

INFORME DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

NUESTRAS ACTIVIDADES

CEMENTO

Nuestro presupuesto para el año 1999 se basó en la información macroeconómica que disponíamos en agosto de 1998 y que conjuntamente con los anuncios presidenciales de reconstrucción de los daños ocasionados por el Fenómeno del Niño justificaron el presupuesto de ventas de 1'850.000 TM de cemento.

La realidad económica del país fue totalmente diferente, marcando el año 1999 como el de mayor depresión económica, sumado a los nocivos efectos ocasionados por el congelamiento de fondos que generaron la mayor paralización de las actividades productivas y por ende la reducción drástica de la demanda de bienes y servicios. Esta situación de lenta iniciación de la reconstrucción de las obras públicas, y la casi paralización del sector de la industria de la construcción, nos dio como resultado una disminución del 13.5% del mercado de cemento en Ecuador con relación a 1998, totalizando el año 1999 con un mercado de 2'371.406 TM, de los cuales nuestra participación fue del 62.3%, alcanzando nuestras ventas en 1999 un total de 1'478.269 TM (13.4% menor que el volumen de ventas de 1998).

En julio 14 de 1999, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), resolvió imponer un derecho antidumping provisional equivalente al 20% sobre el valor CIF de las importaciones de cemento procedentes de México, por un período de seis meses, para evitar que, mientras concluye la investigación, las importaciones continúen causando daño a la producción nacional. Esperamos en el próximo año obtener un arancel definitivo a las importaciones que no cumplan lo establecido en los tratados de comercio y normas de la OMC.

Este año efectuamos el lanzamiento de nuestro nuevo cemento tipo IP, con un 25% más de resistencia de lo que establece la norma ecuatoriana. Esto nos permitió un diferencial de precio respecto a los demás cementos que se producen en Ecuador.

Las inversiones del año 1999 terminaron en US\$ 13'651.000. Para el año 2000 se prevé como mayor inversión la construcción de una planta de molienda en Latacunga.

HORMIGONES

El volumen de ventas de hormigón premezclado en 1999 alcanzó el valor de 263.433 m³, el cual representa el 87% de las ventas del año 1998. Es importante destacar que las estrategias comerciales implementadas permitieron amortiguar en gran medida el efecto de la recesión económica, caso contrario, la reducción de ventas hubiera sido mucho mayor que el 13% experimentado.

El precio promedio por metro cúbico de hormigón premezclado en el mercado, en general, mantuvo niveles aceptables durante todo el año 1999, excepto en la ciudad de Quito, donde los productores bajaron sus precios con la expectativa de incrementar sus ventas.

Tenemos una participación del 52% en el mercado nacional, destacándose la ciudad de Guayaquil como el segmento geográfico de mayor aporte; esto es, 71% de nuestras ventas totales.

Se realizaron inversiones por US \$ 1'514.000; es decir, el 31% más que el correspondiente a 1998. Las inversiones principales corresponden a equipos de pavimentación, adquiridos con el objeto de dar apoyo al proceso constructivo de vías de hormigón, tanto urbanas como carreteras.

AGREGADOS

Las ventas de agregados alcanzaron el valor de 2'418.307 toneladas métricas; 25% menos que lo vendido en 1998. Esta reducción de ventas fue consecuencia de la recesión

económica experimentada por el País durante todo el año, lo cual afectó fuertemente a la obra privada de la industria de la construcción.

Los precios promedio por tonelada en el mercado se vieron afectados porque la mayoría de los productores trataron de elevar los volúmenes de ventas mediante la reducción de precios, estableciendo como objetivo el que, por lo menos, se compensen los costos variables. Por lo tanto, los precios en el mercado no mantuvieron niveles aceptables.

Tenemos una participación del 51% en el mercado nacional; siendo la ciudad de Guayaquil la de mayor aporte, con el 44% de nuestras ventas totales.

Las inversiones se redujeron a US \$ 406.000; equivalente sólo al 11% de lo realizado en el año 1998.

PRODUCTOS DE CONCRETO

El decremento de la construcción se reflejó particularmente en el rubro de bloques de hormigón y tejas; no obstante el rubro de adoquines llegó a cumplir con las expectativas del período. Un notable incremento de la inversión pública logró que el área de los prefabricados se destaque. El uso de tecnología de punta para la ejecución y pronta terminación de las obras se puso en práctica para la reconstrucción de carreteras, pasos a desnivel, viaductos, puentes y obras portuarias, creando un precedente importante en el uso de estas soluciones en el país.

Los volúmenes de ventas de bloques y productos afines en 1999 alcanzaron 119.954 TM., es decir, una disminución del 7% (128.354 TM. en 1998) en comparación con el año anterior; la mayor contracción se da en el rubro de bloques y tejas con una baja del 25% y del 35% respectivamente. Esta reducción en las ventas se compensó parcialmente con el gran incremento del 143% en prefabricados y un notable aumento del 22% en adoquines.

OTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

INDUSTRIAS ROCACEM, logró de nuevo aumentar en 1999 en las plantas de San Eduardo y Huayco la producción y las ventas de cal y carbonatos a 62.538 TM, un incremento del 7%. Los nuevos morteros secos Enlucit y Pegaroc tuvieron ya en el primer año de comercialización una buena acogida con un volumen de ventas de 8.057 TM.

FUROCA, la productora de fundas para cementos, cales y morteros refleja en su volumen de ventas la contracción económica del negocio de sus clientes con una reducción del 14%.

DISENSA, la mayor y mejor cadena de distribución de materiales y productos para la construcción a nivel nacional siguió también en el 1999 su expansión geográfica y la ampliación de su gama de productos y servicios ofertados. Sus volúmenes de ventas reflejan la difícil situación que vivió el sector de construcción en 1999.

PERSONAL

Como consecuencia de la crisis económica que soportó el país durante el año 1999, la empresa se vio en la necesidad de reducir 125 plazas de trabajo, pasando así de 1.436 personas en el año 1998 a 1.311 a finales de 1999.

Durante esta difícil situación, la empresa contó con el apoyo incondicional de todos sus colaboradores.

Por su parte, La Cemento Nacional continuó con su compromiso de ofrecer a sus empleados y trabajadores un mejoramiento continuo en las áreas personales, profesionales y técnicas, mediante un plan de capacitación ajustado a las exigencias de calidad del mercado.

FINANZAS

A pesar de las dificultades que experimentó la economía ecuatoriana en el año 1999, la muy sólida posición financiera del Grupo LCN, con una deuda financiera neta negativa de USD 23 Mio al 31 de diciembre 1999, permitió seguir el ambicioso programa de inversión para poder cumplir tanto las crecientes exigencias ambientales como los estándares internacionales de calidad y para poder atender el futuro crecimiento de la demanda de sus productos.



Patrick Bredthauer B.

Presidente Ejecutivo