

INFORME DE GERENTE A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DEL AÑO 2014

Señores accionistas:

De acuerdo a lo dispuesto en los estatutos de Distablasa tenemos el agrado de presentar el Informe de Labores correspondiente al año 2014.

INDICE

- 1) Entorno Macroeconómico
- 2) Composición
- 3) Informe de Ventas
- 4) Informe de resultados
- 5) Informe de cartera
- 6) Plan de Mejora
- 7) Conclusiones
- 8) Agradecimiento
- 9) Informe del Comisario

1- ENTORNO MACROECONOMICO

El país terminó el año con dificultades en sus indicadores financieros, sobre todo en que tiene que ver con el precio del petróleo el mismo que se ubicó al cerrar el año en 565.7 por barril, lo cual proyecta dificultades económicas para el año 2015 debido que a la falta de liquidez del gobierno por la pérdida de ingresos lo que generaría un decrecimiento en la en el gasto público y en el gasto de inversiones, la amenaza de esta pérdida de ingresos podría ser más drástica si es que en el transcurso del año 2015 el precio cae aún más, lo cual el gobierno tendría que prácticamente destinar sus recursos al gasto corriente mas no al gasto de inversión.

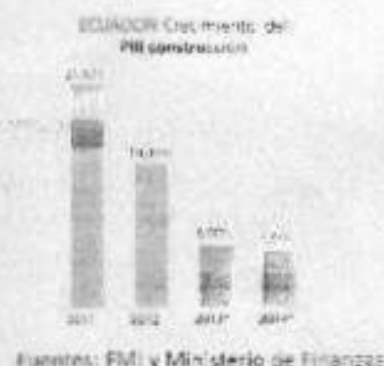


El PIB tuvo en el año 2014 un crecimiento estable según lo previsto, lo proyectado para el año 2015 se sitúa según las proyecciones del gobierno en un 4.7%, sin embargo según fuentes

externas y según los problemas económicos con los que comienza el año, el pib podría ubicarse para el 2015 a rededor del 3.8% ya que e mismo pierde impulso y no se espera que vuelva a crecer al mismo ritmo.



Para el 2015 el sector de la construcción podría encontrar cierta desaceleración por la disminución de la inversión pública en la infraestructura y préstamos hipotecarios, sin embargo por ser un asunto estratégico el gobierno mostrara cierto empuje en el 2015 dependiendo de los ingresos a obtenerse.

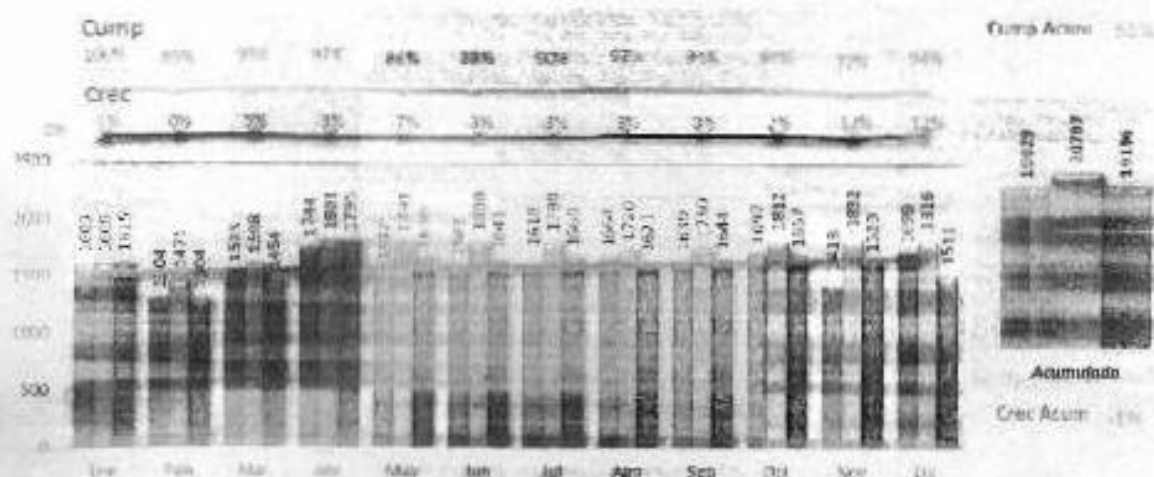


2.- COMPETENCIA

En lo referente a la competencia esto se mostro absolutamente más agresiva que en todos los años anteriores, pues ante las dificultades de pérdida de dinamismo del mercado, se generaron guerras de precios en importantes productos como el caso de plywood y el MDF, así mismo en el mercado del austro se sintió agresivamente la presencia de Tabernac como nuevo participante del mercado por intermedio de su canal de distribución en cuenta Imporquivi, el cual se abrió paso sobre todo perjudicando la participación de Edifica.

Distablava a pesar de no cumplir sus presupuestos en el año 2014, logro mantener su participación de mercado, esto a pesar de la pérdida de dinamismo en el sector de la construcción, el ingreso de nuevos competidores y la agresividad de precios y de estrategias de servicios de la competencia.

3.- VENTAS



Las ventas acumuladas fueron de 19029 m³ que versus el presupuesto fueron de un cumplimiento del 91%, que representó en metros cúbicos un decrecimiento del 1%, pero en valor monetario representó un crecimiento de un 2% en ventas brutas.

PLYWOOD - El cumplimiento del presupuesto se llegó al 93% y se decreció versus el año anterior en un 2% debido a la guerra de precios en el mercado y la falta de margen requerido por los mayoristas por la compra de este producto.

PLYWOOD MARINO - se cumplió el presupuesto al 120% y se crece en un 31% debido a que se consiguieron importantes contratos de inversión pública.

MDP - se cumplió en el presupuesto al 87% y se decrece un 6%, debido a un decrecimiento de la producción de la industria sobre todo con Colineal en donde su producción de sales es con MDP, lo cual tuvo un importante deterioro de sus niveles de producción. Además Masisa se robó cierta participación de mercado por la agresividad en sus precios.

MDP TROPICAL - el cumplimiento fue al 86% del presupuesto y se decrece un 5% esto debido a que Colineal utilizaba este producto para la elaboración de sus tendidos de cama, el cual fue reemplazado por un nuevo sistema pero con madera sólida, sin embargo se logró compensar gran parte de este volumen con el MDP Formalita en el segmento de la construcción.

LAMINADOS - el cumplimiento del presupuesto fue de un 93% y el crecimiento de un 1% a pesar de tener un mercado bastante complicado por la agresividad de las estrategias de venta de la competencia en lo que se refiere a la diversificación de productos como en blanco Vesto, el formato de Masisa y la venta de laminados importados de Tablamar por parte de Imporquiva, así mismo la industria perdió dinamismo en la parte de la construcción como en el caso de Colineal en la cual no ejecutó ningún proyecto de vivienda en el año 2014, las otras industrias como Burgues, Akuali, no incursionaron en mercado externos como el de Panamá y así mismo no lograron captar nuevos contratos en las ciudades de Quito y Guayaquil como si lo hacían en años anteriores, por lo que nuestro crecimiento en este producto tan importante se ubicó en el segmento artesanal.

MDF - el cumplimiento es del 86% y el crecimiento negativo de un 9% debido al ingreso del nuevo participante del mercado Tablemac que se apalancó por medio de un canal de distribución con una fortaleza en los servicios muy fuerte, su estrategia fue de maximizar el volumen para ganar mercado en base a una estrategia de precio bajo, esto trajo una crisis en el mercado que obligó al resto de competidores a defenderse por medio de una guerra de precios muy severa, lo cual hizo caer los márgenes del producto a niveles mínimos. En el caso de Distablasa no perdió mayoritariamente su participación de mercado por la cobertura.

FIBROPANEL - El cumplimiento fue del 104% y el crecimiento del 19% debido a la promoción que se hizo de este producto en el mercado el cual se hizo a través de cobertura en todas las zonas y todos los segmentos, producto que por su gran aceptación de calidad tiene un gran potencial de crecimiento.

HERRAJES - el cumplimiento del 87% del presupuesto y crecimiento negativo del 10% debido a la falta de una promoción más agresiva en el mercado de la construcción y la diversificación de nuevas líneas de herrajes en el mercado con precios significativamente más bajos.

FILOS - el cumplimiento es de un 126% del presupuesto y un crecimiento de un 1% es debido a que se apalancó en el cumplimiento de laminados ya que el mercado busca en la venta de tableros con el servicio de pegado de filo.

4.- RESULTADOS

Las utilidades brutas se incrementaron en un 2% frente al año 2013, sin embargo de ello hubo un crecimiento de los descuentos de un 14% a un 15% en el 2014.

El costo a pesar del mercado requerir más descuentos no hubo ninguna reducción, sin embargo de ello existió una mejora en las condiciones de participación del costo de transporte externo lo cual generó una utilidad bruta de un 14.4% versus un 14.2% del año 2013.

Los gastos sufrieron un incremento de un 3% versus el presupuesto definido lo cual no fue compensado con el cumplimiento de los presupuestos de ventas.

La utilidad operativa fue del 0.4% y debido al impuesto anticipado que afecta a la compañía por sus altos volúmenes de ventas generaron un impuesto de \$92,594 obteniendo un resultado final neto de un -0.4%.

5.- CARTERA

La compañía empezó el año con una cartera vencida de un 27.20% es decir un valor de \$829,435 y debido a las políticas de mejora que se aplicaron la misma se cerró en un 16.1% es decir \$489,373.

La cartera de más de 121 días que comenzó el año con \$193,321 es decir un 6.3% cerró en \$160,300 es decir un 5.3%.

6.- PLAN DE MEJORA

La compañía realizó avances significativos de mejora en el plan propuesto en el mes de mayo del 2014 según cuadro que se adjunta, se pueden el cumplimiento de este plan en los

diferentes indicadores, lo cual ha generado en gran parte la estabilización del flujo de caja de la compañía.

plan de mejora	2014	plan 2014	cierre 2014	cumplimiento plan	plan 2015
Ventas Brutas	\$ 1,083,830	\$ 1,205,471	\$ 1,145,110	95%	\$ 1,187,824
Costos directos (mano)	\$ 1,226,137	\$ 1,248,432	\$ 1,262,545	103%	\$ 1,304,113
Costo Fomento	-\$ 708,512	\$ 966,026	\$ 120,543	33%	\$ 137,401
Vtas. Contabilizadas (ventas)	\$ 177,427	\$ 184,509	\$ 212,642	104%	\$ 210,740
Reducción de costos (tema rol)	\$ 302,337	\$ 138,486	\$ 174,539	79%	\$ 114,539
Reducción cartera > 120 d.	\$ 225,824	\$ 165,833	\$ 180,200	100%	\$ 112,700
Reducción de gastos (dici)	76	70	71	98%	70
Reducción de servicios (dici)	71	50	65	77%	50

7.- CONCLUSIONES

A pesar de los factores negativos del mercado como la pérdida del dinamismo en el segmento de la construcción y el descenso de la producción en la industria, las guerras de precios generadas en el mercado y el ingreso de nuevos participantes de mercado, la compañía si bien no creció en sus ventas, en cambio así mismo mantuvo su alta participación de mercado contrario a lo sucedido con la competencia como Edimra que decreció un 30% y Mas sa que decreció aproximadamente un 8%. La compañía deberá cumplir sus presupuestos de ventas en el 2015 para ello deberá ejecutar planes de acción de marketing muy exigentes para cumplir sus presupuestos de resultados la compañía deberá cumplir sus presupuestos de ventas controlar sus costos que sean competitivos en el mercado y cumplir estrictamente sus presupuestos de gastos así como decrecer en sus gastos no estratégicos en la cartera deberá seguir con el plan de acción de mejora y de trabajar en la recuperación de la cartera que está en cobro judicial.

8.- AGRADECIMIENTO

Dejo sentado mi enorme agradecimiento a los accionistas y directivos en especial al presidente de la compañía Sr. Cesar Alvarez por su confianza y apoyo a la gestión de la Gerencia General.

9.- INFORME DEL COMISARIO

Se adjunta el informe respectivo.


 Carlos Zamora Bermudez
 GERENTE GENERAL