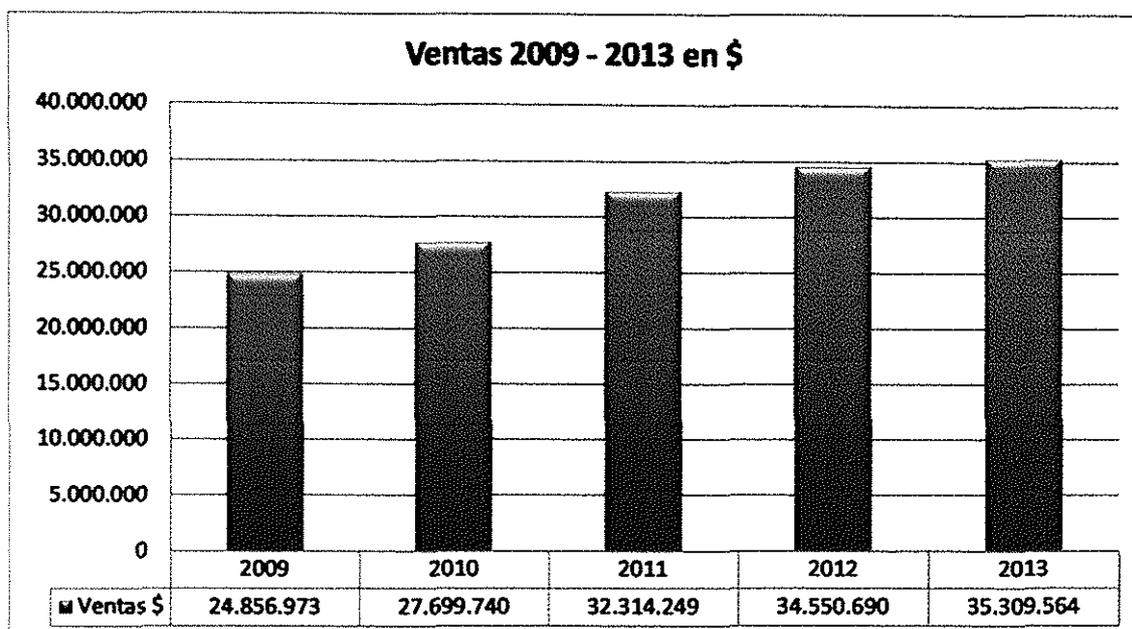
2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

2.1 COMERCIALIZACIÓN

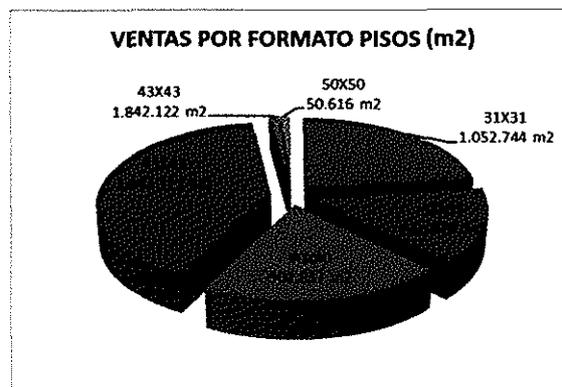
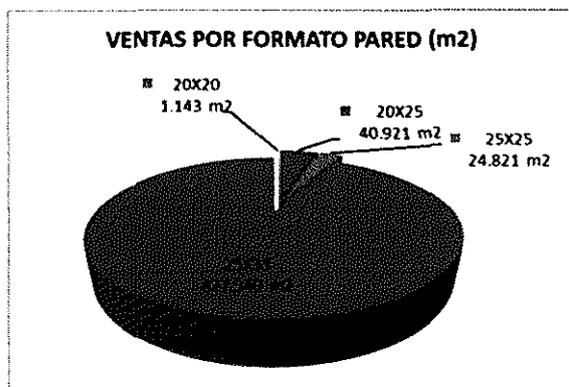
2.1.1 Ventas

En el año 2013 vendimos 5'449.553 m² de producto terminado, lo que significó un ingreso neto de US\$ 35'309.564 para Ecuacerámica. En el año 2013 nos propusimos incrementar la rentabilidad por metro cuadrado, y lo logramos a través de mejorar el precio promedio de venta. Esta propuesta nos permitió mejorar la utilidad neta de la empresa que era de \$1,87 por metro cuadrado vendido en el año 2012 a \$1,99 por metro cuadrado vendido en el año 2013; lo cual nos permitió obtener una utilidad neta de US\$ 10'844.089 en el año 2013.

La empresa continúa mejorando los ingresos que genera como se puede evidenciar en el gráfico que se presenta a continuación:



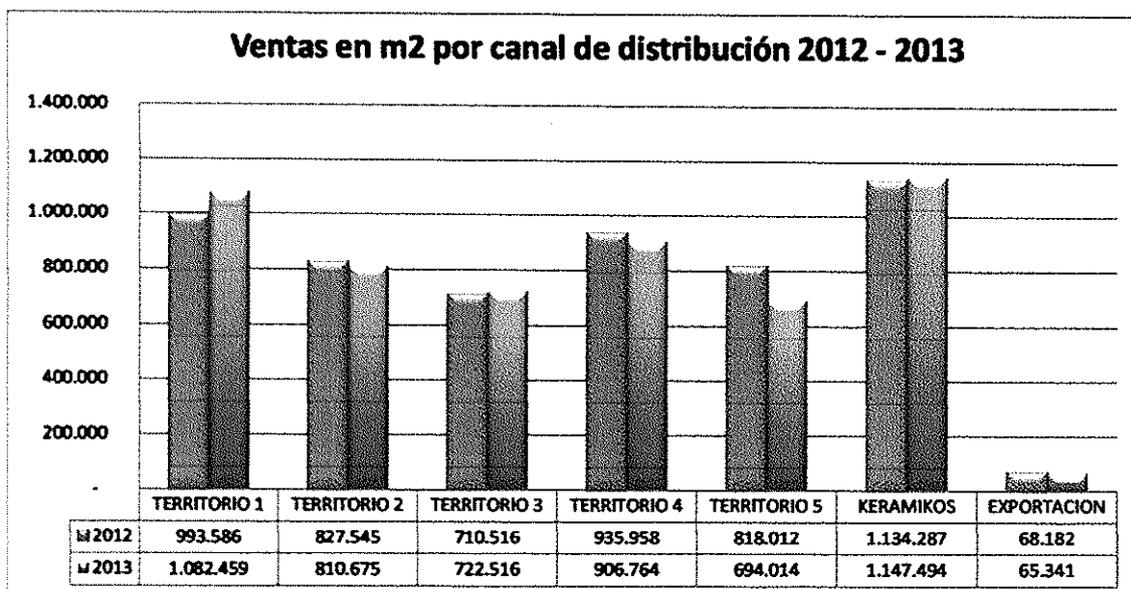
Es necesario; sin embargo, mejorar nuestro nivel de crecimiento anual en ventas tanto en dólares como en metros cuadrados vendidos. Del total de ventas alcanzado por la Empresa, el 84% (4'555.129 m²) corresponde a productos para pisos y el 16% (894.424 m²) corresponde a productos para pared.



2.1.2 Canales de Distribución

Nuestro principal canal de venta es el de distribuidores con una participación de 77% del total de las ventas en metros cuadrados, es decir que en este canal alcanzamos ventas de 4'216.261 m² en el 2013. En segundo lugar se encuentra Kerámicos, canal a través del cual canalizamos el 21% de nuestras ventas (1'147.449 m²) y finalmente tenemos el canal de exportaciones que en el año 2013 fueron de 65.338 m².

En el gráfico que se presenta a continuación, se incluyen las ventas comparativas entre los años 2012 y 2013, en metros cuadrados, de todos los canales de distribución de Ecuacerámica:



Las ventas a distribuidores incrementaron en los territorios uno y tres durante el año 2013, siendo el crecimiento más destacado el alcanzado en el territorio 1, cuyas ventas a distribuidores crecieron en 9%. El territorio cinco fue el de menor desempeño en el año 2013 por lo que se ha procedido a reestructurar el mismo a inicios del año 2014.

El segundo canal en importancia por volumen de ventas, es Kerámikos. Durante el año 2013 organizamos al equipo de ventas y mercadeo para que presten un mejor servicio de venta y postventa a este canal de distribución. En el año 2014, vamos a actualizar el portafolio de productos KP y vamos renovar las exhibiciones de todos los puntos de venta para propiciar una venta más efectiva de los productos de Ecuaceramica. En el año 2013 participamos conjuntamente con Kerámikos en la venta de productos para proyectos inmobiliarios grandes como son Villa Club, La Martina, Ciudad Santiago, entre otros. Además, estamos participando, conjuntamente con Kerámikos, en licitaciones nuevas y proyectos auspiciados por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI).

Durante el segundo semestre del año 2013, procedimos a calificar 60 productos en el Servicio de Contratación de Obras Públicas (SECOB) lo cual nos permite participar en los proyectos de vivienda que directamente auspicia el Gobierno Nacional. De esta manera, hemos intervenido en un sector de mercado que se encontraba monopolizado por la empresa Graiman. Logramos romper la hegemonía de la empresa Graiman con dos productos principalmente: el producto Bolívar en formato 31 x 31 del cual vendimos 311.056 m2 y el producto Alfaro del cual vendimos 120.896 m2.

Finalmente, las exportaciones en el año 2013 fueron de 65.338 m2. Si bien hemos mantenido el nivel de ventas de este canal, en comparación a las ventas del año 2012, consideramos que este canal aún tiene un gran potencial para nuestra marca por lo que el plan de expansión de estas ventas incluye concretar nuevos negocios en Perú, Colombia, El Salvador, Guatemala y el Caribe. Para concretar este objetivo, procedimos a reemplazar al jefe de exportaciones en el mes de noviembre del 2013 y contratamos a un profesional que ya ha visitado y concretado relaciones comerciales con distribuidores en Perú y se encuentra reestructurando el canal de ventas en Colombia.

2.1.3 Mercadeo

En el año 2013 el trabajo del Departamento de Mercadeo se enfocó en modernizar nuestros puntos de venta a nivel nacional. Se trabajó en conjunto con la fuerza de ventas para poder multiplicar el esfuerzo realizado por el departamento de Trade.

Al final de año, se contabilizaron 99 clientes a quienes se les renovaron las salas de exhibición, con ambientes actualizados y modernos aprovechando al máximo la nueva tecnología de impresión digital provista por el equipo kerajet.



Adicionalmente, se cumplió y superó la meta de actualización y renovación de nuestras vallas, rótulos, gigantografías, y murales a nivel nacional con un cumplimiento del 117% de lo que nos comprometimos a inicios del año 2013.

También trabajamos intensamente con 35 nuevos clientes, entregándoles exhibidores metálicos, libreros y rótulos con el fin de potencializar sus ventas y generar lealtad con nuestra marca.

En el año 2013, el área de Mercadeo trabajó en el fortalecimiento del canal de ventas directas Kerámikos. Una de las estrategias aplicadas, ha sido capacitar al personal de ventas en atributos de producto, técnicas de venta y de colocación de producto, tendencias de mercado y beneficios de nuestra marca y productos.



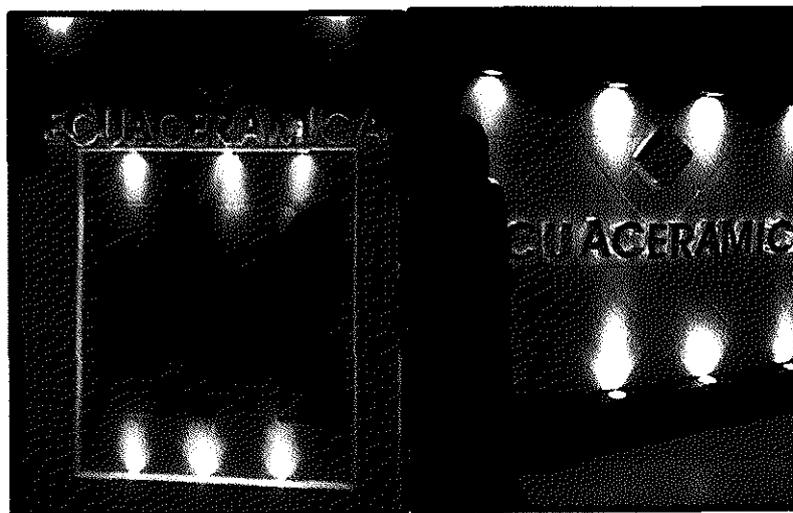
Capacitaciones a personal de Kerámikos

En cuanto a nuestra participación en medios masivos, se mantuvo la Campaña "Embellece lo Nuestro" en revistas, continuando con nuestra estrategia de generar recordación de la Marca, lo cual también nos ha servido para la captación de nuevos clientes, quienes siempre prefieren marcas que invierten en publicidad y que son reconocidas en el mercado.

En el año 2013, Ecuacerámica participó en tres ferias en las principales ciudades del país: Feria MADI en Quito, Feria Construyendo en Guayaquil y Feria de la Construcción en Cuenca. Nuestra participación ha tenido un favorable reconocimiento por parte de los medios y nos han ayudado con el impulso de la marca hacia el consumidor final.

Adicionalmente, estos espacios sirvieron para exhibir nuestra nueva tecnología de impresión digital, el cual fue un atractivo novedoso para nuestros clientes y consumidores.

FERIA MADI Y FERIA CONSTRUYENDO: QUITO Y GUAYAQUIL



FERIA DE LA CONSTRUCCION: CUENCA



En el cuadro a continuación se resume el trabajo realizado por el departamento de mercadeo en el año 2013 y el número de distribuidores beneficiados en ese período:

TERRITORIO	EXHIBICIONES	ROTULACION	CAPACITACIONES	MERCHANDISING
	Muebles de madera, metálicos, librerías	Letreros, gigantografías, murales		Camisetas, esferos, gorras
1	61	44	8	18
2	36	30	10	15
3	80	85	8	10
4	36	43	5	20
5	33	44	5	15
TOTAL	146	246	36	78

2.1.4 Lanzamiento de nuevos productos

En el año 2013 se realizó el lanzamiento de 53 nuevas familias, que abarcan 212 productos de acuerdo al cuadro que se presenta a continuación.

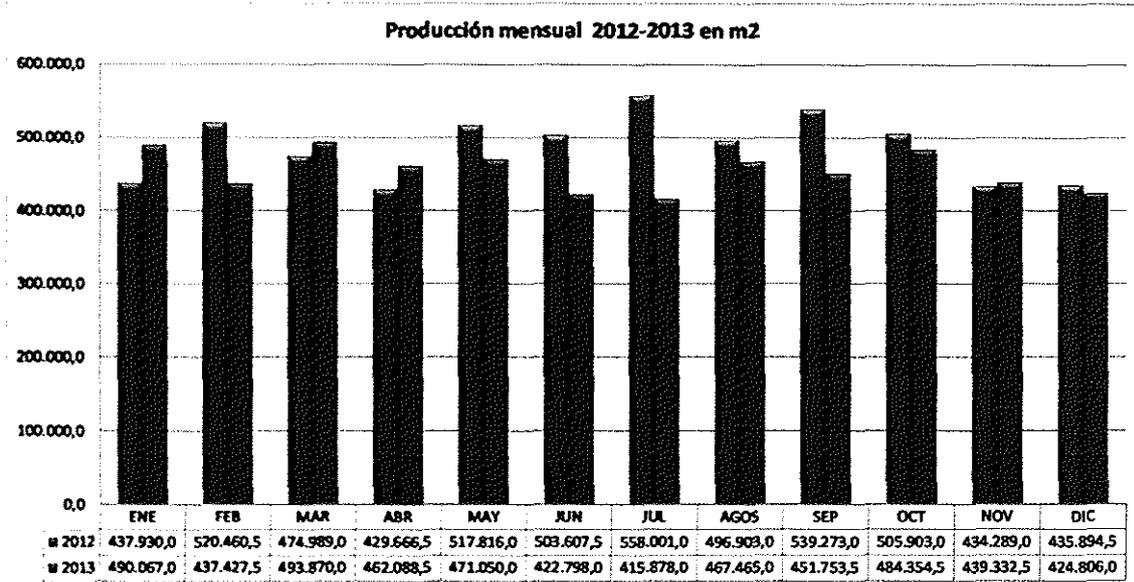
MARCA	FORMATO	LÍNEAS	PRODUCTOS
ECUACERAMICA	20x25	5	12
	25x33	10	32
	31x31	7	12
	33x33	9	20
	40x40	10	20
	43x43	14	21
Total ECUACERAMICA		55	117
KERAMIKOS	43x43	1	3
	50x50	1	1
Total KERAMIKOS		2	4
Total Productos Lanzados 2013		57	121

2.2 PRODUCCIÓN

2.2.1 Productividad

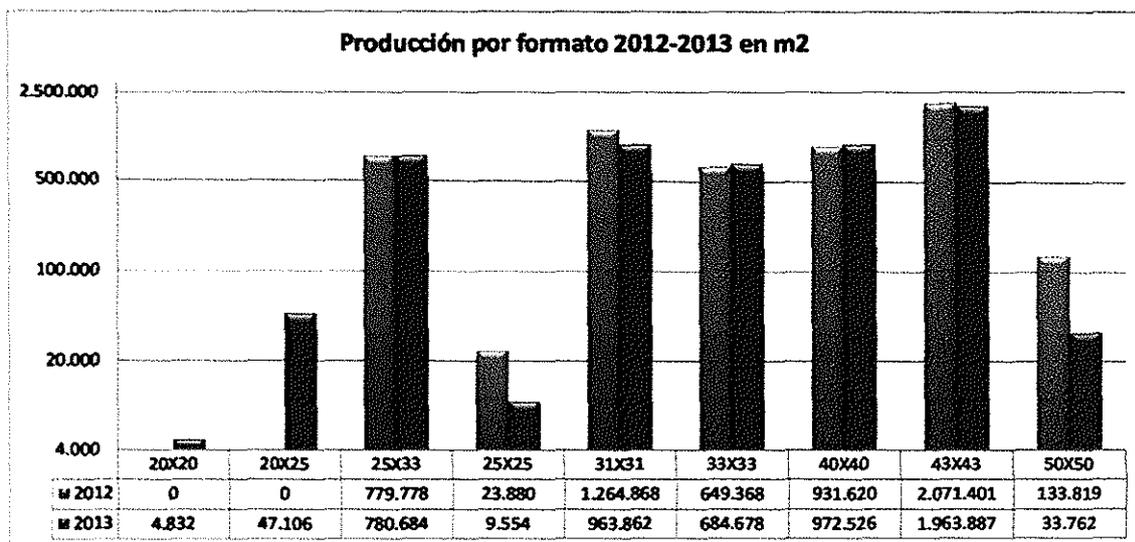
En el año 2013, la producción total fue de 5'461.039 m², lo que significa un promedio mensual de producción de 455.087 m². Del total producido, 4'628.394 m² corresponden a productos para pisos y 832.645 m² corresponden a productos para pared.

En el siguiente gráfico se presenta la producción mensual comparativa 2012 – 2013:



El promedio de producción mensual en el año 2013 fue de 455.087 m² por mes, el cual comparado al promedio de producción mensual del año 2012 que fue de 487.894 m², representa una disminución del 6%. La producción del año 2013 fue afectada por falta de abastecimiento de combustibles en los meses de mayo, junio y octubre y por el cambio de matriz energética que se realizó durante los meses de noviembre y diciembre. Luego del cambio de matriz energética de diesel a Gas Natural Líquido (GNL) el aprovisionamiento de combustible ha sido más confiable; sin embargo aun existen problemas de abastecimiento los cuales esperamos mejoren en el año 2014. En el año 2014, se estima mejorar la productividad alcanzada en el año 2013 en 15%.

En el gráfico que se detalla a continuación, se puede observar la producción comparativa anual entre los años 2012 y 2013 por cada uno de los formatos con que contamos al momento.



En este gráfico se evidencia que incrementamos los volúmenes de producción en el formato 25 x 33, en el formato 33 x 33 y en el formato 40 x 40. Es importante mencionar que en el año 2013, relanzamos el formato de pared 20 x 25 y fabricamos el formato 20 x 20 para Cerámica Pella. Los productos del formato 50 x 50 bajaron en demanda durante el año 2013 y por ello la consecuente baja en producción. Por este motivo, hemos planificado un relanzamiento de este formato en el año 2014 con tecnología de impresión digital.

La participación del total de producción de los productos para pared aumentó del 14% en el año 2012 al 15,4% en el año 2013; sin embargo, continúa siendo insuficiente para atender satisfactoriamente a nuestros clientes, por lo que en el 2014 está previsto como objetivo alcanzar un aumento del 20% en producción de productos de pared. Además, vamos a introducir el formato 33 x 45 con tecnología de impresión digital para diversificar nuestra oferta de formatos.

En el año 2013, continuamos el programa de disminución de desperdicios, el mismo que se inició el año 2011, año en el que el desperdicio fue del 9,1%. La meta alcanzada en el año 2012 fue del 8,2 % y en el año 2013 se logró bajar al 6,85%, lo que significó un ahorro de desperdicio de 76.452 m2 es decir una mejora en costos anual de US\$ 295.104.

Para incrementar la productividad de la planta en el 15% que proponemos, vamos a trabajar en la profesionalización del equipo de producción, iniciando por los jefes de planta y supervisores de área, quienes requieren de capacitación específica y actualizada. Además, concretaremos la baja de ciclos de todos los hornos, entre 5 y 8 minutos, y mejoraremos la operatividad de las dos plantas al 95%.

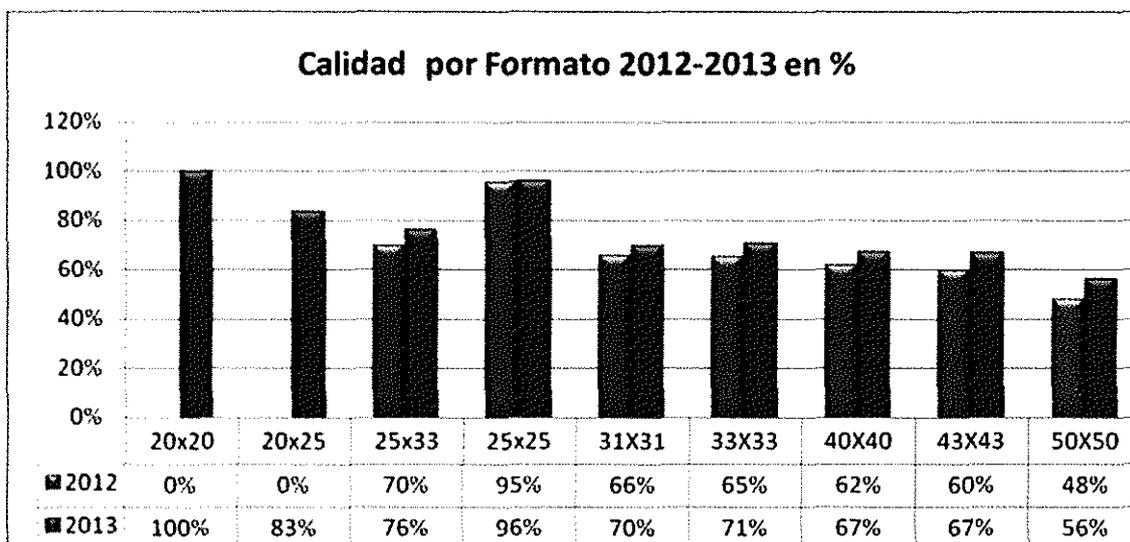
Con la nueva línea de producción podremos ofrecer al mercado aproximadamente 200.000 m2 de productos de porcelanato al mes, en formatos 44 x 44, 50 x 50, 60 x 60 y 40 x 60.

2.2.2 Calidad

En el año 2013, la calidad total en exportación fue del 69,4% que comparada a la calidad del año 2012 de 63,3% significa un incremento del 10%. El porcentaje de calidad en exportación en la planta de pisos incrementó del 61% en el año 2012 al 68% en el año 2013. Algo similar ocurrió en la planta de azulejos, en la cual la mejora fue de 68% en el año 2012 al 73% en el año 2013.

Es importante resaltar que a más de mejorar el porcentaje de producto en calidad de exportación, disminuimos el porcentaje de producto de tercera calidad, el cual bajó de 4,8% en el año 2012 al 4,1% en el año 2013 lo que significó 38.227 m2 menos de terceras y aumentando en calidad exportación. Las mejoras en calidad nos permitieron generar ingresos adicionales en US\$ 388.395 en el año 2013.

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



Para mejorar la calidad de nuestros productos, en el año 2013 se constituyó el 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 mejoramiento a largo plazo. La mejora de calidad ha sido permanente, de tal forma que a más de lo logrado en el año 2013, a la fecha tenemos que la calidad en exportación de la planta de pisos es del 70% y de la de azulejos del 75%.

La meta de calidad para el año 2014 es alcanzar el 75% para la planta de pisos y el 80% en la planta de azulejos.

2.2.3 Mantenimiento

En el año 2013, el índice de operatividad de la planta de azulejos fue del 94 % y de la planta de pisos del 91 %.

Durante el año 2013 realizamos varias reparaciones mayores. Procedimos a la reparación de la torre de secado del Atomizador chino y el reemplazo de las paredes y techos de hornos SACMI 2070 y 2650 de la planta de pisos. Así mismo, con el objeto de ajustar los hornos para ciclos de menor tiempo hemos iniciado la compra e instalación de motovariadores e inverters para los hornos de las dos plantas.

El equipo de mantenimiento también es responsable por la puesta en marcha de la prensa SACMI 3020, de la renovación de los hornos SACMI 2070 y 1650 de la planta de azulejos para que funcionen con gas natural líquido, de la colocación de los quemadores a gas natural los atomizadores SACMI ATM 600 y ATM 15, y los secaderos EVA-290 de la planta de pisos y EVA 702 de la planta de azulejos. Además, el equipo de mantenimiento participó en la instalación de los tres molinos nuevos de pasta TY-2034. Finalmente en el año 2013 se realizó la instalación y puesta en funcionamiento del nuevo transformador de 440V- 2000KVA en la planta de azulejos.

2.3 ADMINISTRACION

En el año 2013 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 2013 mejoramos el uso y costo de materias primas obteniendo una disminución de 1 centavo de dólar por metro cuadrado producido. El costo de la mano de obra por metro cuadrado subió 9% en relación al año 2012 como consecuencia del incremento salarial decretado por el gobierno en enero del 2013. El costo de combustibles por metro cuadrado incrementó en 6 centavos de dólar por metro cuadrado. Este costo disminuirá a futuro, en función del cambio paulatino que realicemos para que todos los equipos de las plantas funcionen con Gas Natural Líquido.

La propuesta de mejora en el área de importaciones nos ha permitido disminuir los costos de fletes en importación en US\$ 6.445 y US\$ 64.801 por descuentos en compras de repuestos y materias primas en el exterior.

En el año 2013, continuamos el proceso de saneamiento de cuentas con empresas relacionadas. Al final del año 2013, las cuentas por pagar a empresas relacionadas bajaron en US\$ 1'645.170, proceso que continuará en el año 2014. Las cuentas por cobrar a compañías relacionadas incrementaron, principalmente con la empresa Kerámikos, que aumentó su cartera en US\$ 62.162 y con la empresa Hypoo en US\$ 1'105.369. Además, logramos recuperar cartera de clientes del exterior por lo que bajamos el monto por cobrar a clientes del exterior en USD\$ 115.238.

Finalmente, en el año 2013 obtuvimos la Licencia Ambiental para la planta de Riobamba y estamos gestionando la ampliación de la misma para que incluya el cambio de matriz energética a GNL. Así mismo, estamos en proceso de obtener el Permiso de Uso de Suelo de parte del Gobierno Municipal de Riobamba para el año 2014.

3. ACTIVOS

Al 31 de diciembre del 2013 el total del Activo de la Compañía es de US\$ 76.739.161. Las principales inversiones se registran en las siguientes cuentas:

3.1 ACTIVOS FIJOS

Durante el año 2013 entró en funcionamiento la planta de Gas Natural Líquido (GNL) con una inversión total de US\$ 1'201.422 y la prensa PH 3020 por un valor de US\$ 752.349. Además, concretamos la compra de los quemadores de GNL para los hornos y atomizadores de las dos plantas con una inversión de US\$ 1'000.441.

En el año 2013, concluimos las obras civiles para la instalación de las prensas PH 3020 por un valor de US\$ 53.904 y la obra civil de la planta de GNL por US\$ 105.017.

El incremento neto de activos fijos durante el año 2013, incluido depreciaciones, fue de US\$ 788.820 lo que porcentualmente representa un incremento de 4% con respecto al año 2012.

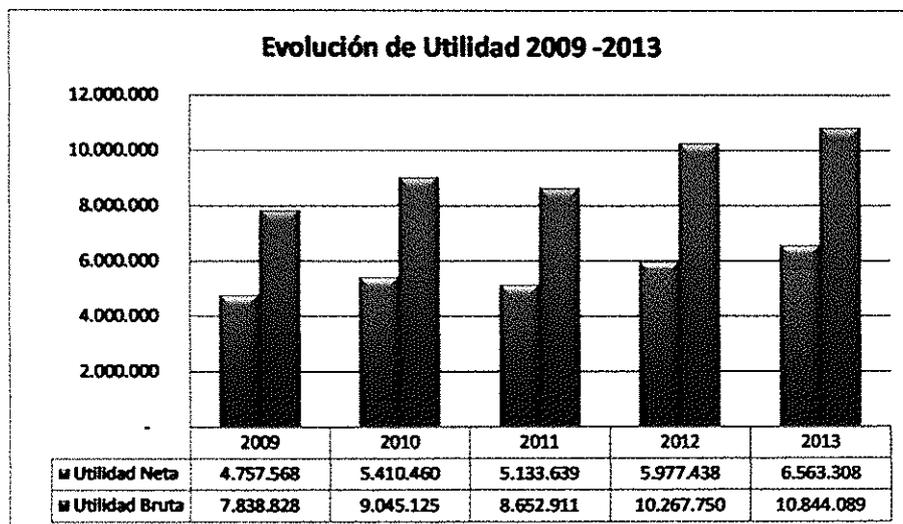
3.2 OTRAS INVERSIONES

Durante el año 2013, invertimos en el aumento de capital de la empresa Cartorama C.A. en US\$ 160.000.

4. RESULTADOS Y PATRIMONIO

4.1 RESULTADOS

El Ejercicio 2013 concluyó con una utilidad bruta de US\$ 10'844.089 valor que representa el 30,7% 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\$ 6'551.753. La Empresa continúa con tendencia positiva en la mejora de utilidades desde el año 2009.



4.2 PATRIMONIO

A Diciembre 31 del 2013 el Patrimonio de la Compañía es de US\$ 61'844.918 que comparado con el año anterior que fue US\$ 54'622.334 representa un incremento del 12%.

El Valor Patrimonial de la Compañía, respalda a cada acción en 1,99 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 2013, 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 y del señor José Cáceres las cuales esperamos concluir en el año 2014.

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 febrero del 2013, en el cual se resolvió la capitalización de las Utilidades del ejercicio económico 2012 por US\$ 3'200.000.

El capital suscrito incrementó de US\$ 28'000.000 en el año 2012 a US\$ 31'200.000 al 31 de diciembre del 2013 lo que representa un crecimiento anual del capital suscrito de 10%.

7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La Compañía durante el año 2013 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 33 x 33, recomendamos invertir en la compra de un equipo Kerajet modelo K-1400 a ser ubicado en la planta de pisos.

8.3 Para mejorar la productividad, calidad y rentabilidad de la línea 33 x 33, solicitamos la autorización de compra de un secadero horizontal, para reemplazar al secadero SITI que ya cumplió su ciclo de vida.

8.4 Para mejorar el posicionamiento de la empresa y la marca y en consecuencia apoyar al incremento de las ventas, proponemos a los señores accionistas apoyar la campaña publicitaria que iniciamos en el mes de febrero del 2014.

8.5 Se recomienda que la utilidad del ejercicio económico 2013 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 2013.

Atentamente,



Ing. Marco Núñez
GERENTE GENERAL

Cuenca. 20 de febrero, 2014