

INFORME DE LA DIRECCION GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE FIBRO ACERO S.A.

En acatamiento a lo establecido por la Ley de Compañías, su reglamento y a los Estatutos de la Empresa, presento a ustedes el informe de labores correspondiente al ejercicio económico 2014.

1.- ENTORNO ECONOMICO GENERAL

El anuncio gubernamental del Presidente de la Republica a inicios de Agosto 2013 sobre el cambios de matriz energética y el lanzamiento del proyecto de cocción eficiente, y las posteriores declaraciones en Marzo 2014 que implicaba adelantar el inicio del proyecto para Agosto 2014, afectó de manera considerable las ventas de cocinas, cocinetas y cilindros de gas en el mercado ecuatoriano

Por otro lado, el comercio externo se vio afectado por la reducción significativa de exportaciones a Venezuela dada su delicada y situación económica y política. Adicionalmente, la marcada desaceleración de la economía peruana sumada al hecho que desde Febrero del 2014 hasta la fecha, nuevamente se pone en duda el origen de cocinas ecuatorianas marcándoles con el pago de un arancel o emisión de carta fianza, también significó una disminución importante de exportaciones al vecino país .

2.- NUESTRA EMPRESA EN EL 2014

Por lo anteriormente expuesto, las ventas totales de la compañía tuvieron una significativa caída del 26.76% comparado contra el 2013. En el mercado nacional, el impacto es mucho mayor en cocinas con horno que en cocinetas, ya que en momentos de incertidumbre el comprador trata de satisfacer su necesidad con la menor inversión posible (CUADRO 1-4). Por el lado de cilindros el impacto ha sido de gran magnitud con más de un 50% de reducción (CUADRO 6). Tanto el porcentaje de variación en cantidades como en valores para cada una de las categorías están detalladas en los cuadros anexos. Es importante mencionar que la gran mayoría de cocinas de horno que logramos vender fueron aquellas de ticket de precio bajo y su demanda iba bajando considerablemente en la medida que su precio se incrementaba.

Dada la crítica situación, debido eminentemente a razones externas, se optó por impulsar la venta de artículos complementarios, lo cual se refleja en un crecimiento de más de 37%. (CUADRO 8-9)

Por otro lado, el proyecto de inducción dejó de serlo para plasmarse en una nueva línea de producción con el lanzamiento en Abril del 2014 de nuestros productos híbridos, convirtiéndonos así en los primeros fabricantes ecuatorianos en introducir inducción al mercado. Ya desde finales de Agosto 2014, lanzamos nuestra línea completa full inducción alcanzando al terminar 2014 ventas cercanas al millón de dólares (CUADRO 5)

Toda la actividad mediática fruto del proyecto de inducción sumada a la activa participación de FIBRO ACERO y su marca ECOGAS en todos los ámbitos técnicos, comerciales, operativos etc., han generado un crecimiento muy importante en recordación de marca, que lo podemos apreciar en los CUADROS (11 -12) que si lo hubiéramos realizado por los mecanismos convencionales hubiera demandado muy altos recursos económicos.

Las exportaciones durante el año 2014 sufrieron una caída vs el 2013 (CUADROS 13-16) por las razones expuestas previamente (VENEZUELA / PERU). También es importante mencionar que se concretó operaciones con uno de los principales distribuidores en Honduras (DIGENSA) así como un actor importante en cocinas en República Dominicana (CORRIPIO) que esperamos , si la situación externa lo permite, puedan incrementar sus compras en el futuro.

Tanto la planta de cocinas, por lo citado previamente, como la de cilindros operaron a la mínima capacidad,(CUADROS 17-21) buscando reducir a cero el nivel de horas extras, además de mecanismos de reducción de personal(algunos vigentes) que trajeron como consecuencia una disminución de casi el 14% del total de la plantilla vs el 2013.(CUADRO 22)

No obstante la delicada situación económica de la empresa, hemos continuamos con casi todas las políticas instauradas desde el 2011, que están enfocadas hacia el trabajador y su familia que consideramos de vital importancia para conseguir el compromiso e involucramiento hacia nuestros objetivos. Tales como:

- a) Canasta Básica

- b) Talleres de formación artística / manualidades/ otros
- c) Actividades recreacionales
- d) Agasajo navideño

En lo referente a normativas y políticas de calidad, están vigentes nuestras certificaciones tanto en ISO como en BASC, con relación a última certificación y dado el activo rol que FIBRO ACERO ha tomado dentro del capítulo Azuay, la presidencia del mismo recayó en nuestra empresa.

3.- REPORTES E INFORMES FINANCIEROS

En lo referente a índices financieros, a pesar de la difícil coyuntura, los índices se mantienen en buenos niveles (incluso algunas mejorías) exceptuando claro aquellos que tienen relación con la utilidad operacional. (CUADRO 23)

En lo relacionado al Balance General (CUADRO 24) el incremento de los pasivos a largo plazo se debe principalmente a la adquisición de la propiedad de Llaqueo (aprox 12.000 m²). Por el lado del patrimonio el valor de \$ 300.000 de aportes para futuras capitalizaciones se lo movió al pasivo por sugerencia del Auditor Externo, por tanto sería importante tomar una decisión definitiva al respecto.

Se puede apreciar una disminución en los inventarios de materiales y producto terminado fruto de un trabajo de eficientar los mismos y así no comprometer mayormente el flujo de caja

Dentro del P&G (CUADRO 25) podemos apreciar claramente que el costo de ventas sube casi 5 puntos debido principalmente al efecto de la ineficiencia generada por producciones cada vez menores. También es importante mencionar que, con el objeto de utilizar inventarios de alto costo y de muy baja rotación, se los ha utilizado en productos compatibles en las que no necesariamente se ha podido transferir su costo adicional.

El incremento de gastos administrativos se da principalmente por la siguientes razones: a) Pago de bonos de cumplimiento a Directores y Gerentes (periodo 2013) b) Incremento sustancial de tasas y patentes comparado al 2013 c) Gastos originados debido a reducción personal. Ya

en el 2015 los gastos administrativos están a un promedio de \$ 125,000/mensuales fruto de las medidas tomadas los meses previos

PERSPECTIVAS 2015

El año 2015 arrancó con un escenario completamente adverso para nuestra empresa con la aplicación en los últimos días del mes de diciembre del 2014 de un impuesto (ICE) de 100% adicional al precio de venta al público para cocinas y cocinetas a gas así como para productos híbridos .

Paralelamente se tomaron medidas para incentivar la compra de cocinas de inducción mediante un financiamiento de hasta 72 meses y exonerándoles del pago de IVA, que en efecto ha dado sus frutos. Desde septiembre 2014, veníamos aprovisionándonos y produciendo la línea de inducción en la medida que el mercado lo iba a demandando (800u/ promedio).

Bajo esta circunstancia, mediante una serie de estrategias tácticas adoptadas desde los primeros días del año estamos aumentando progresivamente nuestras producciones de cocinas de inducción para lograr producir al menos 21.000 unidades durante el 1er semestre de este año, las cuales en gran mayoría serán canalizadas a través de las principales cadenas de almacenes de Electrodomésticos y con financiamiento del gobierno. Es importante mencionar que dada nuestra oportuna presencia y portafolio hemos logrado acceder a este importante canal (casi 60% de las ventas nacionales), tarea que antes era sumamente compleja por marca, portafolio y competencia.

El panorama 2015 en el mercado de cocinas/ cilindros se lo percibe de la siguiente manera:

- 1) Crecimiento en el mercado de cocinas de inducción con la incorporación de nuevos actores pero con alta incertidumbre sobre el efecto que causará en el mercado la llegada de 500.000 unidades de China adquiridas por el gobierno para regalar / canjear con cocinas a gas a los beneficiarios del bono de desarrollo humano.
- 2) Ventas mínimas de cocinas a gas (principalmente cocinas con horno) por la normativa vigente y por la mayor socialización de campañas a utilizar electricidad en detrimento de GLP.

- 3) En cuanto al mercado de cilindros de gas, si bien este artículo no está afectado por el ICE, la no venta de cocinetas / cocinas a gas incide directamente en la demanda de este producto complementario y estimo una producción / venta de no más allá de 72.000 unidades año que implicaría casi un 35% de reducción sobre lo efectivamente vendido en el 2014.

Ante los eventuales escenarios detallados, debemos relanzar una marca que esté alineada a esta nueva situación y que busque mantener lo que ya hemos logrado en recordación además de lograr cierta asociación con la marca actual. Fruto de ello nace ECOLINE la cual será lanzada formalmente el próximo mes y que mantiene la tipografía, colores y diseño de su hermana ECOGAS.

Por todo lo previamente expuesto, nos urge diversificar nuestra producción y oferta comercial fortaleciendo las acciones previamente tomadas para el efecto y explorando nuevas opciones afines a nuestra normal operación (CUADROS 26-32)

En cuanto al comercio en general, definitivamente será un año de contracción pero que también podrá abrir oportunidades importantes de negocio a todo aquello que implique fabricación nacional y no se encuentre afectado por política de cupos de importación y principalmente las sobretasas arancelarias aplicadas estos días para equilibrar la balanza de pagos por un periodo de 15 meses con opción de prórroga.

El año 2015 se presenta con mucha incertidumbre , lo cual nos exige tomar medidas tácticas antes que estratégicas y así poder estar presentes en las oportunidades que podrían presentarse así como también estar muy atentos y cautos con respecto a escenarios complejos ..

Considero que durante este año se podría llegar a tener una mejor idea sobre la transición y verdadera evolución del programa de sustitución de glp por electricidad impulsado por el gobierno, lo cual si nos permitiría poder plasmar y/o replantear la nueva estrategia de nuestra empresa.

Por el lado externo, la apreciación del dólar nos exige buscar nuevos niveles de eficiencia y ahorro orientados a mejorar nuestra competitividad y así mantener nuestros actuales mercados y tratar de encontrar nuevas oportunidades. Definitivamente, las exportaciones deben crecer bajo un enfoque netamente marginal que nos ayude a

reducir nuestros costos integrales de producción y en esa línea tener más opciones de crecimiento externo.

En las actuales circunstancias, el único camino para la subsistencia de nuestra empresa es REINVENTARSE, en el cual estamos transitando desde 2014 y con mayor ímpetu este 2015. En los 2 primeros meses de este año las ventas de cocinetas y cocinas a gas en el mercado nacional han sido prácticamente inexistentes por lo que, de no haber sido por la producción y venta de cocinas de inducción, estaríamos en una situación extremadamente difícil.

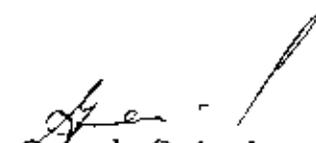
Este proceso que está tomando forma pero todavía le tomará mucho tiempo en consolidarse ha sido altamente complejo y demandante para todo el equipo de Fibro Acerp, sin duda alguna. Para ellos mi agradecimiento sincero, profundo y permanente, además de llenarme de orgullo al liderar un equipo de tal compromiso, creatividad y responsabilidad que ha logrado cumplir los objetivos planteados, liderando en muchos aspectos el proyecto a nivel nacional.

Agradezco al Presidente, Directorio y la Junta de Accionistas la confianza y apoyo depositado en mi persona, que sin duda ha sido la principal herramienta para conducir la nave en estas épocas de fuerte tormenta. Estamos convencidos que al tomar oportunamente las decisiones que nos competen, el gran equipo humano de Fibro Acero ha sido y seguirá siendo el gran aliado incondicional que no solo revertirá la situación sino que fortalecerá nuestra posición futura.

Atentamente,



Diego Malo Toral,
DIRECTOR GENERAL
FIBRO ACERO S.A.



Gotardo Quito Jara,
REPRESENTANTE LEGAL
FIBRO ACERO S.A.