

Guayaquil, 29 de abril de 2013

Señores  
**ACCIONISTAS DE LA COMPAÑIA PLÁSTICOS ECUATORIANOS S.A.**  
Ciudad.-

De conformidad con las disposiciones vigentes en la Ley de Compañías a continuación presento mi informe de labores en PLÁSTICOS ECUATORIANOS S.A., durante el ejercicio económico 2012.

Los Estados Financieros del año 2012 se presentan bajo Normas Internacionales de Información Financiera NIIF.

Al 31 de diciembre de 2012, las ventas del ejercicio ascendieron a \$43.2 millones, un crecimiento del 9.6% en relación al ejercicio anterior, impulsado en gran parte por el incremento de ventas en el segmento local de consumo. Dicho segmento, que representa el 36.8% del total de ventas de la compañía, pasó de \$14.5 millones en ventas netas en el 2011 a \$15.9 millones en el ejercicio fiscal 2012.

El margen bruto de la compañía aumentó de 32.3% en el 2011 a un 34.8% en el 2012. El último semestre del año presentó una caída en el costo de la materia prima; adicionalmente se tuvo un aumento en la capacidad utilizada de nuestra planta determinando una dilución de los costos fijos.

Los gastos operacionales del ejercicio, incluyendo gastos de administración y gastos de ventas, alcanzaron los \$8.54 millones, un incremento del 20%. Descontados los gastos operacionales y no operacionales, y los gastos financieros, la compañía registró utilidades antes de Participación de Trabajadores e Impuesto a la Renta de \$5.94 millones al cierre del 2012, equivalente a 1.06 veces las utilidades del ejercicio anterior.

El EBIDTA, de \$8.59 millones en el 2012 representa un incremento del 10% con respecto a los \$7.81 millones registrados en el 2011.

En lo relativo a cuentas del Estado de Situación Financiera, el año 2012 cerró con \$45.05 millones de activos y \$22.56 millones en pasivos, incrementos en relación al 2011 de 8.93% y 7.63% respectivamente. El patrimonio asciende a \$22.50 millones, que corresponde a una variación del 10%.

El volumen de negocio esperado para el 2013, se fundamenta en las estrategias comerciales a mediano y largo plazo que de manera consistente se han implementado en los últimos años.

Innovación, optimización de costos/gastos en toda la cadena de valor, establecimiento de sinergias entre empresas del holding, son algunas tácticas empleadas que han aportado sustancialmente en la creación de valor para los accionistas y grupos de interés.

Comercialmente, se continuará con la estrategia de consolidación en los segmentos de consumo e industriales, con el objetivo de mejorar aún más el margen bruto obtenido en el 2012. Para su efecto, se ha trabajado en profundizar el mercado actual con la introducción de nuevos productos e identificar oportunidades comerciales a nivel internacional.

A través de un proceso de mejora continua, la Administración empodera a todos los participantes dentro de la cadena productiva a unir esfuerzos para que de manera conjunta podamos ofrecer productos de la mejor calidad posible teniendo como pilar fundamental, nuestro siempre comprometido capital humano.

De los señores accionistas.

Muy atentamente,



Alex Fries Zuberbuhler  
Gerente