

KERAMIKOS S.A

INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONOMICO 2010

Señores Accionistas:

En representación de la compañía Kerámikos S.A., me es muy grato presentarles el Informe de Labores correspondiente al Ejercicio Económico 2010, cumpliendo con lo establecido en la ley de los Estatutos Sociales de la Compañía presento a consideración de ustedes, al mismo que adjunto los informes del Comisario de la Compañía Econ. Ximena Galarza y de los Auditores Externos AENA Auditores y Consultores Cía. Ltda.

1.- ENTORNO ECONOMICO

Sector Real

El Ecuador presentó un crecimiento trimestral del PIB de 1.6%, uno de los mejores resultados comparado con los de las principales economías latinoamericanas.

Las actividades que contribuyeron mayoritariamente al crecimiento del PIB, obteniendo una importante tasa de crecimiento trimestral, fueron: Refinación de petróleo (10.80%), electricidad y agua (10.19%), Intermediación Financiera (3.41%), Construcción (2.55%), y Otros Servicios (1.97%). A diferencia de la pesca que presentó una variación de -3.17%, por la reducción del nivel de producción camaronesa.

En 2010, las industrias no petroleras fortalecieron su dinamismo económico creciendo en 1.10% lo que ha contribuido al crecimiento del PIB y ha sido un factor determinante en el comportamiento de la economía ecuatoriana.

La inflación en el 2010 se ubicó en 3.33%, menor en 0.98 puntos porcentuales a la registrada en el 2009, inferior a las expectativas del Gobierno Nacional del 3.46%, resultando una de las cifras más bajas de los últimos años.

En lo referente a la canasta básica esta se ubicó a diciembre del 2010 en 544.71 dólares de acuerdo a los datos publicados por el INEC. Caso especial constituye los niveles alcanzados en la recaudación fiscal que sobrepasó la meta esperada con el cumplimiento del 103.9% obteniendo 7,864 millones de dólares, manteniendo su comportamiento creciente de los últimos años.

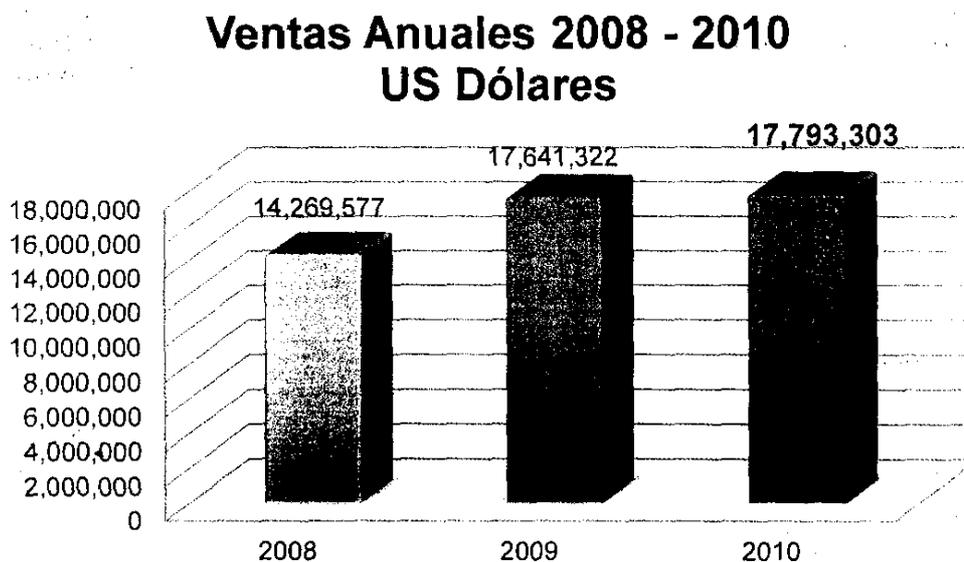
Respecto de la Balanza Comercial, esta continúa presentando déficit resultado del crecimiento de las importaciones del orden del 33.64% frente al 7.57% de las exportaciones tradicionales y al 17.12% de las no tradicionales.

Para el 2011 se proyecta una inflación promedio en 3,69%; el crecimiento real del PIB en 5,06%; crecimiento real del PIB no petrolero de 5,59%; crecimiento real PIB petrolero 1,60%. A lo anterior se suma las decisiones del Gobierno Nacional para incrementar los ingresos fiscales mediante la aplicación de nuevos valores del Impuesto a los Consumos Especiales ICE a los cigarrillos, consumos telefónicos y bebidas alcohólicas.

2.- CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

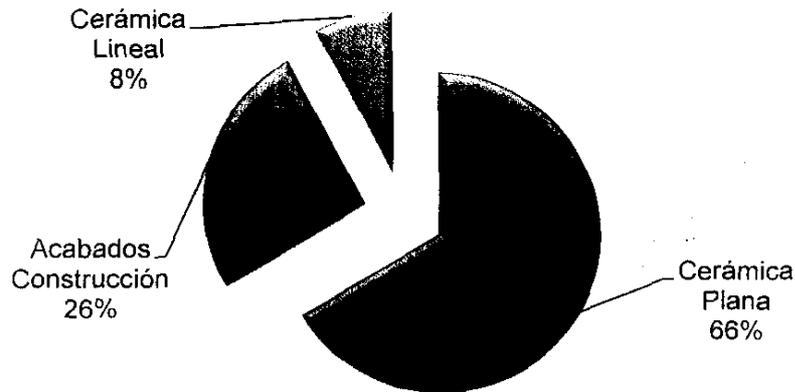
2.1.- Ventas

En el año 2010 las ventas totales alcanzaron los **US\$ 17'793.303** que significaron un crecimiento del 0,86% con relación al año 2009 que fueron de **US\$ 17'641.322**. Incremento que se obtiene al mayor volumen de ventas de las líneas no cerámicas que registraron un incremento del 41.43% en el 2010.



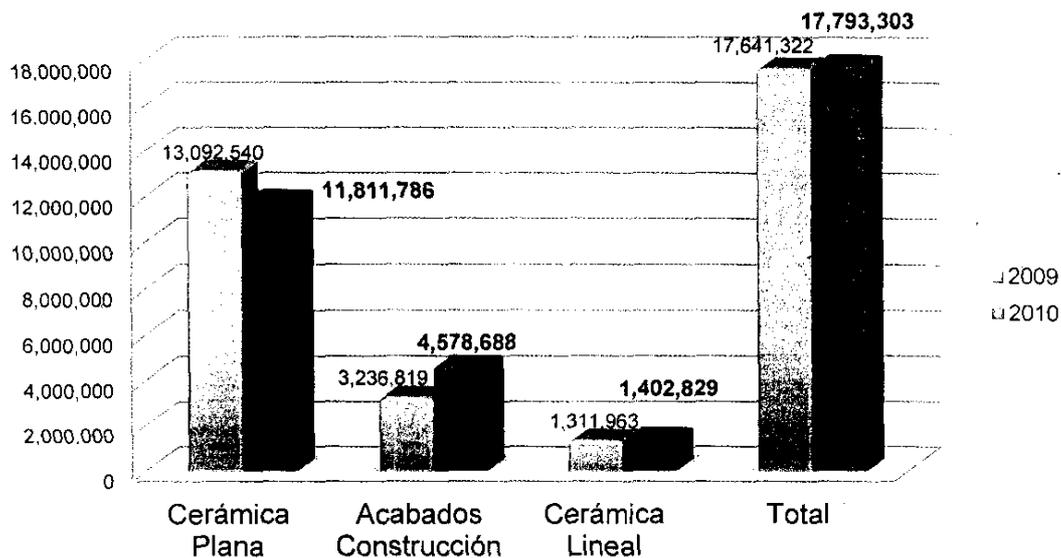
La cerámica plana representó **US\$ 11'811.786** que corresponde al 66% de la participación de las ventas totales, en productos no cerámicos las ventas fueron **US\$ 4'578.688** que representa el 26% y las ventas de cerámica lineal (listelos, mosaicos y murales) se alcanzaron a **US\$ 1'402.829** es decir el 8% del total.

Composición de las Ventas 2010



Es importante mencionar que a las ventas de las líneas no cerámicas registraron un incremento del **41.43%**, pasando de US\$ 3'236.819 en el 2009 a **US\$ 4'578.688** en el 2010. En lo que respecta a las ventas de cerámicas lineal se alcanzó un total de **US\$ 1'402.829** superior en un **7%** a las ventas registradas en el 2009 fueron US\$ 1'311.963. Caso especial fue el comportamiento de la cerámica plana, que en el 2010 sus ventas alcanzaron **US\$ 11'811,786** que frente a los **US\$ 13'092,540** representa un decremento del 9.8%; sin embargo, es importante indicar que se lograron colocar en el mercado productos cerámicos que hasta el 2009 estaban clasificados como de baja rotación y al tener un menor costo de adquisición permitieron incrementar los niveles de utilidad, cumpliendo de esta manera con la disposición de vender los inventarios de menor movimiento, pese a la gran entrada de producto importado que alcanzó un nivel máximo en 1'000,000 de m2 por mes .

Ventas por Línea de Producto: 2009-2010 US Dólares



En lo que respecta a la participación en las ventas de cada uno de los canales que tiene la compañía, es necesario resaltar que durante el 2010 se presentó la expansión del canal Constructor, el mismo que presentó un incremento del 26% con un total de US\$ 2'242,939 frente al resultado obtenido en el 2009, en el cual las ventas se ubicaron en el orden del US\$ 1'783,839 y hoy representa el 12,61% del total vendido. En nuestros almacenes las ventas alcanzaron los US\$ 13'788.691 en el 2010 que representan el 77.49 % del total, sin embargo frente al año 2009 representan una disminución del 2%.

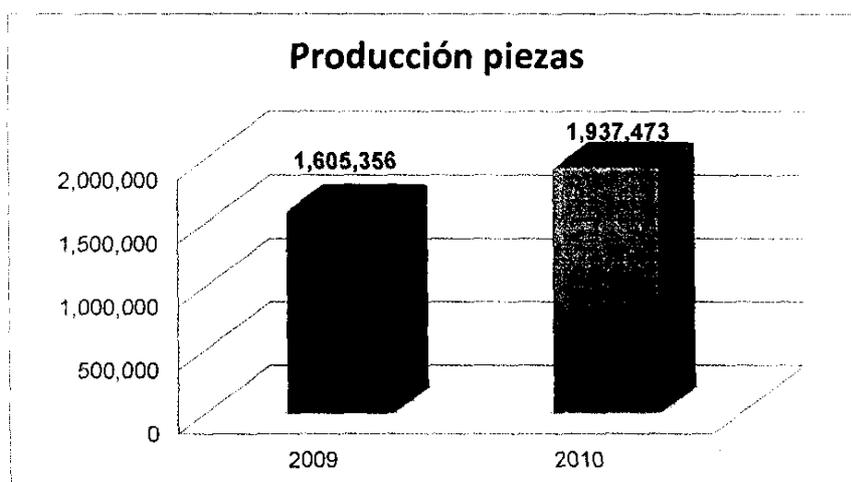
Cabe mencionar que en el total de las ventas existe un incremento resultado la aplicación de las disposiciones emitidas por la Junta de Accionistas permitieron alcanzar una mayor utilidad.

	2009	2010	CRECIM.	%
Almacenes	14,061,758	13,788,691	-2%	77.49%
Constructores	1,783,839	2,242,939	26%	12.61%
Disribuidores	1,791,579	1,749,085	-2%	9.83%
Exportacion	4,146	12,589	204%	0.07%
TOTAL	17,641,322	17,793,303	1%	

2.2.- PLANTA DE KERAMIKOS

2.2.1.- Producción

En el año 2010 la producción total fue de 1'937.473 con un promedio de producción mensual de 161.456 piezas, que representa un incremento de 331.937 piezas que corresponden al 20.67% en relación al año 2009 cuya producción fue de 1'605.356 piezas.

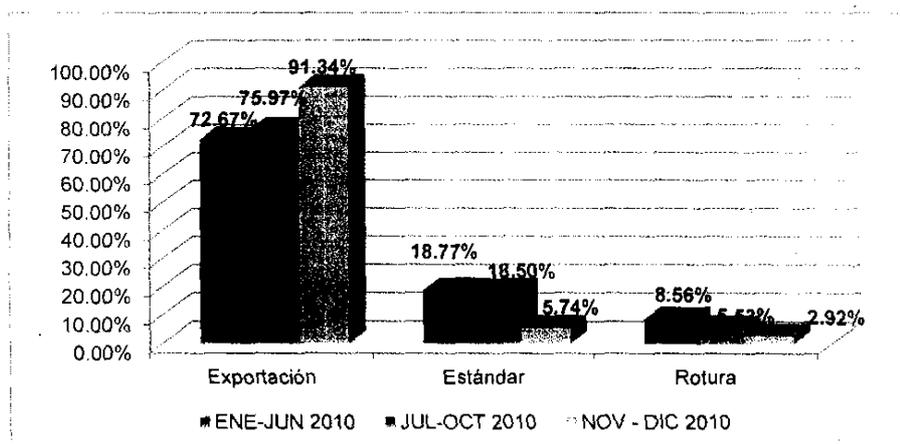


En el transcurso del año 2010 se realizaron mejoras en el sistema de calidad de la planta, implementando nuevos sistemas de control que permitió

incrementar el porcentaje de producción en calidad de exportación que paso de 76.67% en el primer semestre al 91.34% en el último trimestre del año, lo que significa un incremento del 14.67% en la calidad del producto.

Lo anterior significó una significativa reducción en la producción en calidad estándar, la cual en el primer semestre representaba el 18.77% de la producción total y para finales de año representó el 5.74%. Así también se obtiene una disminución importante en las roturas que pasan del 8.56% al 2.92%, es decir una reducción del 5.64% promedio mensual.

Periodo	Exportación	Estándar	Rotura	Total
ENE-JUN 2010	281.575	72.727	33.169	387.471
	72,67%	18,77%	8,56%	100,00%
JUL-OCT 2010	231.371	56.352	16.845	304.568
	75,97%	18,50%	5,53%	100,00%
NOV - DIC 2010	156.687	9.845	5.005	171.537
	91,34%	5,74%	2,92%	100,00%



En este año se efectuó el mantenimiento total de la planta, en el caso del horno, se cambiaron rodillos, fibra cerámica, chicanes, y parte de la estructura metálica, cabe mencionar que no se había realizado desde el año 2003, paralelamente se dio mantenimiento a la línea de decoración y la listeladora. En esta para de producción sirvió para realizar reparaciones y mantenimiento correctivo de la maquinaria de la planta. Un aspecto importante es la puesta en funcionamiento de la maquina denominada Water Jet con que se elaboran trabajos especiales para diferente clientes que permitió la diversificación de la cartera de productos.

En el año 2010 se desarrollaron varias actividades enfocadas a mejorar los procesos de producción, entre los principales se puede mencionar los siguientes:

- Se reduce el stock de materia prima antigua, referente a pigmentos y fritas y se trabaja con médium Serigráfico fabricado en la planta
- Se aumentaron los controles de calidad en los diferentes procesos de producción, línea de decorado, horno, corte, mosaicos. Implantando reportes en base de los cuales se tiene información actualizada de producción, tiempos perdidos y calidad de los productos.
- En el área de clasificación se estableció mejoras en el proceso lo que permitió un mejor manejo de los despachos y se redujeron los reclamos de parte de los clientes.
- Se reorganizó la planta en función de disminuir los tiempos de recorrido y mejorar el flujo de producción, como es el caso de la sección de mosaicos. Se realizó un arreglo total de la bodega de producto terminado y de materia prima, lo que implicó la mejora en el control y despachos.

Durante el año 2010 se desarrollaron 9 familias de productos que significan 23 productos nuevos, que se han introducido al mercado con mucho éxito y son los siguientes:

8 X 25 denominados: GARDENIA en cinco colores, CUCARDA en cuatro colores, SEVILLA en cuatro colores, DAMASCO un color, NIZA un color.

6.5 X 25 denominados: CIRCULOS en dos colores, FLORES en un color.

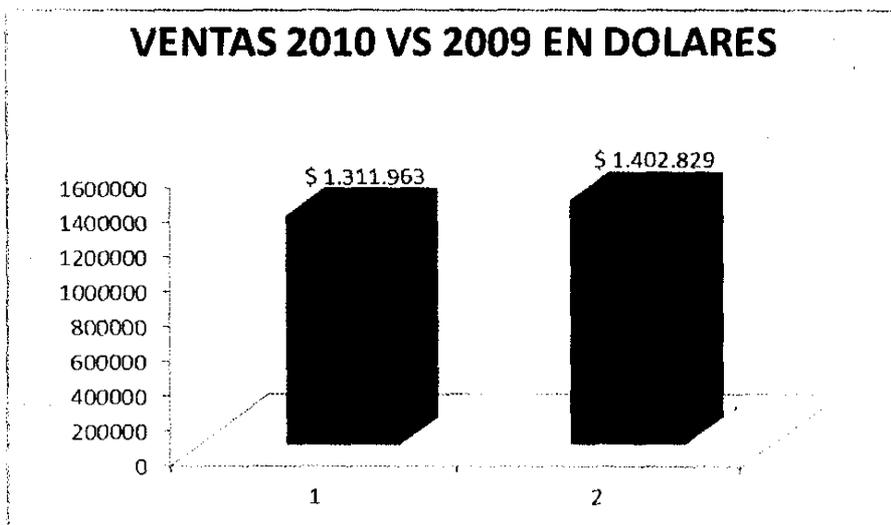
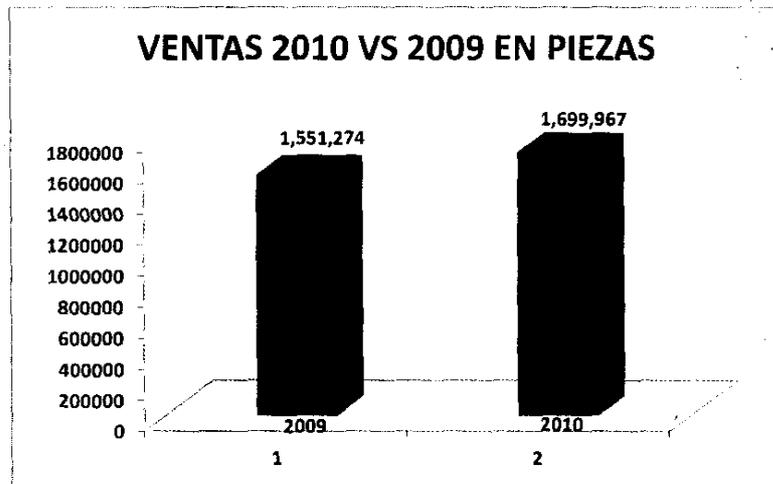
6 X 30 denominados: SOFIA en cuatro colores

5 X 25 denominados: MIKONOS en un color

2.2.2.- Ventas

Las ventas en el 2010 fueron de **1'699.967** piezas, con un promedio de 141.664 piezas/mes, esto representa un incremento de **148.693** piezas equivalente al **9.6%** respecto de las ventas registradas en el año 2009 que fue de **1'551.274** piezas. Los ingresos resultantes de estas ventas para el 2010 es

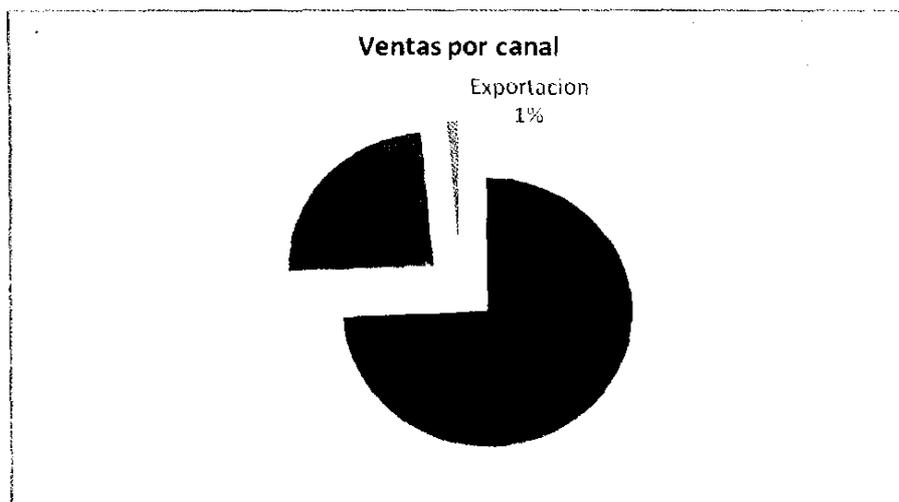
de **US\$ 1'402.829** superior en US\$ 90.866 equivalente a un 7% a los ingresos del año 2009 que fue de **US\$ 1'311.963**.



El año 2010 fue un año positivo para la fábrica se alcanzó incrementar los cliente activos a nivel nacional de 345 en el 2009 a 407 en 2010, con un crecimiento de 15%. El precio promedio total para el año 2010 fue de 0.85 dólares por unidad que representa un incremento del 2.4% en comparación con el precio del 2009 que fue de 0.83 dólares.

Las ventas de listelos por canal de distribución estuvieron en el orden de **1.263.411** piezas en Distribuidores que representan el **74.35 %** mientras que en locales Propios se vendieron **413.862** piezas que corresponden al **24.35 %** y

se ubicaron 22.694 piezas a exportación con destino Estados Unidos que equivalen al 1.30%.



En el año 2010 los productos nuevos aportaron el 66% de ventas los mismos que se desarrollaron de acuerdo a las tendencias del mercado, en lo referente a los productos tradicionales estos contribuyeron con el 34%, éstos considerados por los clientes como productos clásicos.

3.- ACTIVOS

El movimiento de inventarios de baja rotación fue de **US\$ 705,000**, se realizó a través de ferias de saldos por US\$ 321,767 en venta normal a través de almacenes por US\$ 383.233.

Durante al año 2010 el pago de deudas de años anteriores fue de **US \$ 1.505.315** que representa una disminución del 18.95%, al pasar de US \$ 7.943.282 en el 2009 a US \$ 6.437.968 que se registró en el 2010. Pago a empresas relacionadas

El capital de trabajo se ha incrementado durante el 2010 con un valor de US \$ 5'732,644, mientras que en el 2009 se registró US \$ 4'434,439, básicamente producto de la disminución notable de las cuentas por pagar tanto a proveedores como a empresas relacionadas.

4.- INVERSIONES

4.1.- ACTIVOS FIJOS

En activos fijos la compañía efectuó durante el año 2010 inversiones en equipos necesarios para incrementar diversificar la producción en la planta por un monto de US \$ 69.761,74.

5.- RESULTADOS Y PATRIMONIO

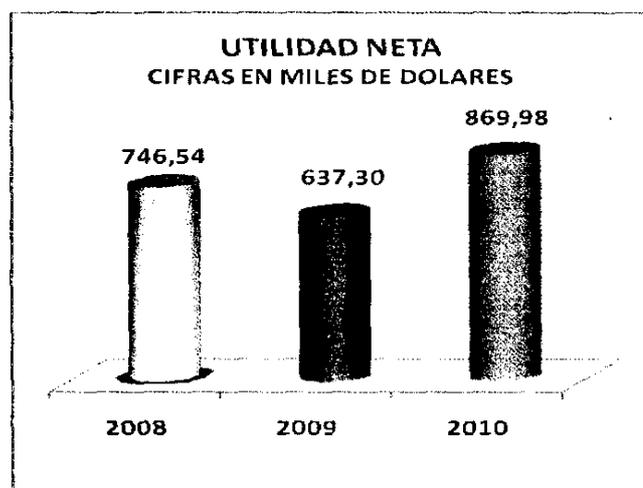
5.1.- Resultados

Los descuentos en ventas en el 2010 fueron de US\$ 157.369 menor en un 35% en comparación con el 2009 que registró US \$ 243.663.

Los costos y gastos de venta se reducen en un 5.26 % resultado de la venta de inventario de baja rotación, de la reducción en el pago de comisiones, de la disminución en el pago de fletes, entre los principales.

Esta disminución se dio pese a que en el 2010 se incrementaron los valores por arriendos de los locales pertenecientes a Cermosa y Catari en un 250% que significó US\$ 43,325.95 adicionales respecto al 2009 y el provisionamiento del gasto por Jubilación Patronal por **US\$ 162,465**, que no se ha realizado en años anteriores.

En este contexto, la Utilidad Neta del ejercicio económico del 2010 a disposición de los Señores Accionistas asciende a **US\$ 869,982**, este resultado establece una aumento del 27% respecto a la obtenida en el año 2009.



5.2.- Patrimonio

A diciembre 31 del 2010 el Patrimonio de la Compañía es de US \$ 6.184.768 que comparado con el año anterior que fue de US \$ 5.447.562 representa un incremento de US \$ 737.206 equivalente al 11.92%.

6.- ASPECTOS LABORALES Y LEGALES

6.1.- LABORAL

Durante el año 2010 la relación laboral con los empleados se ha desarrollado normalmente en trabajo conjunto con el Ministerio de Relaciones Laborales, debido a la aplicación de las nuevas normativas legales y reglamentos que

rigen para el control del cumplimiento de los derechos y obligaciones tanto de los empleados como del Patrono.

6.2 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.

7.- CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y DE LA JUNTA DIRECTIVA

La compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General de Accionistas.

8.- CUMPLIMIENTO DE NORMAS

La compañía durante el año 2010 ha cumplido con las normas sobre propiedad intelectual y Derechos de Autor.

9.- RECOMENDACIONES

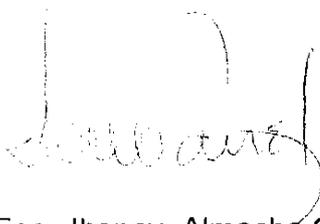
- Comprar un sistema informático que permita contar con la contabilidad financiera NIIF's, obtener la información Tributaria (SRI) y generar información oportuna para la Toma de Decisiones Gerenciales, en definitiva tener en tiempo real y siempre disponible la información, para la evaluación del negocio respecto de: ventas, compras, clientes proveedores, inventarios, activos fijos, cobros y pagos, nómina y bancos.
- Incrementar las ventas en US\$ 3'850,000 al año en función de la apertura de 5 locales: El primero un almacén boutique de 2,000 mts en la ciudad de Quito, ubicado principalmente en el sector Noroccidental de la ciudad, que compensarían las ventas del Bosque y Dicentro, el segundo local en Tumbaco (al lado de Vega), el tercero en la ciudad de Santo Domingo, el cuarto en la ciudad de Babahoyo y el quinto en la ciudad de Machala
- Incrementar la rentabilidad, a través de la redefinición del formato de los locales de: la Orellana en Quito y del Policentro en Guayaquil al pasar de almacenes boutique a Flag Ship Store de Kohler, cambio que se estima generaría US\$ 660,000 dólares al año.
- Adecuación de las bodegas regionales de Quito y Guayaquil mediante la implementación de un puente grúa y la ampliación del local del Arenal así como la adquisición de 2 montacargas, inversiones que permitirán tener bodegas funcionales para el manejo de nuevas líneas como son

las piedras naturales, que ya se han incorporado al portafolio de productos de la compañía.

- Lanzamiento de nuevos productos cerámicos, en calidad exportación con precios PVP hasta \$8,50 incluido IVA, esto en tres familias tres colores (40x40, 31x31, coordinados)
- Lanzamiento y venta mensual estable de Porcelanato Kps para lo cual se ha desarrollado diseños exclusivos.
- Incrementar la producción de mosaicos y piezas especiales para incrementar las ventas de la fábrica en 250,000 adicionales dólares al año.
- Dentro del área de mercadeo se fortalecerá la imagen de marca con el nuevo concepto "**SU CASA ESTA AQUÍ**", con el fin de crear marca e incrementar las ventas tanto en cantidad como en rentabilidad.
- Fortalecer el canal constructores con la aprobación de línea de crédito, desde 30, 60 y 90 días y establecer una lista de precios diferenciada en acabados de la construcción, lo que permitirá crecer en participación del mercado y atender proyectos de vivienda auspiciados por el Gobierno Nacional.
- Tener precios de productos Kps acordes al mercado
- Mejorar los niveles de atención al cliente a través de incorporar un camión destinado para entrega de las nuevas líneas a nivel nacional.

Cuenca, 25 de marzo del 2011

Atentamente,



Eco. Jhonny Almache Carrión

GERENTE GENERAL

KERÁMIKOS S.A.