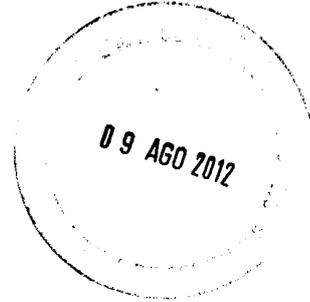


INFORME DE LABORES

AÑO 2011



COMENTARIO DEL NEGOCIO

La estrategia del año se centró en un esquema de generar compra una vez cerrada la negociación de venta, justamente previniendo así la construcción de grandes volúmenes de inventario, debido a las altas fluctuaciones de precios.

Por otro lado, el portafolio de ventas se vio reforzado con ventas de especies como atún y espada hacia la región (Argentina y Chile) para complementar las ventas de Dorado.

Otro factor relevante es la ejecución del proyecto "Valor agregado Mardex", el mismo que comprendió la construcción y habilitación de una nueva línea de producción especializada en productos preformados y apanados hechos en función de pescado, con lo cual la compañía crea importantes barreras de entrada a la competencia e incursiona en el mercado de productos de valor agregado.

Finalmente y en pequeña escala se experimenta con la importación de pescado semielaborado de bajo costo, con la especie "Pangasius", esto con el fin de explorar esta alternativa de manufactura para la operación.

MERCADO

En el año 2011 se experimentó en el mercado internacional y nacional fuertes incrementos de precios de venta, esto debido a altos precios de compra de las materias primas y dentro de estas el dorado, principal producto del negocio que fue el que presentó las más altas fluctuaciones.

Comparado con el año anterior, la exportación de congelado generó un crecimiento del 13,7%, donde en su mayoría se canalizó a mercados de EEUU, seguido por Argentina, Chile y Canadá. El mercado de exportación fresco en su defecto se ve reducido en -15,9% por una situación general de contracción de este mercado con el agravante de la crisis Europa, que repercute en menores ventas al cliente en Francia.

Los altos niveles de precios re percuten también en menores ventas en el Ecuador, donde tanto congelado (venta a Pronaca) como fresco (venta a supermaxi) encuentran una disminución en el orden del -12%.

OPERACIONES

En el año 2011 la producción de Mardex alcanzó las 3,5 millones de libras, - 6,4% por debajo del año anterior donde se produjeron 3,7 millones de libras. El decrecimiento obedece a un menor aprovisionamiento de materias primas (en 2011 se compran 5,7

millones de libras versus 5,9 millones del año 2010) debido a los altos costos de materias primas antes mencionados.

El costo unitario de producción se ubica en 3,44 dólares/libra versus 2,91 dólares/libra del año 2010. La mayor variación se presenta en el costo mix de producción de 2,70 dólares/libra del año actual versus 2,20 dólares/libra del año pasado.

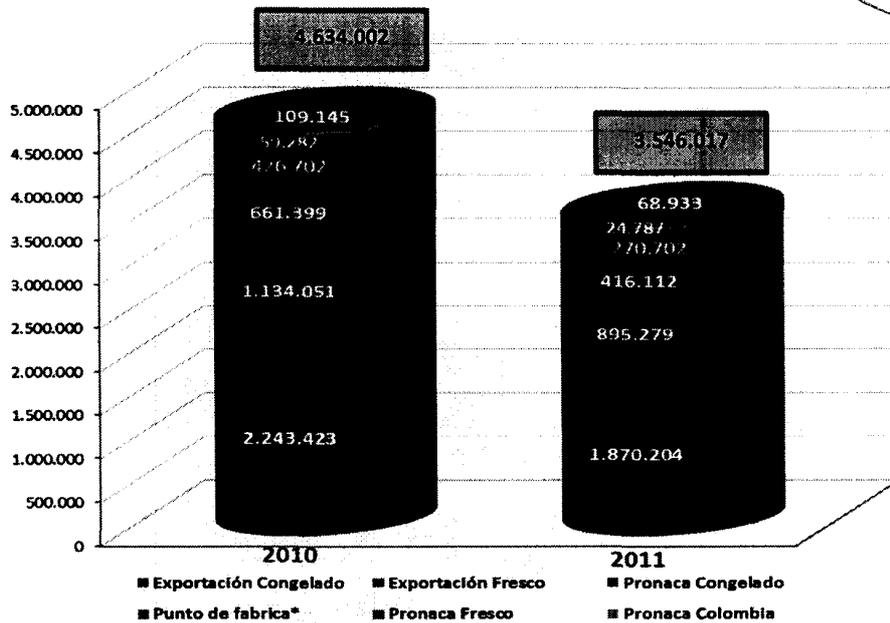
VENTAS

- Las ventas en dólares de Mardex en el 2011 fueron de niveles similares al año pasado \$ 15.4 millones vs. \$15.6 millones del año anterior, disminución del 0,9%. En volumen, las ventas sin desperdicio del año fueron 3.5 millones de libras vs. 4.6 millones de libras del año anterior, disminución del 23.5%
- El siguiente cuadro permite visualizar el comportamiento de las ventas en toneladas métricas de los últimos dos años



VENTAS EN LIBRAS POR CANAL

2010-2011



RESULTADOS

- La utilidad bruta en ventas en 2011 es de 2.9 millones versus 2.8 millones del 2010 lo que implica márgenes brutos de 18,7% y 18,0 % respectivamente. Resultados obtenidos debido a un precio mix más altos en el 2011 que permite mitigar un poco mejor el efecto de los altos precios de compra de materia prima, antes señalados en este documento.
- La utilidad operacional en 2011 alcanza 314 mil dólares versus la perdida operacional de 46 mil dólares del año pasado, la mejora se genera tanto a nivel de utilidad bruta como se revisó en el punto anterior, así como también por un menor nivel de gasto de ventas, debido a menor gasto de flete por baja de exportaciones a Francia. Al considerar la influencia de gastos financieros e impuestos sobre los resultados operacionales se registra una perdida neta en el 2011 de 17 mil dólares versus una perdida de 258 mil dólares del año pasado.



Juan Benincasa Azua
Representante Legal



09 AGO 2012