

Cerámicas
RIALTO 

CONTENIDO:

❖ **INFORME DE REPRESENTANTE LEGAL**

❖ **INGFORME DEL COMISARIO**



INFORME DE LABORES

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

CERAMICA RIALTO S.A.

INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONOMICO 2011

Señores Accionistas:

De acuerdo a lo establecido en la Ley y en los Estatutos Sociales de la Compañía presento en consideración de ustedes el Informe de Labores correspondiente al Ejercicio Económico del año 2011, al mismo que adjunto los informes del Comisario de la Compañía Eco. Ximena Galarza y de los Auditores Externos Paredes Santos y Asociados Cía. Ltda.

1. ENTORNO ECONOMICO

1. Al igual que los años anteriores, el crecimiento esperado del 5% para el 2011 se sustentó en la fuerte inversión pública. Sin embargo, el riesgo de depender mayoritariamente de la maquinaria estatal para dinamizar el PIB es muy grande por dos razones básicas.

Primero.-Todas las proyecciones se apuntalaron a un precio del petróleo alto, estimado por el gobierno en US\$ 73 el barril, debiéndose considerar que el escenario internacional era muy volátil y los precios de las materias primas pudieron sufrir bruscos bajones durante el 2011.

Segundo.-Las plazas de trabajo creadas por el sector público son en su gran mayoría temporales y tienen un alto componente burocrático (no es casualidad que la tasa de desempleo en Quito sea sustancialmente inferior a la de Guayaquil).Esto generó que la tasa de desempleo baje del 9,1% en el 2010 al 7% en el 2011. Lo que nos ubica como el país con menor desempleo de América.

Por lo tanto, el Estado no debe olvidar el papel crucial que tiene el sector privado al momento de crear empleos formales y debería generar seguridad jurídica, solidez institucional y un modelo económico coherente para fomentar las inversiones privadas. De lo contrario los capitales fugaran a otras latitudes.

Si bien el aprobado Código de la Producción otorgó novedosos mecanismos de apoyo e incentivos tributarios a ciertas industrias y zonas geográficas, se introdujo el "Salario Digno" el cual castigo a la mayoría de empresas

pequeñas y medianas que emplean abundante mano de obra y que carecen de utilidades elevadas para completar dicha exigencia laboral.

Esto generó tres efectos indeseables: posible ocultamiento de utilidades, recorte de futuras inversiones y disminución de futuras contrataciones laborables.

2. El cambio de matriz productiva que promovió el gobierno, de un país primario exportador hacia uno que genere valor agregado, permite mejorar los términos de intercambio del país y lo volverá menos vulnerable al vaivén de los precios de las materias primas. El aprovechamiento óptimo de esta futura oferta exportable dependerá de la capacidad del gobierno para celebrar acuerdos bilaterales certeros y sobre todo comprender que Estado y empresa son socios claves y no adversarios al momento de potenciar el desarrollo sostenible del país.
3. El año 2011 cerró con una inflación de 5,41%, lo que representa 2,38% puntos más que en el 2010, Lo esperado por el Gobierno era una inflación menor al 5%.
4. El crecimiento económico del 2011 fue del 6,5% lo que significa un aumento de casi 3 puntos porcentuales respecto con el año 2010.
5. La recaudación fiscal del Servicio de Rentas Internas en el periodo 2011 cerró de manera exitosa su gestión al tener un cumplimiento del 104,04% respecto a la meta de recaudación establecida para este periodo fiscal, obteniendo 9.509 millones de dólares, además que representó un crecimiento nominal del 14% frente al año anterior. Conservando la tendencia creciente que ha tenido en el tiempo la recaudación tributaria.
6. Finalmente el riesgo país de Ecuador se redujo en 67 puntos pasando de 913 puntos en el 2010 a 846 puntos a Diciembre del 2011, si bien éste valor sigue alto no decrecerá mayormente en el corto plazo.
7. Observando el panorama del año 2011, el gobierno presentó algunos planes, en los cuales evaluaba el impacto de los subsidios y su focalización. Durante el segundo semestre del año se dieron algunas medidas muy significativas, La reforma tributaria con afección directa a la producción de licores y bebidas embotelladas en envases de plástico así como el incremento del Impuesto a la Salida de Divisas. Estas llamaron mucho la atención sobre todo del sector industrial por su fondo y forma refiriéndome a la manera como fueron aprobadas.

Dicho de otra manera, el tema del Comercio Exterior en Ecuador es algo que no ha podido resolverse, ya que el alto nivel de consumo ha presionado las

Importaciones, de ahí que pese al crecimiento de las exportaciones no petroleras el déficit continúa firme, el cual a su vez presiona por más divisas.

Estrategias para conseguir divisas, que en dolarización, implica más exportaciones, Inversión Extranjera Directa, y Deuda. Esta última hay que considerar ya que en el escenario actual, podría ser la fuente más probable.

2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

2.1 VENTAS

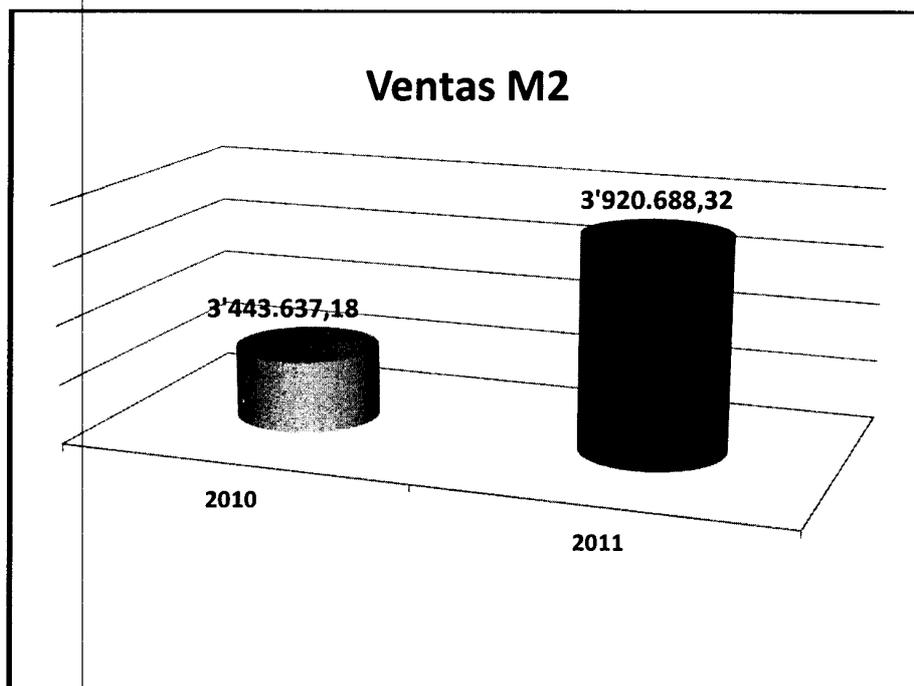
En el año 2011 se consolidó nuestra presencia en el mercado de Cerámica a nivel nacional, terminamos el periodo con 273 clientes activos en los que estamos presentes con exhibición de nuestros productos en los diferentes modelos y tamaños.

Nuestra presencia mejorada en servicio, atención y exhibición en los diferentes puntos de venta a nivel nacional, nos permitió crecer **12,94%** en m2 con respecto al año 2010.

El mercado de la cerámica esta cada vez mas competido con productos nacionales e importados que siguen llegando en cantidades importantes (según datos del Banco Central, estarían llegando al país alrededor de 650.000m2 promedio por mes). Esto nos ha obligado a ser mucho mas agiles y creativos para generar diseños, modelos y acciones comerciales para poder crecer.

En términos de valor las ventas netas del ejercicio 2011 alcanzaron los **26'145.514,44 USD**, es decir existe un incremento del **9,85%** frente a las ventas netas registradas en el año 2010 que fueron de 23'800.310,07 USD.

En términos de cantidad las ventas del ejercicio **2011** fueron de **3'920.688 m2** que representa un crecimiento del **13,85%** frente a la cantidad vendida en el 2010 que fue de 3'443.637 m2. El crecimiento de ventas fue de **477.051 m2**.



En este año el departamento comercial se focalizó en el mercado local en donde se realizaron trabajos de exhibición, publicidad y promoción con Kerámikos y los distribuidores en todo el país.

Esto nos permitió disminuir el inventario de producto hueso, discontinuado y pruebas industriales a casi cero.

Al momento el 100% de los puntos de venta de Cerámica Rialto cuentan con exhibición material POP. El trabajo comercial y de mercadeo ha ayudado a fortalecerla imagen y marca de Rialto.

La composición de la venta entre mercado nacional y mercado de exportación varió de manera considerable, por lo indicado anteriormente, evidenciándose la mayor importancia del mercado nacional.

También hay que indicar que el mercado de exportación creció en relación a las ventas del año 2010 en **28,37%**. Llegando a vender 260.655,85 m2

CUADRO DE PARTICIPACION DE MERCADO m2

| Mercado | 2010 | 2011 |
|---------------|---------------------|---------------------|
| Exportaciones | 203.058,05 | 260.655,85 |
| Nacional | 3'240.579,13 | 3'660.032,47 |
| Total | 3'443.637,18 | 3'920.688,32 |

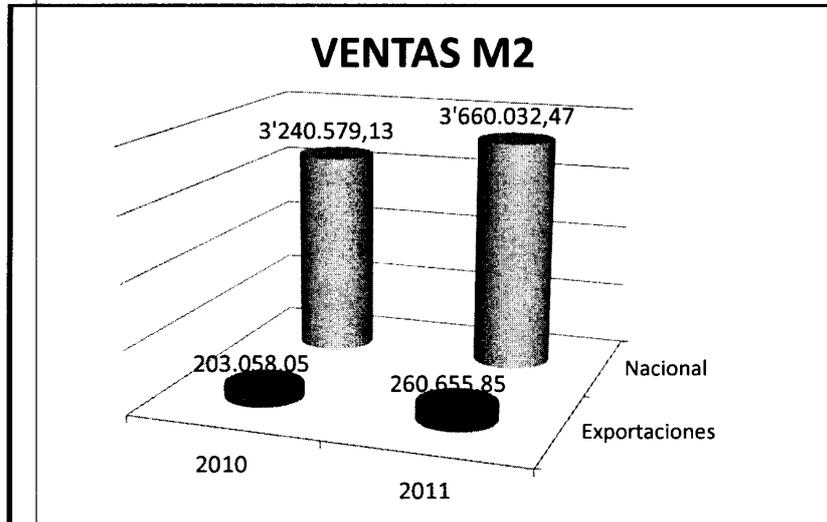
CUADRO VENTAS TOTALES %

| Mercado | 2010 | 2011 |
|---------------|----------------|----------------|
| Exportaciones | 5,90% | 6,65% |
| Nacional | 94,10% | 93,35% |
| Total | 100,00% | 100,00% |

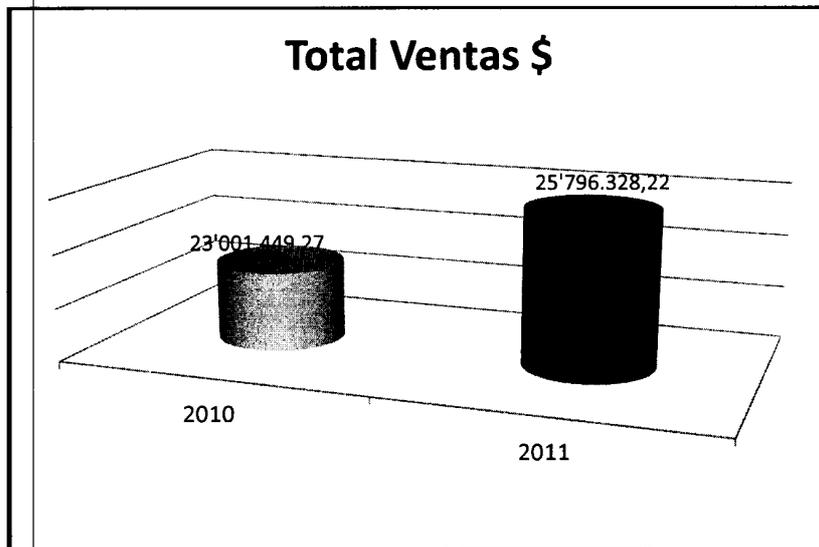
CUADRO DE VENTAS TOTALES \$

| Mercado | 2010 | 2011 |
|---------------------|----------------------|----------------------|
| Exportaciones | 847.212,57 | 1.044.381,00 |
| Nacional | 22'154.236,70 | 24'751.947,22 |
| Total Ventas | 23'001.449,27 | 25'796.328,22 |

CUADRO DE VENTAS TOTALES



COMPARATIVO VENTAS 2010 – 2011 \$

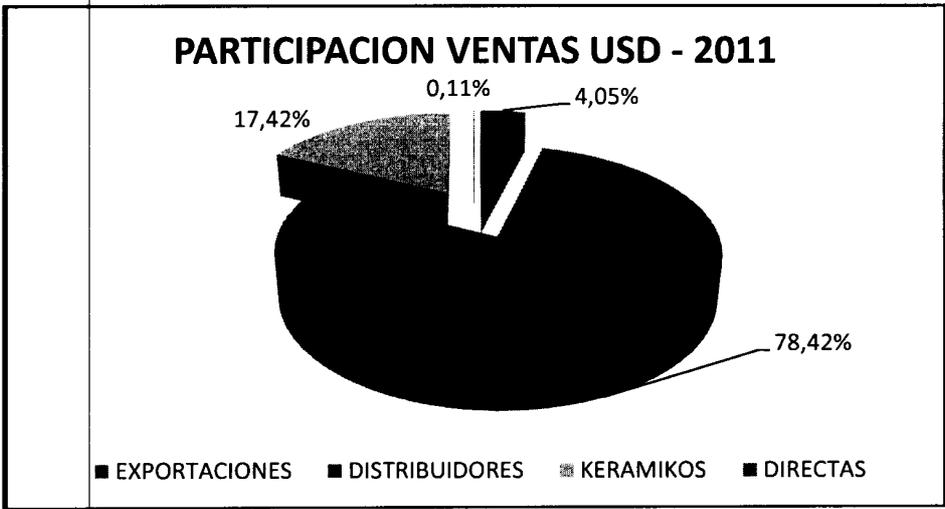
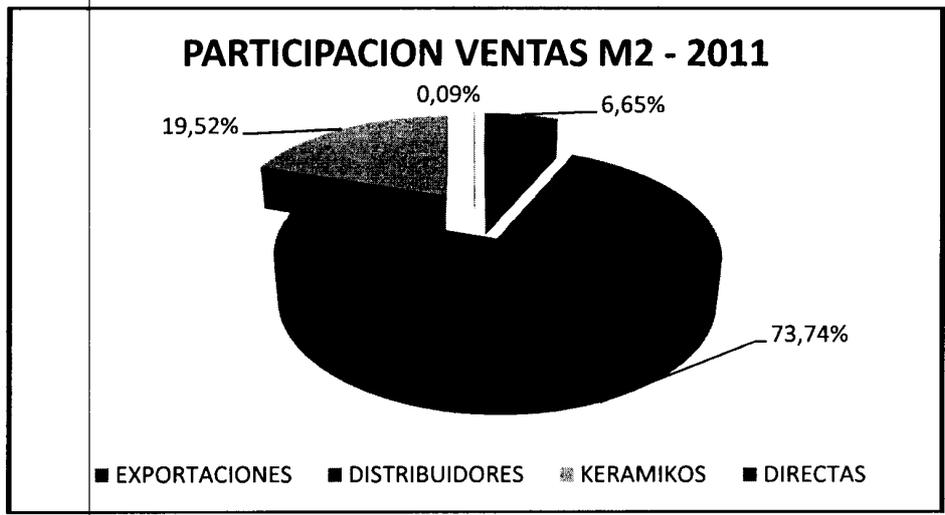


LAS VENTAS POR CANAL FUERON LAS SIGUIENTES:

| | 2010 | | 2011 | | % Incremento /Decremento |
|----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|----------------------|--------------------------|
| | CANTIDAD | NETO | CANTIDAD | NETO | |
| EXPORTACIONES | 203.058,05 | 847.212,57 | 260.655,85 | 1'044.381,00 | 28,37% |
| DISTRIBUIDORES | 2'671.985,38 | 19'016.592,94 | 2'891.133,37 | 20'229.608,37 | 8,20% |
| KERAMIKOS | 558.807,45 | 3'050.794,53 | 765.196,56 | 4'494.990,78 | 36,93% |
| Total general | 3'433.850,88 | 22'914.600,04 | 3'916.985,78 | 25'768.980,15 | |

La diferencia de las ventas por canal contra las totales es debido a que se realizaron ventas a los empleados.

Durante este periodo se puede evidenciar el gran trabajo realizado en conjunto con Kerámikos que fue el canal de mayor crecimiento en relación al año anterior. El incremento de ventas fue de 206.389,11 m2 en este canal que representa un 37%.



Durante el año 2011 se mantiene la misma estructura de distribución comercial geográfica del año 2010. El equipo de ventas se consolidó con 18 vendedores a nivel nacional. Esto nos ha permitido lograr una mejor cobertura del mercado por medio de un aumento de número de visitas semanales a todos nuestros clientes en todas las regiones del país.

Las Regionales:

- Regional 1 tiene 92 clientes activos.
- Regional 2 tiene 99 clientes activos.
- Regional 3 tiene 82 clientes activos.

Las Regionales están atendidas por jefes de ventas que tienen como sede Quito, Guayaquil y Cuenca.

Cada Regional está dividida en zonas y estas a su vez están atendidas por uno o más vendedores de acuerdo al tamaño de la zona geográfica y del número de clientes con los que se cuente en cada zona.

De esta manera hemos logrado atender de mejor manera los diferentes puntos del país dando un mayor seguimiento a las necesidades y problemas de nuestros clientes lo que ha dado como resultado una mejora en la oportunidad de venta y una reducción sustancial en el tiempo de recuperación de cartera.

Como objetivo interno para el año 2011 nos planteamos el despachar como mínimo el 90% del material facturado el mismo día que se realizó la factura, cumpliendo este objetivo en un 92,08%.

El departamento de Mercadeo ha trabajado cambiando la imagen de Rialto en los principales puntos de venta de nuestros distribuidores a lo largo del país. En total se realizaron 15 almacenes exclusivos con exhibición completa de Rialto, también se realizaron cambios importantes en la exhibición de 120 distribuidores a lo largo del país. Esto representa 7.200m² de nuevas exhibiciones entre piso y pared.

Estos cambios nos han representado un incremento de venta en estos locales de 734.311,39 m².

Además se han realizado varias charlas de capacitación a los vendedores de nuestros distribuidores con el objeto de fidelizarles a nuestra marca.

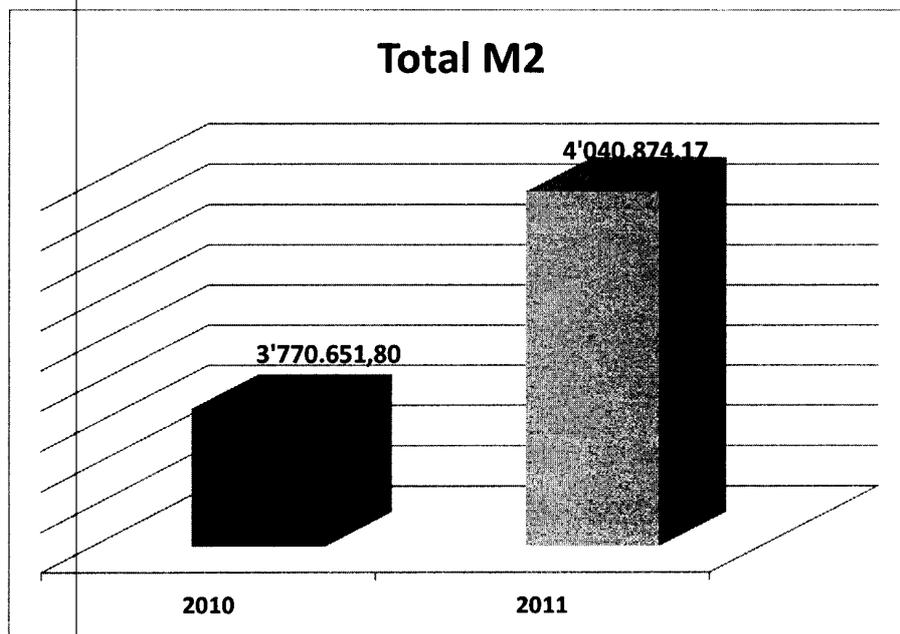
En cuanto a la recuperación de cartera se ha realizado un gran trabajo reduciendo el promedio de cobros en 13 días a la cadena de distribuidores (primer pago 37 días de promedio y segundo pago 68 días promedio).

La estrategia comercial a nivel nacional se basó en dos ejes:

- 1) En crecer las ventas a nivel nacional en sus dos canales principales, Kerámicos y en el canal de distribuidores. Dando como resultado el lograr vender **2'891.133,37 m²** en comparación al año 2010 que se vendió 2'671.985,38 m², que significa un incremento del **8.20%**.
- 2) En incrementar formatos de mayor tamaño (**pared 25x40 y piso pared 35x50**) lo que nos permitió por medio de la percepción que los clientes estén dispuestos a pagar precios mas altos, llegando a vender la pared a un precio neto de \$ 7,81 el m² en calidad exportación.
En cuanto al piso de tamaño 42.5x42.5 se desarrollaron diseños para un segmento de mercado alto, al cual no atendíamos y llegamos a vender a precios muy próximos a los \$ 9 por m².

2.2 PRODUCCION

En el año **2011** la producción total fue de **4'040.874,17 m²**, con un promedio mensual de 336.739 m². Teniendo un crecimiento de 270.222 m² que representa un **7,17 %** en relación al 2010 que la producción fue de **3'770.651,80 m²**.



Durante los 3 primeros meses del año 2011 se presentó el problema del abastecimiento de combustible lo que nos causó una para de producción muy grande que nos afectó en **666.600 m²**.

En detalle esto afectó a la producción de los diferentes hornos de la siguiente manera:

- En el Horno Sacmi dejamos de quemar 56 días lo que nos da 235.200 m2.
- En el horno B&T dejamos de quemar 31 días lo que nos da 217.000 m2.
- En el horno Poppi dejamos de quemar 67 días lo que nos da 214.400 m2.

De no haberse dado este grave inconveniente pudimos haber cumplido el presupuesto para el año 2011 en un 97,68%.

El presupuesto de producción anual del periodo 2011 fue de 4'816.900,00 m2, mismo que tuvo un cumplimiento del 80,80%.

Es importante indicar que en este año se pudo llegar a trabajar con ciclos de quema muy buenos para los diferentes procesos:

- MONOQUEMA 43 minutos.
- MONOPOROSA 40 minutos.

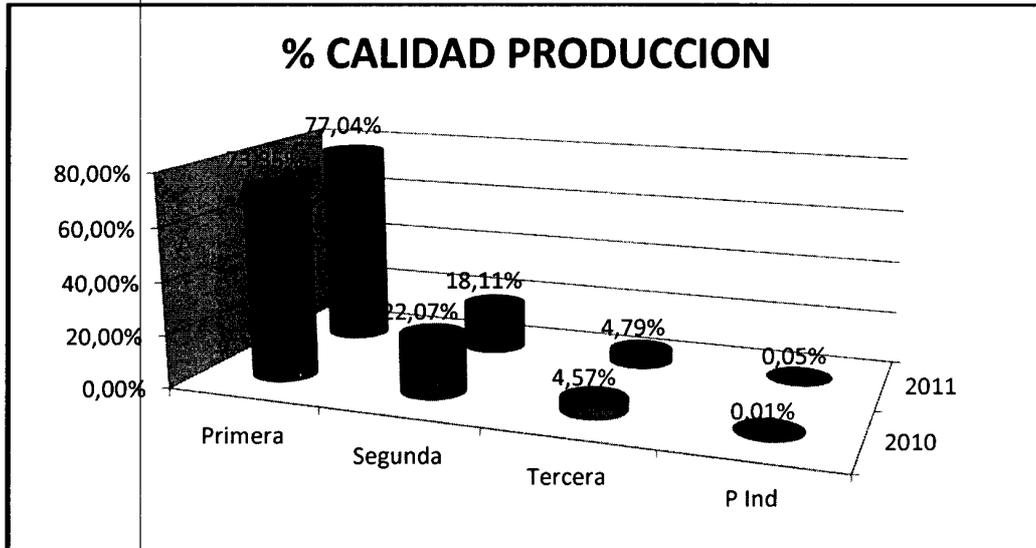
Para lograr esta reducción en tiempos de quema fue muy importante el poder contar con stock de materias primas y con un buen equipo de trabajo en el laboratorio que trabajo reformulando las pastas hasta lograr una que funcione estable con este nuevo ciclo de quema.

Debido a los problemas ya mencionados, la producción fue muy baja durante el primer trimestre teniendo un promedio mensual de **192.282,78 m2**. A partir del mes de Abril se comenzó un trabajo de recuperación de producción y alcanzamos un promedio hasta Diciembre de **384.891,76 m2** por mes

La producción durante el año 2011 se dividió en Monoporosa (formatos para pared) y en Monoquema (formatos para piso). Con la siguiente participación:

- a) Durante el año 2011 se incrementó la producción lo cual nos dio mucho trabajo y sorpresas en el día a día pero con el trabajo realizado con todo el equipo de personas en Rialto logramos mejorar nuestra calidad en producción que terminamos el periodo en los siguientes porcentajes:

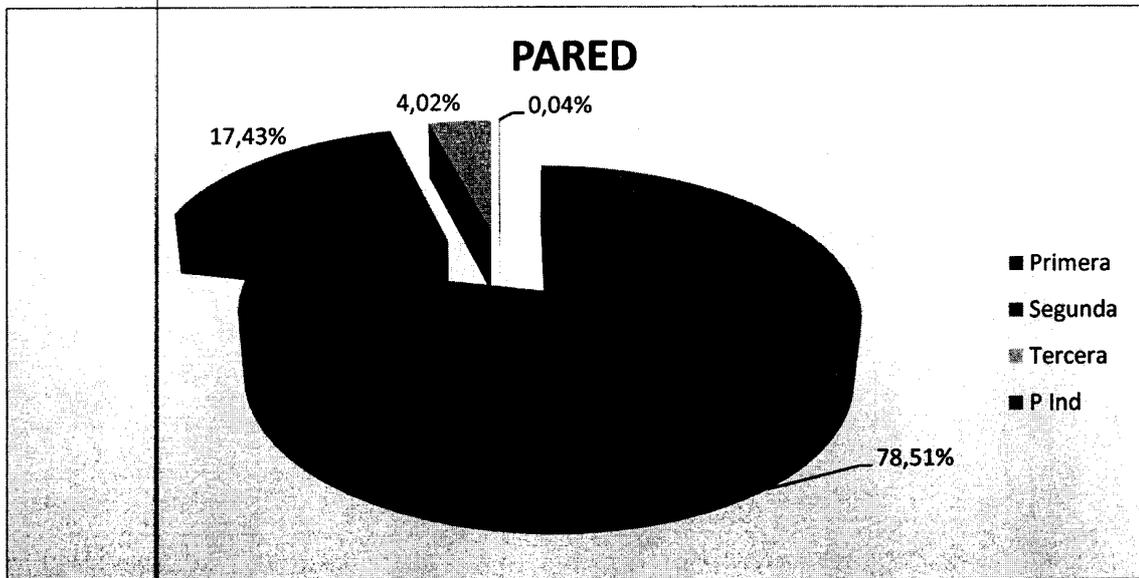
| | |
|-----------|-------------------------------|
| - 77,04 % | Calidad de Exportación. |
| - 18,11 % | Calidad Estándar. |
| - 4,79 %. | Calidad Segunda. |
| - 0,05 % | Calidad Pruebas Industriales. |



b) Monoporosa-Pared: En la suma de las cantidades producidas en los diferentes formatos utilizados para pared se produjeron 1'694.055 m² que significa el 41,92% del total producido.

Los porcentajes de calidades logrados durante este año son:

- 78,51% Calidad Exportación.
- 17,43% Calidad Estándar.
- 4,02% Calidad Segundas.
- 0,04% Calidad Pruebas Industriales.

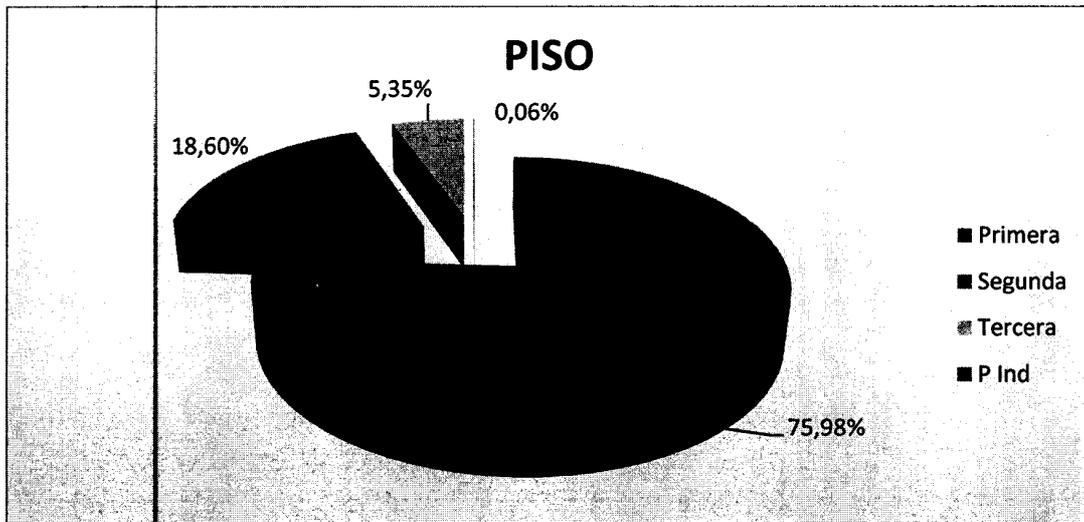


El porcentaje de reclamos por calidad que tuvimos en paredes fue del 0,01% que son 180,00 m².

c) **Monoquema-Pisos:** En la suma de las cantidades producidas en los formatos destinados para Piso se produjeron 2'346.819 m2 que significa el 52% del total producido.

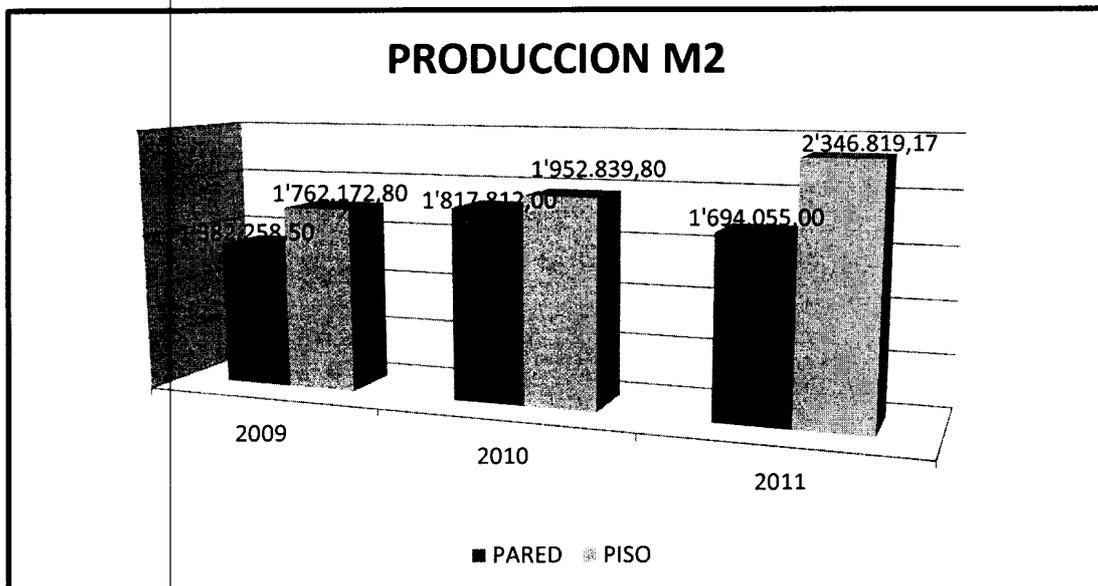
Los porcentajes de calidad logrados durante este año son:

- 75,98% Calidad Exportación.
- 18,60% Calidad Estándar.
- 5,35% Calidad Segundas.
- 0,06 % Calidad Pruebas Industriales.



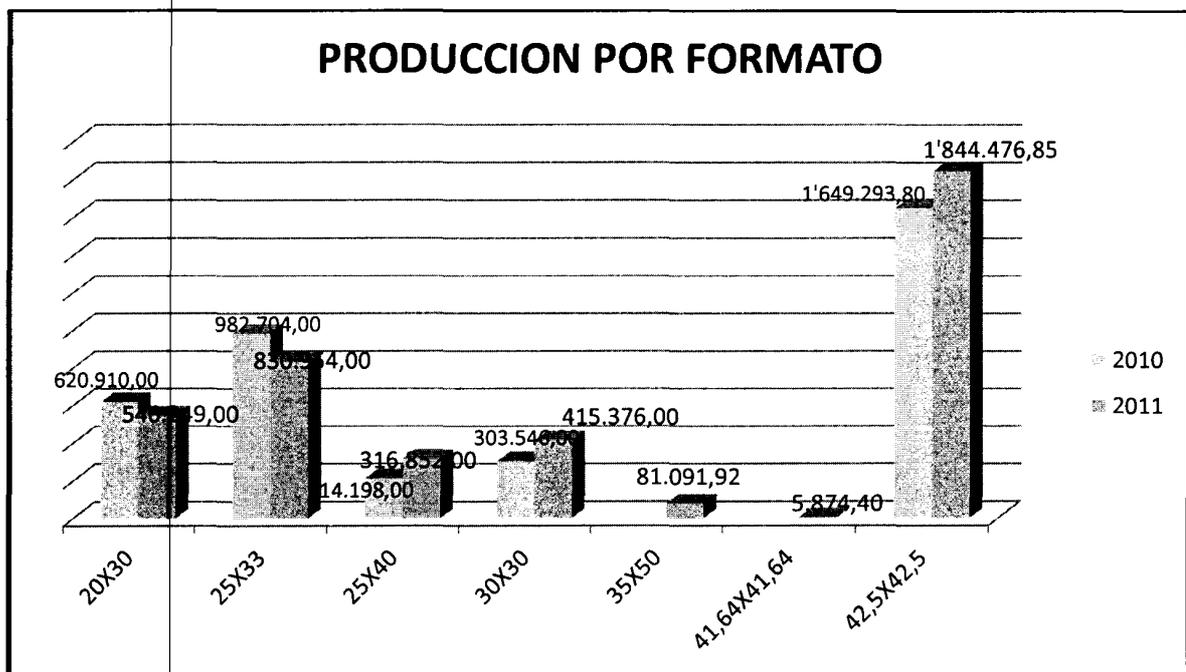
El porcentaje de reclamos que tuvimos en pisos fue del 0,11% que fueron 2.556,06 m2.

CUADRO INDICATIVO DE PARTICIPACION EN PRODUCCION POR USO



CUADRO DE PRODUCCION POR FORMATO 2011

| FORMATO | AÑO | |
|----------------------|---------------------|---------------------|
| | 2010 m2 | 2011 m2 |
| 20X30 | 620.910,00 | 546.249,00 |
| 25X33 | 982.704,00 | 830.954,00 |
| 25X40 | 214.198,00 | 316.852,00 |
| 30X30 | 303.546,00 | 415.376,00 |
| 35X50 | | 81.091,92 |
| 41,64X41,64 | | 5.874,40 |
| 42,5X42,5 | 1'649.293,80 | 1'844.476,85 |
| Total general | 3'770.651,80 | 4'040.874,17 |



d) En producción durante el año 2011 se hicieron muchas cosas entre las que destacamos los puntos más importantes a continuación:

Se continúan con las reuniones semanales en las que se evalúan niveles de calidad, producción, desperdicios, seguridad industrial, etc. De estas reuniones se integran comisiones de trabajo para la semana, como proceso de mejora continua.

Se redujo el desperdicio en las líneas de esmaltación de 4% al 2% y el desperdicio total del 12% al 7%.

Se mantienen los ciclos de quema entre 42 y 43 minutos la monoquema, y 40 minutos la monoporosa, con estos ciclos y con

otras circunstancias adicionales llegamos al 97% de eficiencia y se pudo alcanzar el objetivo de producir 400.000 m² al mes.

En el área de clasificación final se realizó una capacitación continua al personal y se implantó un formato de evaluación permanente, asegurando que el producto terminado salga al mercado correctamente y no se produzcan reclamos posteriores.

Contamos con bases de datos en todos los procesos lo que permite tener información al día de la producción, calidad, desperdicios, mantenimiento, tiempos perdidos, etc.

Los planes de mantenimiento tanto preventivo, correctivo, y predictivo se ejecutan con normalidad garantizando la continuidad en la producción.

El abastecimiento de materias primas se normalizó totalmente este año, lo que ha permitido tener la productividad de la planta en niveles altos.

Se desarrollaron planes y programas de seguridad industrial y salud ocupacional (contratación de médico, conformación de brigadas contra urgencias y accidentes).

Se mantiene vigente el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 con la recertificación correspondiente.

Durante el año 2011 se desarrollaron 26 nuevos productos en cinco diferentes formatos para piso y pared, los mismos que se han introducido con mucho éxito al mercado como son:

PISO

- **42,5 X 42,5 denominados:** FIORENTINO en 1 color, CATANIA en 2 colores, PISA en 2 colores, MONZA en 1 color, SIRACUSA en 5 colores, LAZIO en 1 color, LIGURIA EN 1 color.
- **30 X 30 denominados:** TRENTO en 1 color, POMPEYA en 2 colores, BOLONIA en 4 colores, CALABRIA en 2 colores, MENAGGIO en 5 colores, CARRARA en 3 colores, BELLAGIO en 2 colores.
- **35 X 50 denominados:** LIZZANO en 2 colores, MARANELLO en 4 colores, MONTENOVO en 3 colores, NAPOLI en 3 colores, SALERNO en 4 colores.

PARED

- **25 X 33 denominados:** NEMESIS en 2 colores, VENETO en 2 colores, BOLONIA en 4 colores, FERRARA en 5 colores, PARMA en 5 colores.
- **20X30 denominados:** LIVORNO en 3 colores

3. INVERSIONES

a. ACTIVOS FIJOS

Durante este año se ha consolidado la utilización de toda la maquinaria adquirida en años anteriores para poder llegar a producir 400.000 m² por mes.

La inversión de activos fijo para la nueva ampliación es; en maquinaria 1'430.245,00 USD, obras civiles en proceso 687.069,00 USD y maquinaria en transito 2'764.189,00 USD.

Al 31 de Diciembre del año 2011 el total del Activo Fijo Neto es de 14'129.439,32 USD, significando un incremento porcentual de 13%.

b. INVERSIONES EN COMPAÑIAS RELACIONADAS

En el año 2011 se invirtió 500.000,00 USD en Cerámica Andina y 5'019.412,00 en Sanitarios Hypoo como aporte a futura capitalización.

4. ASPECTOS LABORALES Y LEGALES

a) LABORAL

La rotación del personal ha disminuido en el 2011 a un nivel del 2,3% anual, con respecto a la masa laboral. El número de empleados a Diciembre es de 353 personas.

La mayor rotación presentada por departamentos fue en Mantenimiento y Clasificación final.

La relación laboral con el personal que ha prestado sus servicios para la Compañía durante el año 2011 se ha desarrollado con normalidad.

Al cierre del presente ejercicio económico no existe ningún trámite legal que involucre a la Compañía.

b) 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 ha impartido.

c) ADMINISTRATIVO

CUENTAS POR COBRAR:

Durante el año 2011 la administración de Cerámica Rialto S.A., gestionó el cobro y pago a las Compañías Relacionadas mediante cruce de Cheque valor cobrado de 740.719,06 USD y valor pagado de 963.359,53 USD.

Gestión en la liquidación de anticipos a proveedores que se mantenían desde años anteriores por 43.377,32 USD.

Para un mejor control de los anticipos entregados a los empleados por concepto de viáticos para viajes o trámites a ser realizados para la Empresa se les dio un plazo de 8 días al regreso del viaje para que presente los justificativos del anticipo caso contrario serán descontados.

Se realizó las conciliaciones de préstamos de materiales, materias primas y repuestos con las Compañías relacionadas de las cuales en el año 2011 se factura 23.140,84 USD.

Se dio seguimiento a la cartera de los clientes del Exterior y se recuperó 28.784,84 USD valores que por error de los clientes fueron depositados en las cuentas de ECUACERAMICA.

EMPLEADOS:

El 31 de Diciembre no se presentaron a laborar 56 empleados, por lo tanto se procedió a multarlos y se los separó de la empresa, porque no estuvieron de acuerdo con la decisión y protestaron de una manera inadecuada.

De este incidente se mantiene solo un Juicio con el Sr. JIMENEZ AREVALO IVAN DE JESUS ex empleado que reclama la falta de pago de beneficios desde la fecha de su ingreso a la fábrica (18 años). Se han presentado las pruebas solicitadas y está pendiente una fiscalización por parte del Juzgado.

JUDICIALES:

Se mantiene Juicio contra Michael Juárez (Directora Provincial del Trabajo), por multa del incumplimiento del número de Discapacitados durante el periodo del 2009 y 2010, se ha ganado la primera instancia, la sentencia salió a favor de Rialto sin pago de la multa. El Ministerio de relaciones laborales tiene 30 días a

partir de la fecha de sentencia que fue el 13 de julio del 2012 para iniciar la apelación en Quito, de lo contrario se dará por terminado este juicio.

DISTRIBUIDORES:

DISENSA MACARA (Eduardo Espinoza), juicio que se encuentra sentenciado y se inicia el respectivo juicio de insolvencia; el demandado ha ofrecido entregar una hipoteca con la condición que no se continúe con el proceso de insolvencia, que durante el periodo mediante una sentencia de prescripción adquisitiva de dominio ha adquirido y a legalizado un predio, se está esperando que se realice la escritura de hipoteca del predio que se encuentra situado en el cantón Macara provincia de Loja. El valor de la cartera en reclamo es de 7.364,70 USD.

SOLANO DE LA SALA ALPRECHT (Fabián Guerrero), el señor no posee bienes, se está esperando sentencia y se va a llegar hasta las últimas consecuencias (insolvencia). La cartera en reclamo es de 7.771,98 USD.

PAREDES ZAMBRANO CARLOS SIMON (Iván Paredes), se hizo la junta de conciliación a la cual el señor no asistió, se lo declaró en rebeldía se está esperando se abra la causa a prueba, se tiene un bien inmueble puesta la prohibición de venta. El valor de la cartera en reclamo es de 28.639,26 USD, el deudor propone cancelar 24.000,00 USD y entregar un vehículo (FORD EXPLORER) como garantía y en tres meses cancelaría la diferencia con los respectivos intereses y gastos judiciales.

RUIZ MOREIRA LUIS MICHEL, este proceso es un juicio ejecutivo, tenemos puesta prohibición de venta del 50% del inmueble del demandado. El valor de la cartera en reclamo es de 18.893,80 USD.

ARIAS DIAZ DANIELA LILIANA y VICENTE ARIAS ESPINOZA, se demandó la TERCIARIA CUADYUBANTE DE DOMINIO ya que el bien que se iba a embargar ya ha estado embargado por un préstamo hipotecario, se solicitó que se mantenga el embargo hasta que se soluciones nuestro crédito. El valor de cartera en reclamo es de 43,348.04 USD.

FERRETERIA DIGUCA (Bustos Orellana Graciela Inés), se ganó el juicio en las instancias, la señora está tramitando un préstamo en el Banco del Austro, la persona que nos informa sobre este proceso es la Sra. María Eugenia Toledo, que trabaja en el Banco. El valor de la cartera en reclamo es de 7,841.79 USD.

5. CUMPLIMIENTO DE RESOLUCIONES DE JUNTA GENERAL Y DE DIRECTORIO

La Compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General de Accionistas de Marzo del 2011.

El Capital Suscrito de la Compañía se incrementó de 9'420.000,00 USD del año 2010 a 14'250.000,00 USD en el año 2011, con la consiguiente reforma de los Estatutos Sociales.

De igual manera se ha cumplido con las resoluciones de la Junta Directiva

6. RESULTADOS Y PATRIMONIO

a) RESULTADOS

La Utilidad Antes de Impuesto a la Renta del ejercicio económico 2011 es de 5'672.872,77 USD con relación a la Utilidad del 2010 que fue de 7'187.844,27 USD existe un decremento del **21,08%**.

b) PATRIMONIO

El Patrimonio Neto de la Compañía al 31 de Diciembre del 2011 es de 27'178.421,60 USD.

El Valor Patrimonial de la Compañía respalda a cada acción en 1,91 veces su valor nominal.

7. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES

- Seguir trabajando en los laboratorios para obtener mejores pastas que nos permitan mejorar nuestros ciclos de quema para los dos procesos cerámicos de Monoquema y Monoporosa que al momento tenemos en producción.
- Participar como oferentes directos en proyectos de construcción masiva tanto privados como públicos.
- Aumentar el número de distribuidores en el mercado nacional y de exportación para poder ubicar nuestra producción futura.
- Hacer Centros de exhibición y ventas de la marca Rialto en las ciudades de Guayaquil y Quito como apoyo principal a la marca.
- Desarrollar la estructura comercial para el canal proyectos.
- Promocionar de una mejor manera a nuestros productos en la red de distribuidores de la competencia con la finalidad de obtener nuevos distribuidores.

- Levantar una base de datos de instaladores a nivel nacional y realizar charlas de capacitaciones con la finalidad de posicionar nuestra marca en dicho sector.
- Con la implementación de la decoradora INKJET se proyecta una reducción importante de costo de producción durante el periodo 2012. El uso de esta nueva tecnología nos permitirá fabricar productos con mucho mejor diseño lo que nos ayudara a obtener un mejor precio de venta.
- Cambiar la matriz energética de Diesel a Gas Natural, para el periodo 2012.

8. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La Compañía durante el año 2011 ha dado cumplimiento a las normas sobre Propiedad Intelectual y Derechos de Autor.

Queda a consideración de los Señores Accionistas el presente Informe de Labores, reiterando el agradecimiento a todos los trabajadores y a las personas que colaboraron con la Compañía durante el ejercicio 2011.

Cuenca, 31 de Marzo del 2012

Atentamente,



Sr. Boris Burbano Palacios
GERENTE GENERAL
CERAMICA RIALTO S.A.

27 SEP 2012

Angela