

INFORME DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

NUESTRAS ACTIVIDADES

CEMENTO

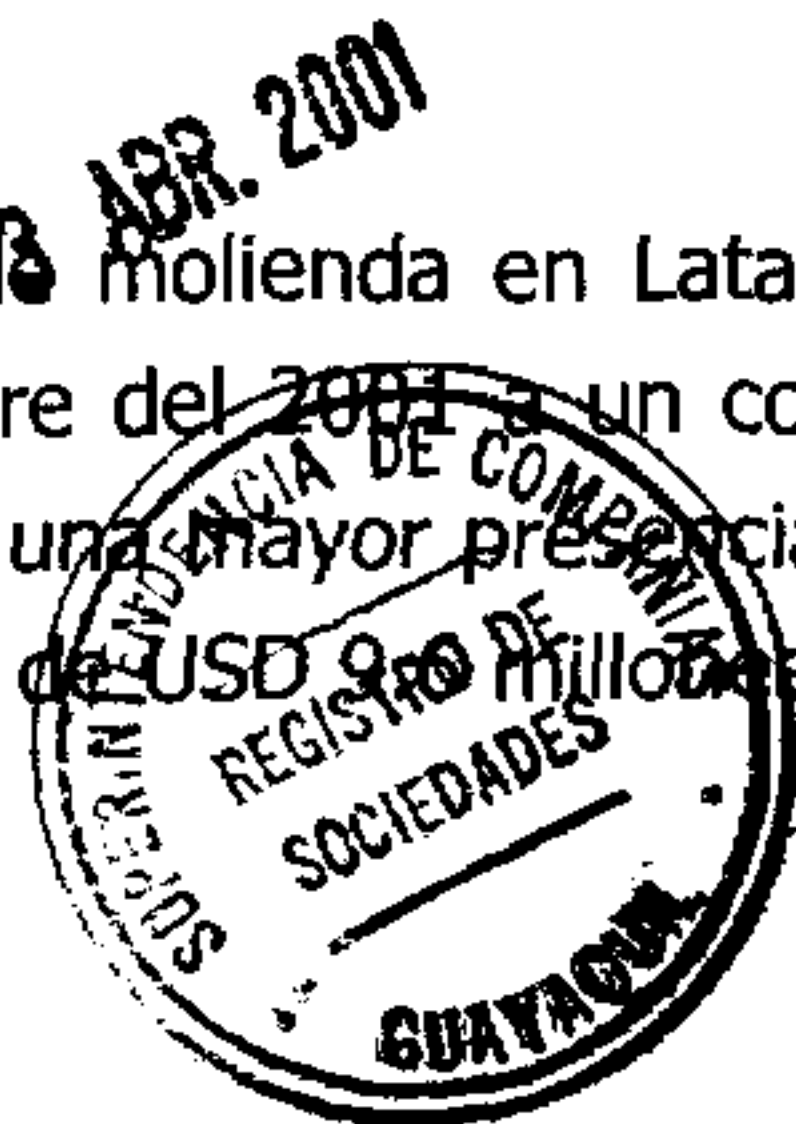
El tan esperado por muchos, año 2000, se inició con la dramática destitución del Presidente de la República Dr. Jamil Mahuad, dando paso al nuevo y actual mandatario del País, Dr. Gustavo Noboa.

El nuevo gobierno, pese a las dificultades heredadas, continuó con el plan económico iniciado por el anterior, el cual incluía uno de los proyectos más ambiciosos en materia económico-monetario sin precedente alguno en la historia del Ecuador, y cuya cristalización lo convirtió en el evento más trascendental del año 2000 y de todos los tiempos, la Dolarización. Es así, que a partir del 10 de septiembre el dólar de los Estados Unidos de Norteamérica pasa a ser la moneda oficial de uso corriente de la República del Ecuador.

Este cambio en la moneda trajo consigo una serie de eventos que demandaron ajustes a nuestros procesos administrativos y estrategias de venta, que nos permitieron mantener nuestro liderazgo en el mercado y cumplir con el presupuesto de ventas para este año. La cifra efectiva de ventas alcanzada fue de 1'658.000 tm de cemento, 12% más que el año 1999. El consumo total del país fue de 2'750.000 tm.

A pesar del considerable incremento en los precios de combustibles, energía eléctrica y otros principales insumos, hemos logrado mantener el precio de venta del cemento sin variación desde mediados del mes de Enero de 2000 hasta finales del año debido a nuestros aumentos de productividad.

Durante el año 2000, iniciamos la construcción de la Planta de molienda en Latacunga, proyecto de inversión cuya operación está prevista para octubre del 2001 a un costo de USD16 millones, esta estación de molienda nos permitirá tener una mayor presencia en el mercado de la Sierra. El total de inversiones durante el año fue de USD 9 millones.



HORMIGONES

El volumen de ventas de hormigón premezclado en el año 2000 alcanzó la cifra de 321.000 m³, el cual representa el 22% más que las ventas realizadas en el año 1999. Es menester señalar que las estrategias comerciales implementadas permitieron aumentar el volumen de ventas a pesar de la recesión económica que experimentó el Ecuador nuevamente en el año 2000.

El precio promedio por metro cúbico de hormigón premezclado en el mercado, en general mantuvo niveles aceptables durante todo el año 2000, excepto en la ciudad de Quito, debido a una competencia de precios en dicho sector geográfico.

Nuestra participación en el mercado nacional es igual al 55% destacándose la ciudad de Quito como el segmento geográfico de mayor aporte; esto es, 50% de nuestras ventas totales. Nuestra participación de mercado en la ciudad de Guayaquil, fue del 70%, a pesar de la reducción de su tamaño, en el año 2000.

Se realizaron inversiones por USD 1.6 millones, principalmente por adquisición de mixers.

AGREGADOS

Las ventas de agregados alcanzaron la cifra de 1'820.000 TM; 5% menos que lo logrado en el año 1999; excluyendo las ventas de material puzolánico. La reducción continua de ventas en los años 1999 y 2000 ha sido consecuencia de la recesión económica del país, afectando principalmente a la obra privada de la industria de la construcción.

El precio promedio por tonelada métrica ha ido disminuyendo continuamente en los años 1999 y 2000, debido a la política de ventas de la competencia que aspiró elevar el volumen de ventas mediante la reducción de precios, concesiones de descuentos y promociones.

Tenemos una participación del 56% en el mercado nacional, siendo las provincias de Manabí y Guayas los segmentos geográficos de mayor aporte, representando el 38% y 34% de nuestras ventas totales, respectivamente.

Durante el año se realizaron inversiones por USD 600 mil.

23 ABR. 2001



PRODUCTOS DE CONCRETO

El resultado de las ventas consolidadas de los productos prefabricados livianos y pesados en año 2000 alcanzó la cifra de 179.000 tm, esto es 49% más que 1999, producto de la estabilización de los precios en el período basados en el nuevo sistema monetario que entró en vigencia en el país en el año 2000 y al fuerte impacto en volumen que significó la ejecución de proyectos de infraestructura urbana y la reconstrucción de los puentes de la costa.

El rubro de prefabricados pesados pasa de 28.686 tm en el año 1999 a 60.312 tm en el 2000, por la venta de elementos prefabricados para los puentes de Corpecuador, vigas para pasos elevados urbanos y diferentes productos para varias obras portuarias privadas.

El rubro de bloques y adoquines creció el 29.6% con relación al año 1999 producto de las obras de ampliación y reparación de viviendas que se incrementó notablemente en el segundo semestre del año 2000.

OTROS PRODUCTOS

INDUSTRIAS ROCACEM a pesar de la reducción del mercado camaronero, principal consumidor de cal y carbonatos, logró aumentar en la Planta San Eduardo la producción y venta de estos productos en un 13,5 % por la apertura y crecimiento del mercado agrícola e industrial. Los morteros secos Pegaroc y Enlucit en este segundo año de su introducción al mercado, han reflejado un importante crecimiento con relación al año 1999 del orden del 252 % esto es de 8.057 tm en 1999 a 20.391 tm en el año 2000, sin embargo todavía el mercado no asume las ventajas de los nuevos productos, por lo que esperamos mejorar en el futuro.

MERCADEO

DISENSA continúa como la mayor y mejor cadena nacional de distribución de materiales y productos para la construcción en el Ecuador, por lo que a pesar de la crisis económica del 2000, con la ejecución de nuevos programas de capacitación y crecimiento de nuestros canales de distribución (441), se logró un crecimiento del 20.3% en el producto neto de ventas.

23 ABR. 2001



FINANZAS

La sólida posición financiera de La Cemento Nacional y sus compañías subsidiarias permitió continuar con el programa de inversiones sin recurrir a créditos bancarios, seguir amortizando la deuda con la CAF, contribuir con impuestos sustancialmente mayores a los pagados en el ejercicio anterior y distribuir un monto mayor de dividendos a los accionistas de La Cemento Nacional.

MENSAJE FINAL

Tal como lo exigen las crecientes demandas del mundo globalizado de hoy, La Cemento Nacional y sus subsidiarias se encuentran preparadas para enfrentar cambios mediante la búsqueda continua del aumento en la productividad y competitividad así como la alta calidad de sus productos.

Un importante logro de la organización, dentro de un mundo dinámico cada vez más orientado a la sistematización y automatización de procesos, fue la implementación de nuevos sistemas integrados de información acorde con las necesidades específicas de nuestro negocio.



Patrick Bredthauer
Presidente Ejecutivo

23 ABR. 2001

