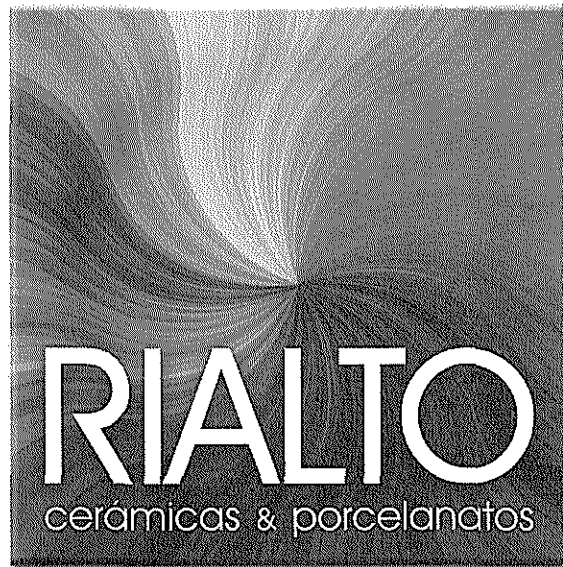




INFORME DE LABORES

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

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 2018, al mismo que adjunto los informes del Comisario de la Compañía Ing. Miguel Angel Alvear y de los Auditores Externos Sacoto y Asociados Cía. Ltda.

1. ENTORNO ECONOMICO

La economía de Ecuador creció un 1,1% en este año, una cifra menor a la previsión inicial, debido a los problemas de déficit fiscal que enfrentó el país.

Ecuador preveía inicialmente un crecimiento de su Producto Interno Bruto (PIB) del 2%, pero el Gobierno ha reducido el gasto corriente y la inversión pública para equilibrar sus finanzas, lo que obligo a las autoridades económicas a tomar medidas urgentes que afectaron al crecimiento.

La posición del gobierno para el 2018 y el 2019 son años de ajuste en los que se trata de tener finanzas públicas más sólidas y reducir el déficit fiscal, y eso ha generado un impacto en la economía.

Ecuador está adoptando medidas de austeridad para reducir su abultado déficit fiscal global y primario, que cerraron el año con un 4,1 por ciento y 1,2 por ciento del PIB, respectivamente.

Además, está buscando reducir sus niveles de endeudamiento externo y mejorar las condiciones financieras de los créditos y contratos firmados durante el gobierno anterior.

El país se mantuvo con un modelo de gestión principalmente amarrado a la exportación petrolera durante el periodo 2018 el mismo que se mantuvo cerca de los \$57,82 promedio.

Al analizar la recaudación tributaria, entre el 2017 y el 2018 se observa que existe un incremento en el 10,7% incluyendo contribuciones solidarias. Este impuesto se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas (herencias, legados y donaciones) y las sociedades sean nacionales o extranjeras. De acuerdo a la información obtenida mediante el SRI.

El sector de la construcción ha presentado una depresión durante los años 2016 y 2017. Si bien 2017 se mantuvo como un año difícil para la construcción, desde el Banco Central se proyectó que en 2018 se revertirá esta tendencia sin embargo el primer semestre se mantuvo igual recién mejorando el tercer trimestre, pero a partir de septiembre hasta finales de año la construcción otra vez sufrió una desaceleración.

El Gobierno es un actor importante para el desarrollo de este sector, ya que su recuperación también dependerá de las medidas que éste implemente para apoyar a que esta actividad se estabilice y empiece a despuntar de a poco.

A pesar de esta recesión, la construcción es uno de los sectores de mayor importancia en la economía, tanto por lo que produce como por los empleos que genera. Por lo tanto, las medidas que se adopten de aquí al futuro, no solamente afectarán al sector, sino a toda la economía del país.

- BALANZA COMERCIAL

Ecuador cerró el 2018 con un crecimiento del 16% en su balanza comercial, aunque son aún mayores las importaciones que las exportaciones, según un informe de la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor). "La balanza comercial cerró el año con un saldo negativo de \$ 508 millones de dólares", dice el informe especial ExporData para ese año en el que se precisa que la balanza alcanzó los \$ 44.102 millones. De esa suma, unos \$ 21.797 millones (49%) corresponde a exportaciones, en tanto que las importaciones ascendieron a \$ 22.305 millones (51%). Con un PIB en torno a los \$ 100.000 millones, y una economía poco tecnificada que no acaba de despertar después de la crisis entre 2015 y 2016, en el año 2018 las exportaciones petrolíferas se beneficiaron de un incremento del 30%, llegando a un monto de \$ 8.973 millones con un precio promedio por barril de petróleo de \$ 57,82.

Por el contrario, las exportaciones no petrolíferas, crecieron apenas un 5% hasta los \$12.824 millones.

Los principales productos de exportación de Ecuador en el 2018 fueron, por este orden. Camarón, banano, enlatados de pescado, flores y cacao. Siendo los principales destinos, la Unión Europea, con \$ 2.981 millones, se ha posicionado como el principal destino de los productos no petrolíferos ecuatorianos, seguido de Estados Unidos, con \$ 2.343 millones, Vietnam \$ 1.141 millones, China, \$ 906 millones y Rusia, \$ 766 millones. Ecuador firmó con la UE un acuerdo comercial a finales de 2016, lo que ha derivado en un incremento sustancial del comercio bilateral, a la par que descendía en los últimos años su intercambio con EE.UU., con el que aun busca un acuerdo.

Desde que asumió la presidencia en mayo de 2017, y tras diez años de proteccionismo a ultranza durante la gestión del anterior presidente Rafael Correa, el actual presidente Lenin Moreno se ha propuesto diversificar los motores de desarrollo y abrir su país al mundo con acuerdos de comercio. En cuanto a las importaciones, hubo un crecimiento del 38% en las petrolíferas (\$4.410 millones), y de un 13% en la no petrolíferas (\$17.895 millones).

- **LABORAL**

Para diciembre de 2018, la Tasa de Desocupación se mantiene alrededor del 4,2 %, pero el empleo adecuado baja del 40,1% al 38,9% en el año 2018.

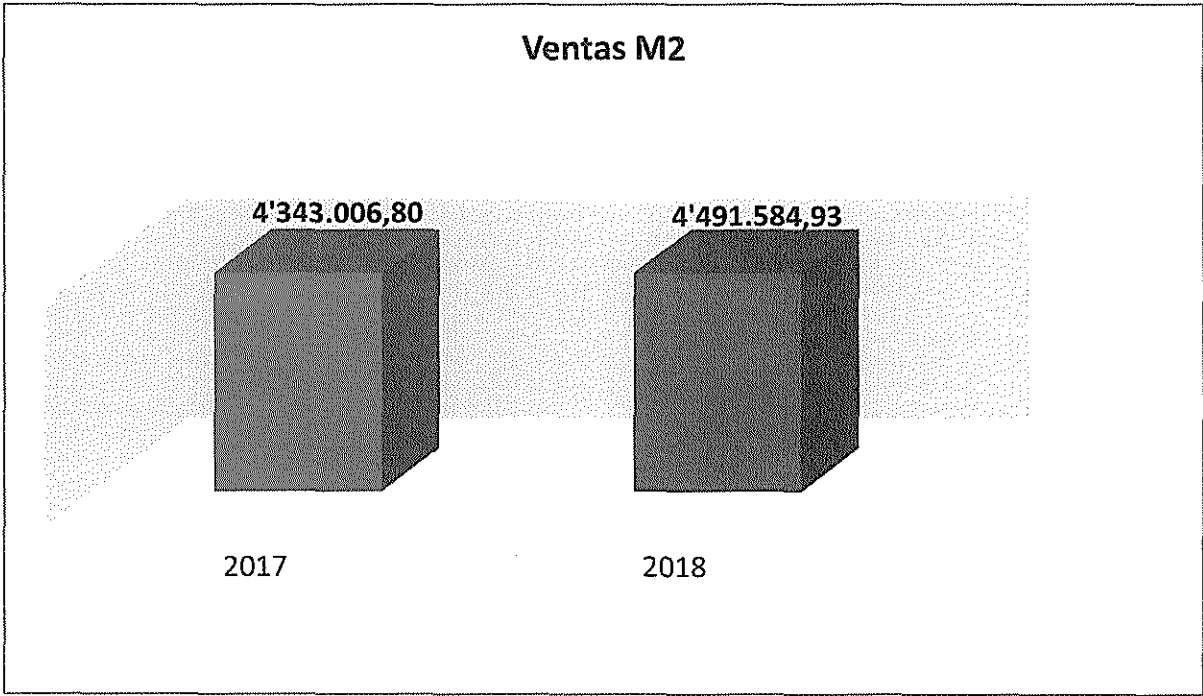
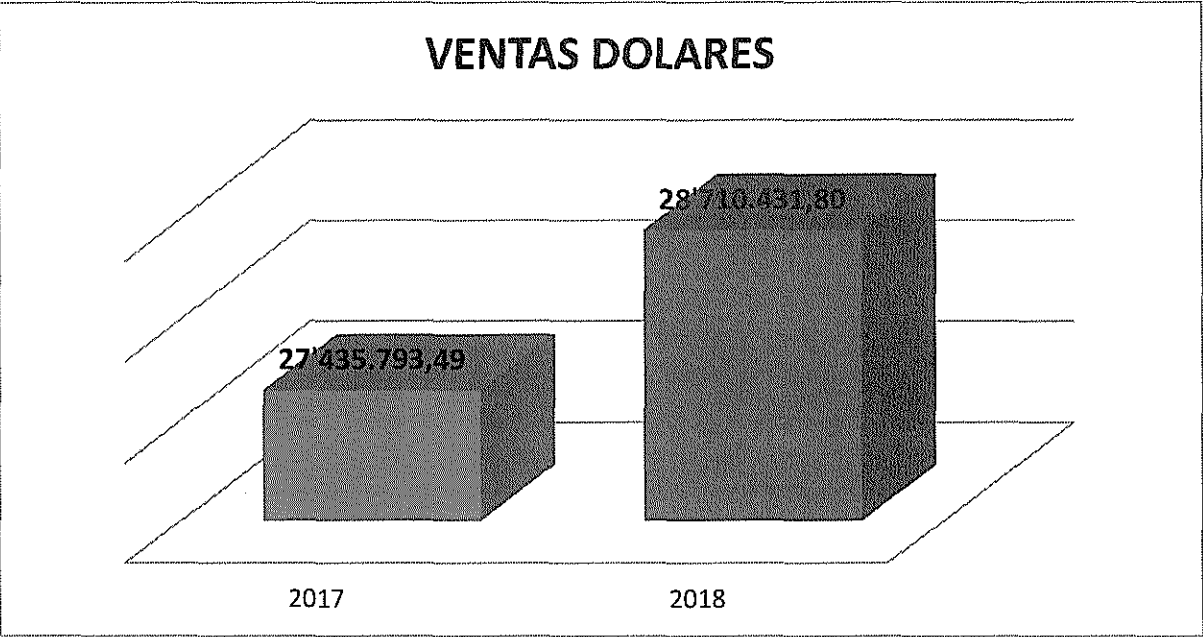
El subempleo pasa de 20,5% al 19,4% en el 2018 pero lo preocupante es el crecimiento en empleo no pleno o llamado informal que se incrementa de 24,3% A 26,5%

Este deterioro es el resultado de una mayor complejidad en la economía.

2. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

VENTAS GENERALES

En términos de valor las ventas netas del mercado Nacional del ejercicio 2018 alcanzaron los \$28'710.431,80 frente a las ventas realizadas en el año 2017 que fueron de \$27'435.793,49



El promedio de ventas mensual fue de 374.298,74 m2.

Durante este año el principal problema en el mercado en general como ya lo mencioné fue la guerra de precios con el producto importado y también con el producto nacional producido por Graiman que por la desesperación llegaron a atender nuestra cadena de distribuidores con precios muy agresivos.

Ante esta situación los beneficiados fueron distribuidores que aprovecharon de la dificultad del mercado para comprar muy barato y ganar más dinero. En muchos casos la calidad del producto paso a segundo plano.

En los locales de los distribuidores “VIP” y en los locales de las cadenas comerciales se realizó una campaña de actualización de las exhibiciones.

También fue necesario hacer cambios de estrategia dentro del equipo de ventas para atender con mayor frecuencia y eficiencia a todos nuestros distribuidores en todos sus locales para poder contrarrestar la agresividad comercial con la que está actuando nuestra competencia Nacional como Extranjera.

VENTAS FORMATO PARED

FORMATO	CANTIDAD	NETO	PRECIO PROMEDIO
20X30	55,50	342,99	6,18
25X33	204.208,00	1'211.931,29	5,93
25X40	662.722,00	4'347.138,10	6,56
32X64	34.512,72	257.393,98	7,46

VENTAS FORMATO PISO Y PARED

FORMATO	CANTIDAD	NETO	PRECIO PROMEDIO
35X50	314.053,44	2'041.277,42	6,50
30X60	86.913,00	620.083,09	7,13

VENTAS FORMATOS PISO

FORMATO	CANTIDAD	NETO	PRECIO PROMEDIO
30X30	189.806,00	1'136.218,88	5,99
40X40	16.685,36	101.054,62	6,06
42.5X42.5	1'936.895,50	11'154.537,47	5,76

VENTAS FORMATOS PORCELANATO

FORMATO	CANTIDAD	NETO	PRECIO PROMEDIO
30X60P	89.956,45	779.941,79	8,67
60X60	955.776,96	7'912.763,55	8,28

2.1 VENTAS

En el año 2018 la comercialización principalmente se realizó por medio de los siguientes canales:

- KERÁMIKOS

Para Rialto es nuestra prioridad que este canal comercial crezca y hacemos lo posible para en conjunto obtener el mejor resultado posible. Durante el 2018 nuestra venta en m2 a Kerámikos aumentó un 12,98%

La venta del 2018 fue de 713.870 m2 comparado con la venta del 2017 que fue de 631.034,74 m2. El crecimiento de ventas en Kerámikos fue de 82.835,26 m2, que representa el 13,13%.

En valor la venta neta correspondiente al 2018 es de \$4'710.430,23 el incremento fue de \$541.239,35, que representa el 12,98%.

El precio promedio neto con Kerámikos en el 2018 fue de \$ 6,60 por m2 es el mismo precio promedio que el año 2017.

Trabajamos en conjunto apoyando a su exhibición, publicidad y promoción.

- DISTRIBUIDORES

La venta en m2 del 2018 en este canal fue de \$19'607.399,59 muy similar a la del año 2017 es de \$19'468.068,79 representa el 0,71%.

El total de metros vendidos fue de 2'883.043,40 m2 comparado con la venta del 2017 que fue 2'999.459,69 m2.

En el año 2018 el precio promedio en este canal aumento en 21 centavos y fue de \$6,75

Durante este periodo ingresaron a la red de distribuidores 25 nuevos clientes, los mismos que fueron para reemplazar a los 30 clientes que dejaron de comprar por varios motivos como son:

- Problemas de cartera (Falta de pago del Gobierno a nuestros distribuidores).
- Problemas legales por falta de pago.
- Por incumplimiento de la política de exclusividad de la Marca.

Durante el 2018 para mantenernos sobre todo en la cadena de distribución tuvimos que sacar productos de menor valor comercial para lograr contrarrestar al producto

importado que en algún mes del año llegó a ingresar en más de 2'000.000 de m2 y con un promedio de importaciones mensuales de 1'5000.000 m2.

Hemos tratado de mantenernos en el mercado lo más competitivos posible sacando nuevos formatos, diseños, texturas, etc. Tanto en cerámica como en Porcelanato, sin embargo, hemos tenido una guerra de precios muy fuerte.

Al momento contamos con:

Distribuidores exclusivos: son 56 distribuidores.

Distribuidores VIP: son 61 distribuidores.

Distribuidores Compartidos: son 168 distribuidores.

- CADENAS

En el año 2018 en este canal tuvimos un incremento en ventas de 39.815,61 m2 que equivale al 8,22%. La mayoría de cadenas como son Kiwy y Ferrisariato están importando por lo que estamos trabajando más fuerte para mantenernos adentro y crecer durante el año 2019.

La venta del 2018 fue de 524.115,40 m2.

En valor la venta neta en el periodo 2018 fue de \$ 3'498.444,31 existiendo un incremento del 6,94%. Esta diferencia equivale a \$ 226.942,55

El precio promedio en este canal fue de \$ 6,67.

Durante el 2018 incrementamos nuestra presencia en las diferentes cadenas. El número de puntos de venta de cada uno de estas cadenas comerciales son:

- Kiwy, 28 locales a nivel nacional presencia en todos.
- Ferrisariato, 40 tiendas a nivel nacional presencia en todos.
- Boyacá, 12 tiendas presencia en 11.
- Megametales, 6 tiendas presencia en 6 locales.
- Multimetales, 5 tiendas presencia en 5 locales
- Comercial el hierro, 13 locales presencia en 8 locales.
- Construmercado, 450 puntos de venta tenemos presencia en 100 exhibidores.

Durante el 2018 atendimos al mercado dividido por zonas geográficas de la siguiente manera:

- Regional 1: Al momento con 36 clientes activos de los cuales contamos con 9 exclusivos. (oficina principal está en Quito).

- Regional 2: Al momento con 68 clientes activos de los cuales contamos con 6 exclusivos. (oficina principal está en Guayaquil).
- Regional 3: Al momento con 86 clientes activos de los cuales contamos con 37 exclusivos. (Oficina principal está en Cuenca).
- Regional 4: Al momento con 26 clientes activos de los cuales contamos con 4 exclusivos. (oficina Principal está en Ambato).

Este trabajo se refleja en el cumplimiento del objetivo interno para el año 2018 que se planteó despachar como mínimo el 87,87% del material el mismo día de facturado Esto quiere decir que seguimos mejorando nuestra velocidad de respuesta en casi 24 horas.

- **EXPORTACIONES**

Las ventas de exportación de Rialto crecieron de 99.552,33 m2 en el 2017 a 309.352,78 m2 en el 2018 por un valor de \$ 1'429.137,76. Comparadas con las ventas en el 2017 que fueron de \$445.213,54.

El precio promedio neto en el mercado de exportación aumentó en \$ 0,15 por m2 pasando de \$4,47 m2 a \$4,67 m2 en el año 2018.

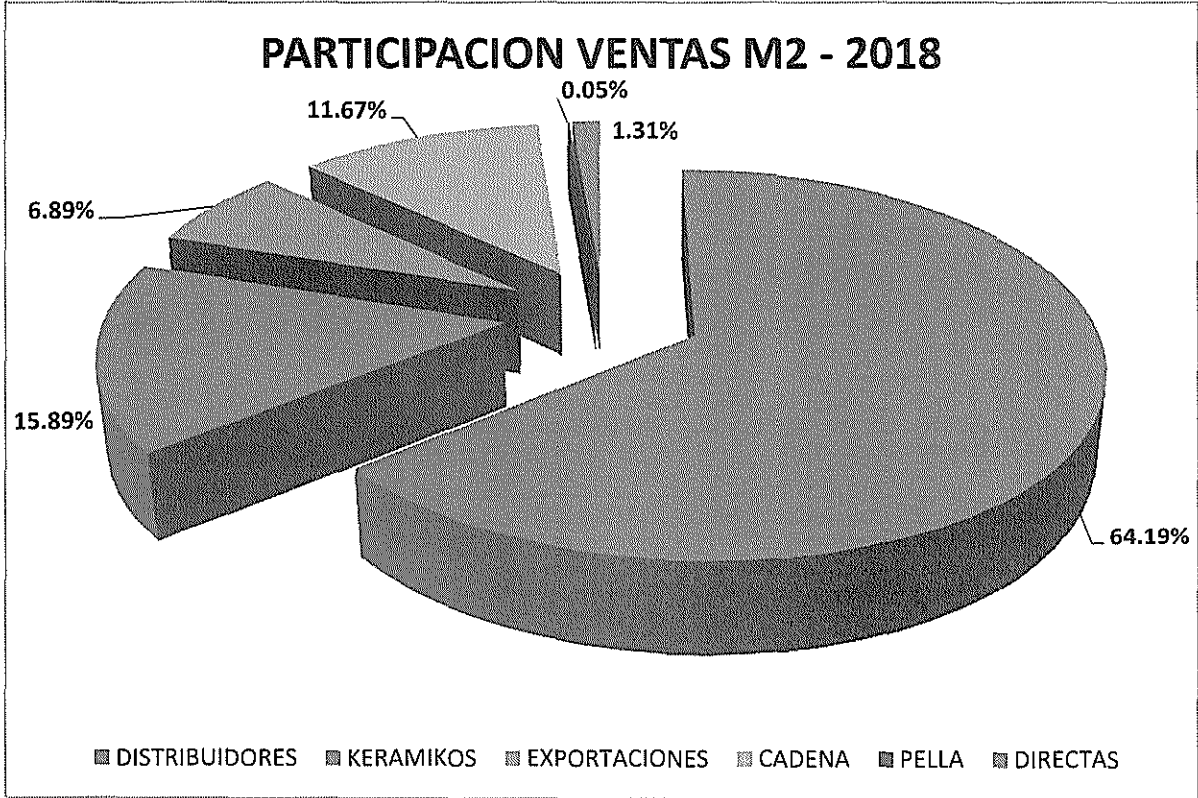
Los lugares de destino fueron: Colombia, Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, El Salvador y Nicaragua.

Debido a nuestra situación de costos no somos atractivos en precio para que reemplacen productos genéricos provenientes de otros países como China, La India, Turquía etc. Pero hemos logrado ingresar con productos específicos e ir creciendo en cada uno de los clientes gracias a la calidad de nuestros productos y a la atención que ofrecemos.

LAS VENTAS NETAS POR CANAL FUERON LAS SIGUIENTES:

	2017		2018	
	CANTIDAD	NETO	CANTIDAD	NETO
DISTRIBUIDORES	2'999.459,69	19'607.399,59	2'883.043,40	19'468.068,79
KERAMIKOS	631.034,74	4'169.190,88	713.870,00	4'710.430,23
EXPORTACIONES	99.552,33	445.213,54	309.352,78	1'429.137,76
CADENA	484.299,79	3'271.501,76	524.115,40	3'498.444,31
PELLA	105.570,60	536.293,98	2.266,00	14.185,16
DIRECTAS	23.089,65	173.030,12	58.937,35	442.386,93
Total general	4'343.006,80	28'202.629,87	4'491.584,93	29'562.653,18

FORMATO	DISTRIBUIDORES	KERAMIKOS	EXPORTACIONES	COSTO PROMEDIO
20X30	-		-	
25X33	5,99	5,55	4,23	5,93
25X40	6,68	6,25	4,11	6,56
30X30	8,03	6,87	3,87	7,46
35X50	6,16	5,25	3,48	5,99
30X60	6,61	6,79	4,08	6,50
40X40	7,71	7,12	3,99	7,13
42.5X42	6,09	6,06	3,99	6,06
30X60 P	5,91	5,43	4,12	5,76
60X60	9,25	8,51	5,75	8,67
60X60	8,81	7,83	5,81	8,28
Total general	6,75	6,60	4,62	6,58



2.2 MERCADEO

El departamento de Mercadeo trabajo durante el 2018 generando recordación de marca a nivel nacional por medio de diferentes medios de difusión como son:

- Televisión
- Radio
- Vallas Publicitarias
- Revistas
- Noticieros escritos, etc.

Además, se trabajó en la presencia de producto Rialto en los principales clientes a nivel nacional.

En total se realizaron 23 nuevas salas de exhibición y se actualizaron con cambios importantes en 104 salas de los principales distribuidores. Aparte se entregó muestras a todos los distribuidores de acuerdo a su ubicación y tipo de mercado que atienden.

A continuación, ustedes podrán ver varios ejemplos de los cambios realizados en la exhibición de nuestros productos, en varios de los puntos de ventas de nuestros distribuidores.

CERAMIC CENTER – QUITO

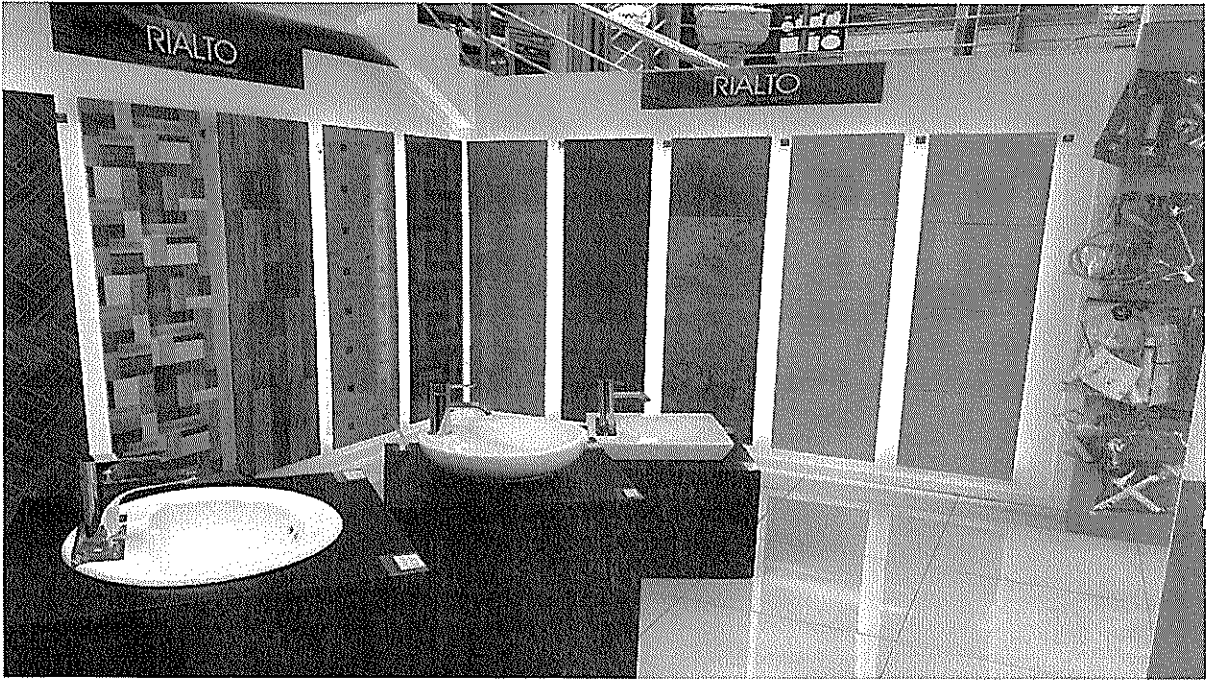


FERRICENTER EL ARENAL – CUENCA

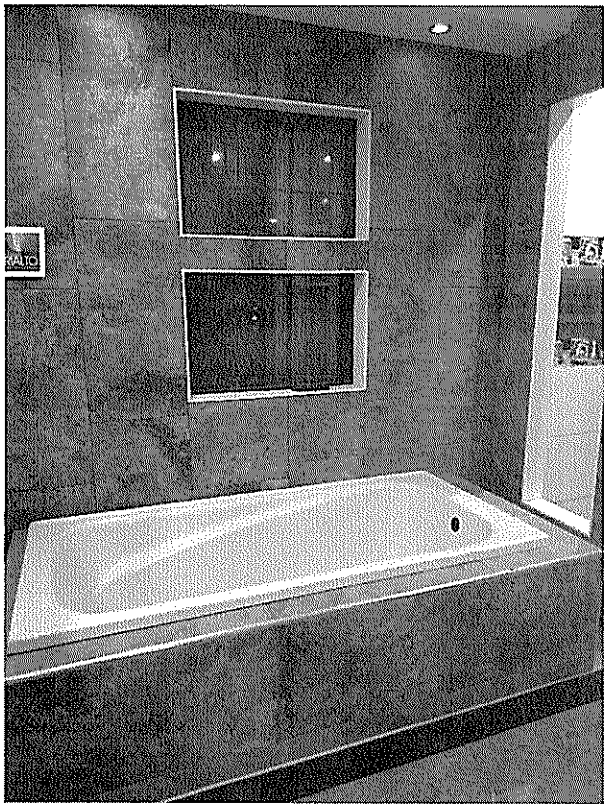


MARIA EUGENIA SALAMEA - CUENCA

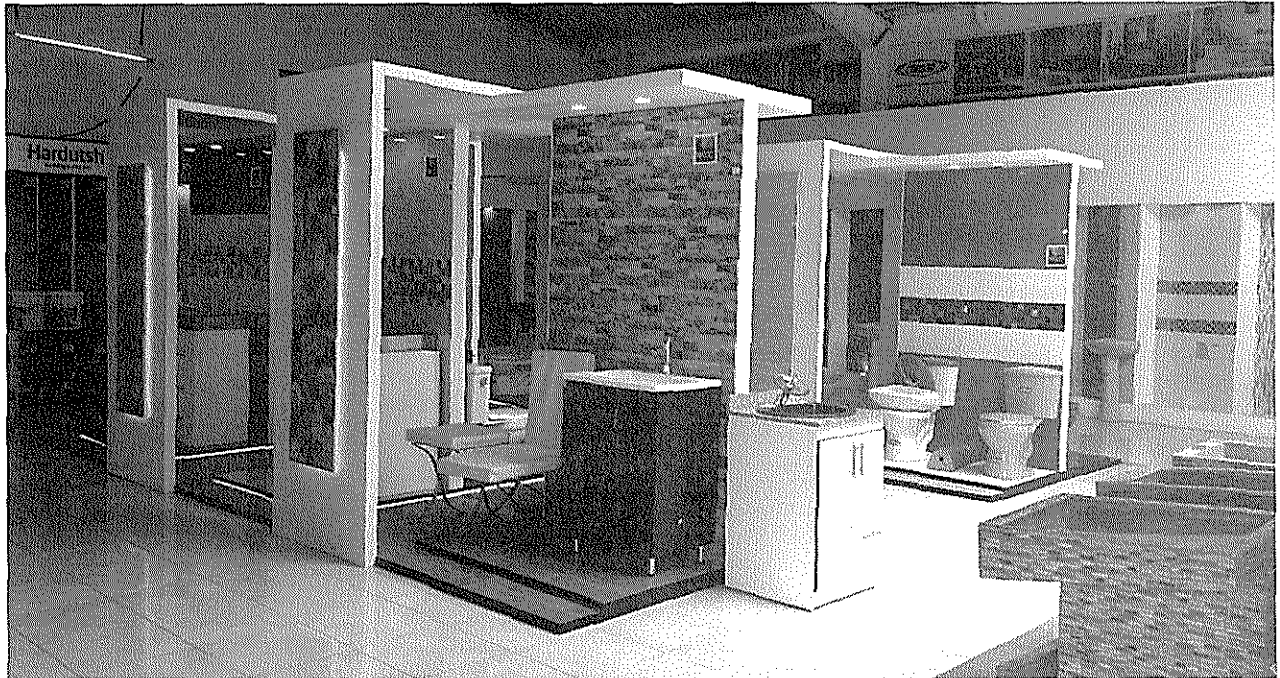




RICARDO PEREZ – CUENCA



VASFERRY – CAYAMBE



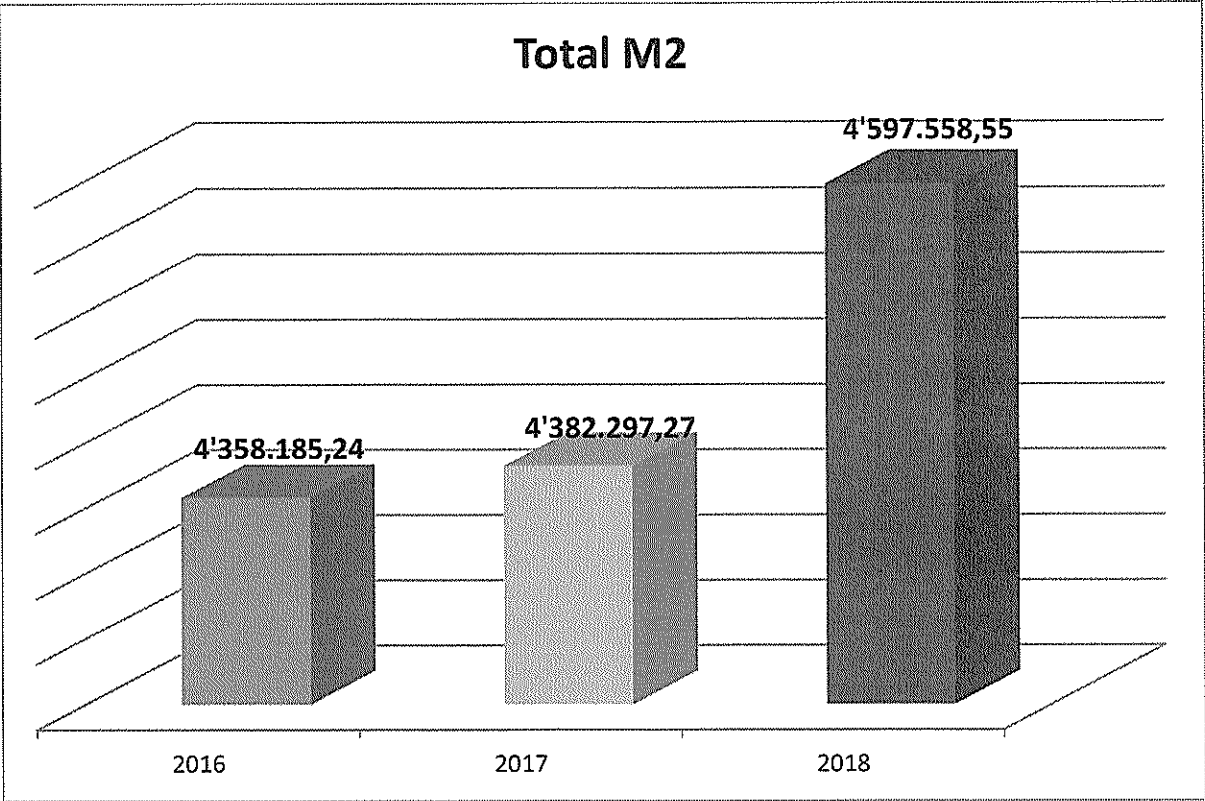
Los cambios realizados en estos locales han sido parte importante para poder mantener nuestra presencia en el mercado.

La inversión realizada en hacer las exhibiciones fue del 0,47% del total de las ventas.

Además de todo el trabajo de exhibición, este departamento también ha tenido que hacer conocer nuestro producto por medio de charlas, lanzamientos de producto e impulsadoras en las cadenas y locales de los principales distribuidores.

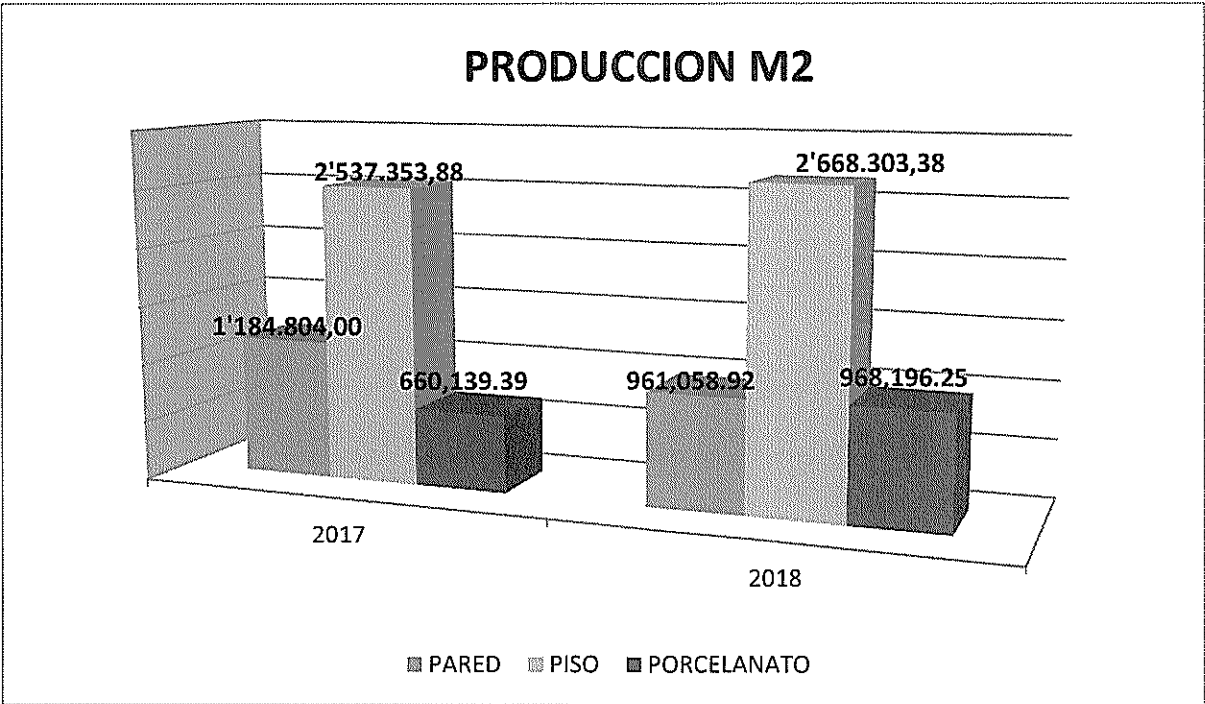
2.3 PRODUCCION

En el año 2018 tuvimos un aumento de producción de 215.261,28 m² equivalente a 4,91%. La producción total del periodo 2018 fue de 4'597.558,55 m², con un promedio mensual de 383.129,88 m².



Durante el año 2018 obtuvimos una eficiencia en producción y aprovechamiento de insumos del 99% según los indicadores que revisamos día a día.

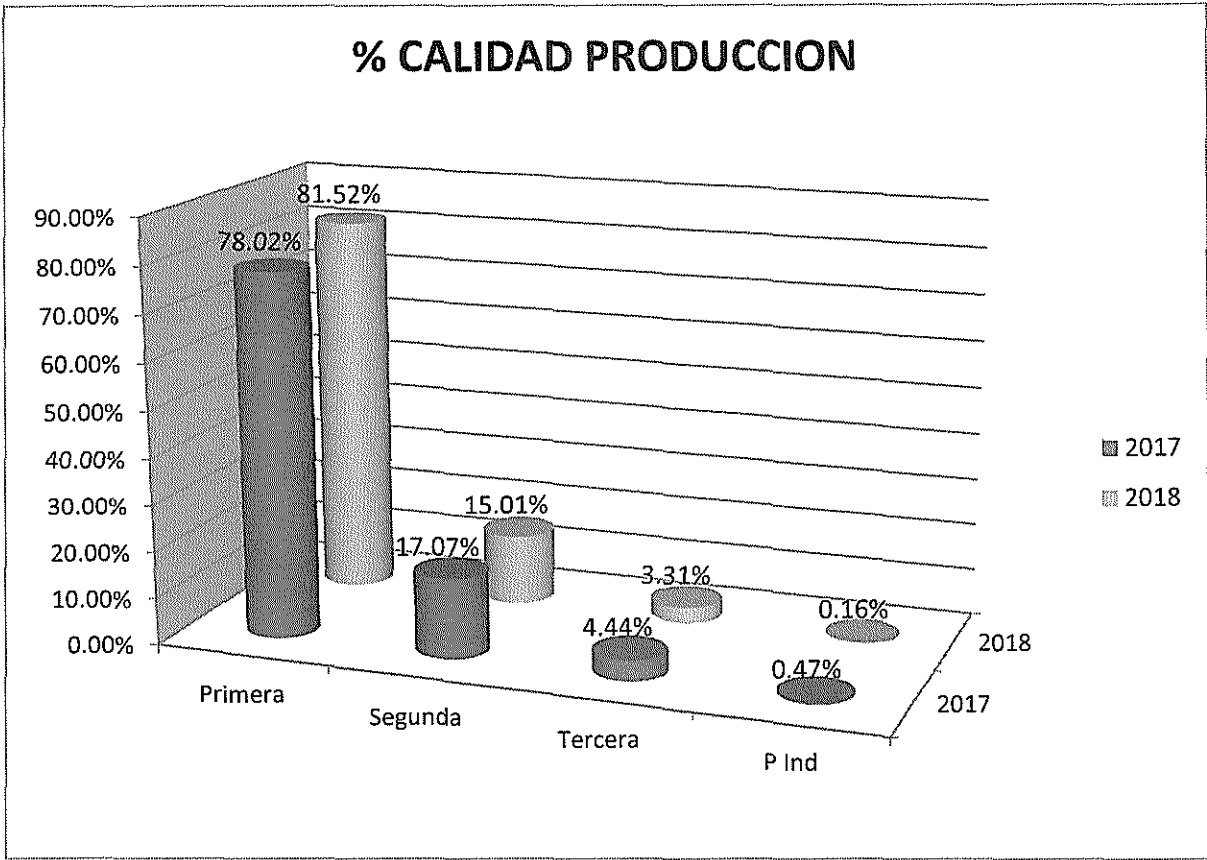
La producción durante el año 2018 se dividió en Monoporosa (pared), en Monoquema (piso) y Porcelanato de la siguiente manera:



Durante el año 2018 se incrementó la producción, además logramos subir los niveles de calidad en más de 3,5%. Obteniendo una calidad general al final del periodo del 81,52%.

Al término del periodo el resultado de la producción en calidad fue el siguiente:

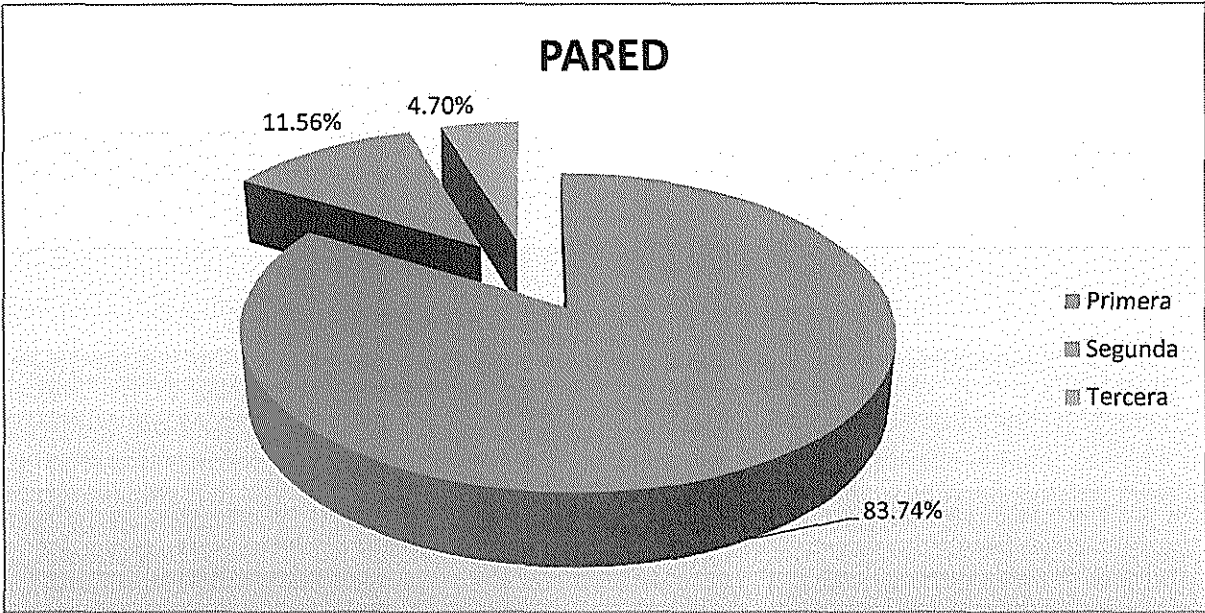
- 81,52 % Calidad Primera
- 15,01 % Calidad Segunda
- 3,31 % Calidad Tercera
- 0,16 % Calidad Pruebas Industriales



Monoporosa - Pared:

La producción de este tipo de producto se realiza con ciclos de quema de 34 minutos que es el ciclo más rápido que nos permite el horno.

En la suma de las cantidades producidas en los diferentes formatos utilizados para pared se produjeron 961.058,92 m2 que significa el 20,90% del total producido.
Las calidades en Monoporosa obtenidas durante el año 2018 son:



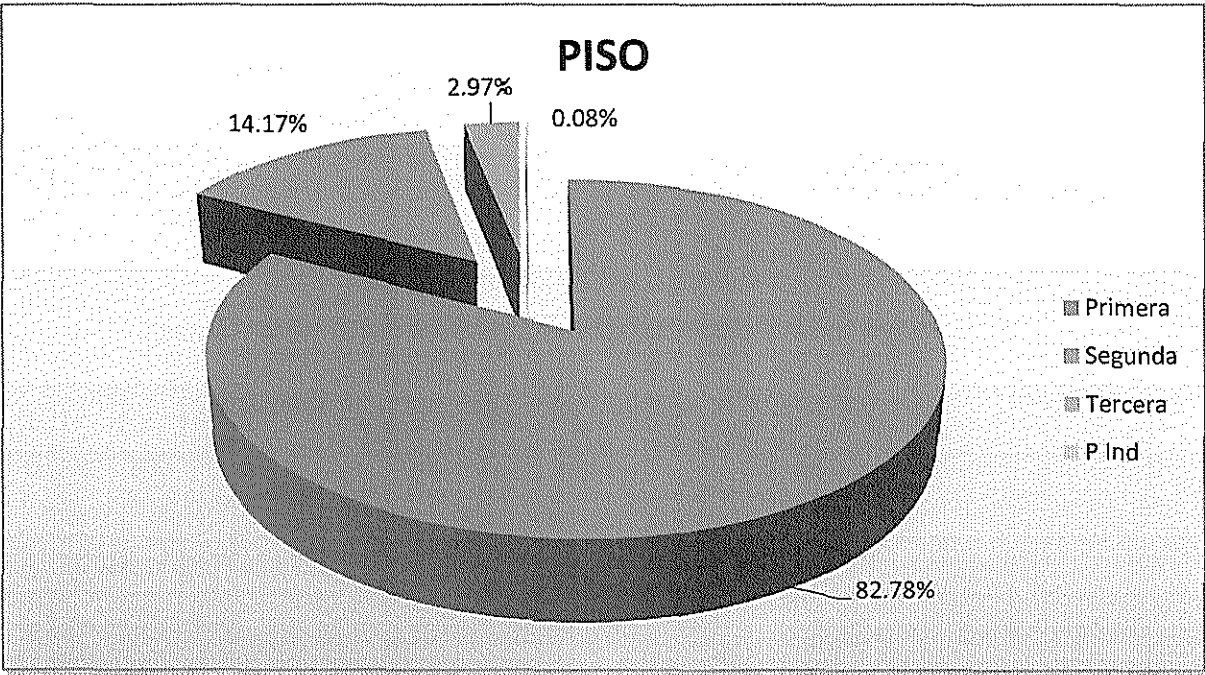
Durante este año no tuvimos reclamos por calidad del producto para pared.

Monoquema - Pisos:

La producción de este tipo de producto se realiza con ciclos de quema de 34 minutos.

En la suma de las cantidades producidas en los formatos destinados para Piso se produjeron 2'668.303,38 m2 que significa el 58,04 % del total producido.

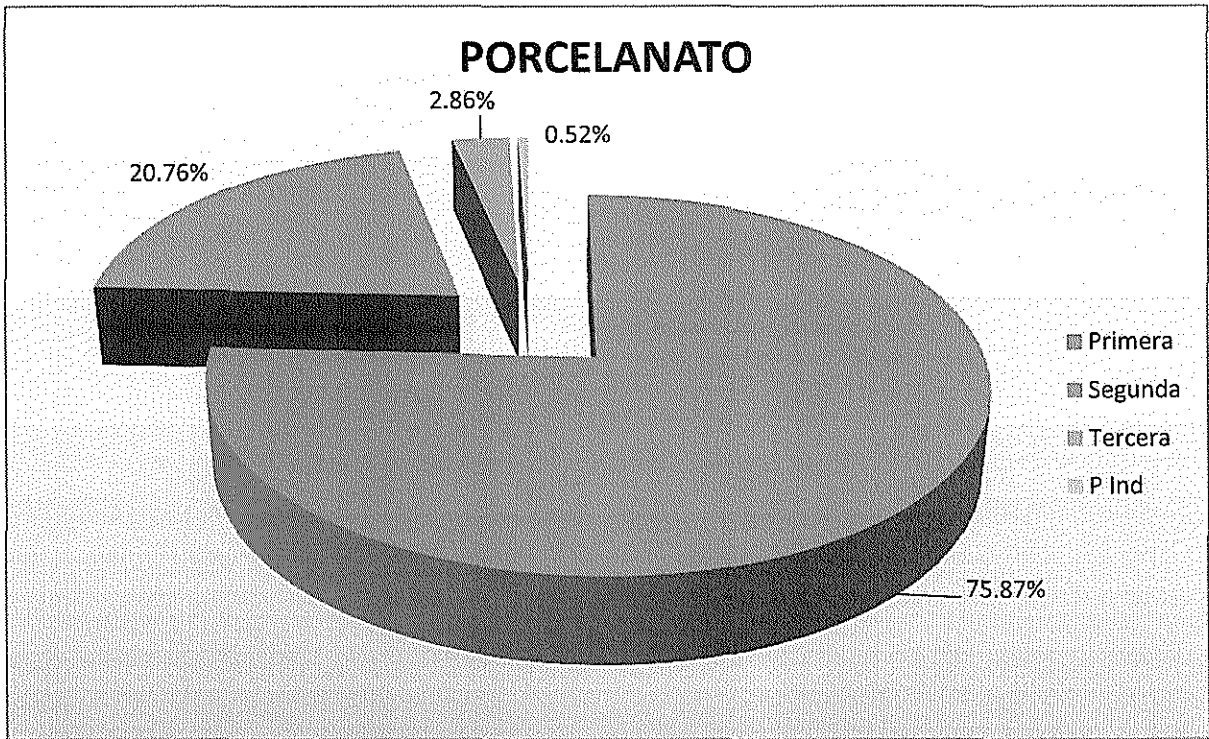
Los porcentajes de calidad en Monoquema obtenidos durante el 2018 son:



La producción de este tipo de producto se realiza con ciclos de quema de 62 minutos.

En la suma de las cantidades producidas en los formatos destinados para Porcelanato se produjeron 968.196,25 m2 que significa el 21,06 % del total producido.

Los porcentajes de calidad en Porcelanato obtenidos durante el 2018 son:



Se atendieron favorablemente reclamos de productos de porcelanatos por 2.518,25 m2 equivalentes al 0,26 % del total de la producción que fue de 968.196,25 m2.

CUADRO DE PRODUCCION POR FORMATO
2017 – 2018

FORMATO	AÑO	
	2017	2018
25X33	412.790	201.936
25X40	772.014	699.712
32X64	-	59.411
30X30	211.940	217.720
35X50	357.443	361.087
30X60	63.668	55.735
40X40	244.673	-
42,5X42,5	1'659.629	2'033.761
30X60P	79.706	55.516
60X60	580.434	912.681
Total general	4'382.297	4'597.559

Dentro de Planta durante el año 2018, se realizaron muchas actividades entre las que destacamos los puntos más importantes:

- Se desarrolló y fabricó varios productos de piso en los formatos 30x30, 42.5x42.5, 30x30 y 35x50 reduciendo los pesos de engobes, esmaltes y tintas a fin de reducir costos.
- Se empezó la fabricación para revestimiento del formato 32X64 con el fin de aumentar el portafolio de productos y tener coordinados para pared tanto de los productos de monoquema como de los de porcelanato.
- Los formatos que están en producción son el 60X60, 30X60, 45X90 y se adquirió los moldes para fabricar el 60X90 y el 25X75.
- Durante el año 2018 se realizaron varias pruebas de pastas y producción de Porcelanato a fin de reducir temperatura y ciclo de quema pasando de 78 minutos a 62 minutos de ciclo lo que significa un aumento de producción diario de 1.500 m². También el consumo de combustible en este horno se ha reducido de 8 a 7 toneladas de GNL por día.
- Se concluyó con el montaje de la prensa Sacmi PH3020 y secadero horizontal. La producción empezó en el mes de septiembre.
- Se implementó un sistema de homogenización en terrazas de la materia prima especialmente de los materiales para porcelanato consiguiendo más estabilidad en el proceso de quema.
- A través del sistema de recuperación de aguas residuales tanto de molienda de esmaltes como de pasta barbotina se ha logrado reutilizar el agua tanto de las moliendas de esmaltes como de pastas con el consecuente ahorro de agua y sobre todo de energía eléctrica.
- Se continuó con la capacitación a las brigadas operativas de Seguridad Industrial con el fin de consolidar los Planes de Emergencia y Seguridad.
- Se logró capacitar al personal, especialmente jefaturas de proceso en el manejo de datos con resultados muy buenos. Tenemos y manejamos información actualizada tanto en las áreas de producción, calidad y control de desperdicio lo que nos permite actuar mucho más rápido para la solución de los defectos.

Productos.- Durante el año 2018 se desarrollaron nuevos productos en cuatro diferentes formatos para piso, pared y porcelanato los mismos que se han introducido con mucho éxito al mercado como:

PISO

- 30 X 30 se lanzaron 7 productos nuevos.
- 35 X 50 se lanzaron 2 productos nuevos.
- 42.5 X 42.5 se lanzaron 7 productos nuevos.

PARED

- 25 X 40 se lanzaron 17 productos nuevos.
- 32 X 64 se lanzaron 10 productos nuevos.

PORCELANATO

- 60 X 60 se lanzaron 9 productos nuevos.

En total se lanzaron 52 productos nuevos.

3. INVERSIONES

3.1 ACTIVOS FIJOS

Durante este año se ha consolidado la utilización de toda la maquinaria adquirida en años anteriores con la que podríamos producir 650.000 m2 promedio por mes.

Al 31 de diciembre del año 2018 el total del Activo Fijo Neto es de \$18'142.731,57.

3.2 INVERSIONES EN COMPAÑÍAS RELACIONADAS

En el año 2018 no se registran movimientos en la cuenta de inversiones en compañías relacionadas.

4. ADMINISTRATIVO

La gestión administrativa se ha desarrollado con normalidad. Se ha trabajado en varios frentes logrando resultados muy parecidos al del año 2017.

- Durante este periodo se logró renovar todos los permisos de operación de la planta de producción y la planta de GNL (Bomberos, Municipio, Comisión de Gestión Ambiental, Ministerio del Ambiente y ARCH).
- Obtuvimos el sello de calidad INEN
- Recertificamos el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2015 así como también el sello BASC versión 04-2012.

- Durante este año 2018 nos enfocamos en optimizar todos nuestros recursos y en reducir el desperdicio de todas las áreas de la planta, administración y ventas.
- Se trabajó reestructurando los departamentos de compras nacionales y de importación logrando mejorar los precios de compra y el tiempo de abastecimiento, de esta manera hemos reducido el inventario, pero tenemos lo necesario para garantizar la producción.

4.1 CARTERA

En cuanto a la recuperación de cartera se ha realizado un gran trabajo para lograr mantener una cartera sana.

- CARTERA DISTRIBUIDORES:

Total	Corriente	1-30 Días	30-60 Días	60-90 días	Más 90 Días
5'573.529,24	3'884.314,37	1'009.321,03	158.240,54	23.946,78	497.706,52

- CARTERA KERAMIKOS:

Total	Corriente	1-30 Días	30-60 Días	60-90 días	Más 90 Días
3'451.392,42	459.125,88	389.620,14	353.860,05	359.434,29	1'889.352,06

- CARTERA EXPORTACIONES:

Total	Corriente	1-30 Días	30-60 Días	60-90 días	Más 90 Días
461.044,53	43.430,28	74.435,80	59.878,48	25.537,95	257.762,02

4.2 CUENTAS POR COBRAR VARIAS

Durante el año 2018 la administración de Cerámica Rialto S. A., gestionó el cobro y pagó a las Compañías Relacionadas, valor pagado \$5'897.413,31 valor cobrado \$4'138.146,04.

4.3 JUDICIALES

- JUICIOS CON EMPLEADOS

No se tuvieron juicios con empleados.

- JUICIOS EL MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES

Se tuvieron dos comparecencias con los señores Israel Ñauta Berneo y Edison Oswaldo Gavilánez Lopez, se encuentra cerrado.

5. ASPECTOS LABORALES Y LEGALES

5.1 LABORAL

La rotación del personal aumentó en el 2018 a un nivel del 3% anual, con respecto a la masa laboral.

El número de empleados a diciembre es de 346 personas.

5.2 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.

6. CUMPLIMIENTO DE RESOLUCIONES DE JUNTA GENERAL Y DE DIRECTORIO

La Compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General de Accionistas realizada en el 2018.

El Capital Suscrito de la Compañía se mantuvo en \$22'500.000,00 durante el periodo 2018.

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

7. RESULTADOS Y PATRIMONIO

7.1 RESULTADOS

La Utilidad antes de participación de los trabajadores y de impuestos del ejercicio económico 2018 es de \$4'434.729,30 con relación a la Utilidad del 2017 que fue de \$5'513.650,02 existe una disminución del 19,57%.

La principal razón para la disminución de la rentabilidad es el incremento en el valor de los combustibles utilizados en el proceso productivo.

Durante el 2018 el 78% del combustible utilizado fue Diesel debido a la disminución de abastecimiento de GNL con el que contamos solo para el 22% del total utilizado nos da un valor de \$ 0,96 por m2

Esto comparado con el 2017 que fue del 42% con Diesel y el 58% con GNL con un valor de \$0.70 por m2 nos da un incremento de **\$0,26** por m2.

El valor que se incrementó en el costo de producción total fue de \$ **1'195.365** (4'597.558 m2 multiplicados por los \$ 0,26).

7.2 PATRIMONIO

El Patrimonio Neto de la Compañía al 31 de diciembre del 2018 es de \$54'648.674,27.

El Valor Patrimonial de la Compañía respalda a cada acción en 2,43 veces su valor nominal.

8. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES

- Hacer las gestiones necesarias para que el gobierno implemente la obligatoriedad al cumplimiento del reglamento de Calidad. Así evitaríamos la entrada de producto de mala calidad al mercado Ecuatoriano y podríamos competir en calidad precios.
- Sacar al mercado Cerámicas de mayor tamaño y diseños acordes a las necesidades del mercado, para lo cual se requiere innovar en formatos, estructuras buscando diferenciarnos del producto importado que al momento es nuestro mayor problema en el mercado.
- Continuar trabajando en el departamento de exportaciones enfocados en afianzar y crecer en los mercados en los que hemos logrado entrar, Costa Rica, Nicaragua, Salvador, Guatemala, Colombia y Perú. Buscando oportunidades en Chile, Perú y Panamá, teniendo EEUU para una segunda etapa.
- Fortalecer a los principales distribuidores y aumentar el número de puntos de venta en el mercado nacional, buscando oportunidades en puntos de desarrollo estratégicos de cada ciudad, para poder ubicar nuestra producción.
- Seguir con el proceso de modernización de la planta, ahora con la implementación de las máquinas de corte y rectificado para aprovechar el máximo tamaño que nos da la prensa y cortar.
- Se debe conseguir diferentes materias primas con menor costo comparado con las actuales.
- Mantener en perfectas condiciones de funcionamiento la maquinaria para lograr una producción estable que nos permita atender al mercado en las cantidades necesarias.

- Desarrollar y sacar al mercado el Porcelanato con tamaños y diseños acordes a las necesidades del mercado. Adicionalmente se debe complementar con el desarrollo del porcelanato en productos de formatos tipo duela y formatos grandes mayores al 45X90.
- Lanzar ya al mercado el formato hexagonal, direccionándole a ciertos clientes que tengan la llegada a los clientes potenciales para este producto.
- Fortalecer la principal cadena comercial que es KERAMIKOS y aumentar nuestra presencia en todos sus puntos de venta con el objetivo de ubicar nuestra producción del Porcelanato y productos nuevos.
- Queda a consideración de los señores accionistas la utilidad neta de \$2'380.024,36.

9. CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La Compañía durante el año 2018 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 2018.

Cuenca, 19 de marzo del 2019.

Atentamente,



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