



Mercado

Graiman se ha posicionado como una empresa líder en innovación, ocupando el primer lugar en capacidad de producción y participación de mercado. En los últimos años ha tenido un gran crecimiento, compitiendo con grandes empresas de cerámica de España e Italia, ubicándose como compañía líder en el mercado nacional y exportando sus productos a Estados Unidos, Colombia, Puerto Rico, Canadá, Venezuela, Chile, Perú, Panamá, Costa Rica y México, países que demandan el 40% del total de la producción, sin que ello le quite prioridad al mercado nacional. Esperamos mantener un liderazgo tecnológico, en vanguardia y moda, con la intención de seguir creciendo, invirtiendo y generando satisfacción en nuestro mercado.

La compañía realiza un esfuerzo permanente por mostrar nuevas ideas al mercado, ya sea desde el punto de vista tecnológico, de diseño o de manejo de marcas e imagen corporativa; es decir, Graiman brinda la posibilidad de que sus clientes accedan a productos que tanto ansían, ven en el exterior y los creen inalcanzables desde el punto de vista económico.

Participación:

- 40% Graiman
- 40% Competencia nacional
- 20% Productos importados

Logros

En el mes de agosto de 2003, Cerámicas Graiman inauguró la primera planta de Porcel-

lanato en la costa del Océano Pacífico, incorporando al portafolio un producto de altísima calidad y de gran aceptación en los mercados mundiales, con el cual se espera competir de igual a igual con las más importantes fábricas de Italia y España, líderes mundiales en la fabricación de pisos y revestimientos cerámicos.

Cerámicas Graiman ha obtenido la certificación ISO 9001:2000 (Certificado de Gestión de la Calidad), la cual avala el alto nivel de calidad de nuestro producto y de nuestra organización.

De igual manera la certificación BASC obtenida en el año 2003 avala nuestro compromiso de aportar a las exportaciones del país, asegurando que la carga enviada a los clientes en el exterior está libre de sustancias prohibidas, manteniendo siempre en alto el nombre de la empresa y del Ecuador.

En el 2004 fue galardonada con la condecoración Mérito al Progreso por la Cámara Ecuatoriano-Americana, en reconocimiento a su gran desarrollo nacional e internacional, en el marco de la celebración de los 30 años del gremio.

En el presente año, Graiman fue condecorada por mejor *stand* en la XII Exposición de la Construcción, Detalles y Acabados Construyendo 2007.

Historia

Cerámicas Graiman nace hace 14 años en el seno de un prestigioso grupo industrial del Astero del país, con más de 40 años de vida y formado por al menos 10 empresas que se desenvuel-

ven en los más variados ámbitos de la actividad económica del Ecuador.

Nuestra planta industrial está ubicada en Cuenca, ciudad productora de cerámica por excelencia. La región en sus alrededores alberga suelos con las más ricas arcillas, feldespatos y caolinos, lo cual ha hecho del lugar un sitio privilegiado para el desarrollo de la industria de la cerámica y nos permite contar con materias primas propias para más de 50 años. Esto, complementado con un sistema de mejoramiento continuo, nos proyecta a un muy desafiante futuro.

Hemos sustraído lo mejor del proceso natural de formación de las rocas y sintetizado, con una secuencia natural a través de la aceleración de tres factores fundamentales: presión, temperatura y tiempo, ayudados con la más moderna tecnología europea.



Nuestras materias primas son clasificadas y preparadas para combinarlas con esmaltes importados de Europa, que al ser fundidos a altas temperaturas (alrededor de 1.200°) en un proceso de monococción para pisos y de bicocción para paredes nos da como resultado un excelente producto. Además, para ofrecer un producto homogéneo contamos con seleccionadoras de alta precisión que en décimas de segundo analizan más de quince variables de una pieza de piso o revestimiento cerámico, brindando un producto de comprobada aceptación a nuestros clientes en Ecuador y el Mundo.

Producto

Nuestros productos son líderes en varios mercados latinoamericanos y norteamericanos. La calidad no varía entre un producto de exportación y otro de comercio nacional. La diferencia se encuentra en el precio, el tamaño y la estética. Graiman ofrece piezas de cerámica que están al alcance de personas con economía limitada hasta productos de alto nivel y valor agregado que tienen un mayor costo.



La Cerámica Graiman es reconocida por su producción de modernos y variados diseños con estándares de calidad internacionales.

En porcelanato, Porcellanix es un producto de alta calidad que conserva sus características y su extraordinaria belleza natural a través del



tiempo por sus excelentes propiedades físicas y químicas para una alta resistencia. Se trata de un producto para revestimiento de pisos y paredes que excede normas internacionales en sus características técnicas como altísima resistencia al hielo, gran resistencia mecánica, bajo coeficiente de dilatación y muy poca absorción de agua, lo que le confiere la capacidad de ser aplicado en lugares donde la cerámica por su naturaleza no puede utilizarse. Nuestras tierras son ricas en arcilla, feldespato, cuarzo y caolín, y garantizan las mejores materias primas para estas piezas de porcelanato. Además, Porcellanix sigue estrictamente las normas técnicas y controles de calidad internacionales.

Porcellanix ha ganado concursos en grandes construcciones nacionales, como las veredas de Guayaquil y Machala o el Teleférico de Quito; también en el aeropuerto de Lima.

Graiman tiene 10 puntos de venta a nivel nacional y una red de 60 distribuidores especializados en el producto.

Desarrollos recientes

Varios diseños textiles, además de la inclusión de nuevos diseños de paredes de pasta blanca y variedad de formatos: 32x50, 25x35, 50x50, 44x44 y 30x44, que van a la par de la última tendencia de los mercados internacionales.

Promoción

Graiman en el 2006 tuvo su campaña Personalidades, escogiendo rostros conocidos del

ámbito artístico nacional, ya que ellos transmiten sus emociones, talento y personalidad a través del arte.

La campaña se desarrolló sobre la base de la sinergia que existe entre cada una de las actividades que ellos realizan y lo que puede encontrarse en el producto, que, instalado en el espacio, proyecta su personalidad. Con estas situaciones se refuerza el concepto del producto, que consiste en la emoción de expresarse de distintas formas y maneras.

En la campaña Personalidades existe una interacción de ellos con el espacio donde viven; por ejemplo, la cantante en el lugar donde realiza sus composiciones, la periodista en su baño después de una larga jornada de trabajo, el presentador en su cocina desayunando y el animador en contacto con la naturaleza, todos en sus vivencias cotidianas.

En el presente año, Graiman ha sido auspiciante en eventos importantes como: Graiman

Fashion Week 2007 y Evento de Tenis Copa Graiman en Cuenca.

Valores de marca

Nuestro principal objetivo es el de entregar al cliente ecuatoriano y mundial un excelente producto, resultado del uso de tecnología de punta y las materias primas más nobles y seguras. Cerámicas Graiman considera de vital importancia contar con puntos de venta que permitan a nuestros clientes visualizar la belleza de nuestros productos en ambientaciones reales y asesorar al cliente en el uso de nuestros pisos y revestimientos cerámicos, para así mejorar la calidad de los espacios y ambientes donde viven.

En nuestra visión corporativa sobresalen elementos fundamentales como la ética, el trato hacia los clientes y la calidad de nuestros productos.

La filosofía de la empresa es invertir cada año en innovación, porque siempre hay nuevas herramientas que ayudan a mejorar el esquema del producto en cerámica.

Cosas que usted no sabía sobre Graiman

- La empresa maneja el criterio de *marketing* social, ya que apoya a la Fundación del Deporte con una campaña de difusión y concienciación de los derechos del niño, haciendo publicidad en varios medios a nivel nacional.

