

## INFORME DEL GERENTE GENERAL

Señores Miembros de la Junta General de Accionistas:

Dando cumplimiento a lo dispuesto en la Ley de Compañías, tengo a bien poner en vuestra consideración el Informe correspondiente a la Operación y a los Estados Financieros de ELECTROLUX C.A., por los resultados efectivos y la situación financiera obtenidos en el ejercicio económico del 1 de enero al 31 de Diciembre del año 2010.

Adicionalmente y de conformidad con la resolución dictada por la Superintendencia de Compañías el 27 de febrero de 2004 y en cumplimiento con lo que dispone el art. 332 de la Ley de Propiedad Intelectual, me permito comunicar a la Junta General Ordinaria que nuestra Compañía da cumplimiento a las normas sobre Propiedad Intelectual y Derechos de Autor.

### 1. ENTORNO MACROECONÓMICO:

Posterior a la crisis mundial y sus efectos, la economía ecuatoriana, al igual que los diversos países de Latinoamérica, presentaron una recuperación, es así que en el 2010 el Ecuador presentó un crecimiento del PIB de 9% (2010: US\$ 56.998 millones), respecto al año 2009 (US\$ 52.022 millones) uno de los mejores resultados comparado con los de las principales economías latinoamericanas.

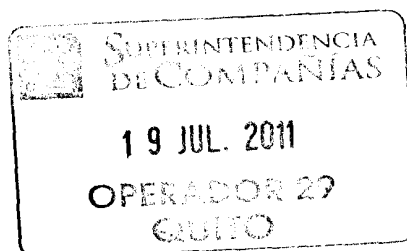
El ingreso anual promedio por cada habitante en el 2010 fue US\$4.013, el año 2009 fue de US\$3.715, mostrando un incremento de 8%, lo cual indica que los consumidores durante el año 2010 tuvieron mayores ingresos, generando mayor consumo y gasto.

Un indicador importante para ver la evolución del ingreso es la tasa de desempleo que en el año 2010 fue del 6.10%, mostrando una reducción respecto al 2009 (7.9%) de 1.79 puntos y 47.13%, mientras que la tasa de empleo se incremento respecto al 2009 en 6.8 puntos (2010: 45.6%, 2009:38.8%).

A partir del año 2000 la inflación ha disminuido hasta ubicarse en niveles de un dígito, de tal forma que en el 2010 fue de 3.33% inferior al índice del año 2009 de 4.31%.

El saldo total de la Balanza Comercial al término del año 2010, registró un déficit de USD-1,489.42 millones; el mismo que comparado con el resultado comercial externo del año 2009 que fue de USD-298.54 millones, significó un aumento de dicho déficit en 398.90%.

La Balanza Comercial Petrolera, contabilizó un saldo favorable de USD6,215.69 millones entre enero y diciembre de 2010, es decir, 34.23% más que el superávit comercial obtenido en el año 2009 que fue de USD4,630.79 millones, como resultado del aumento en los precios del barril de petróleo crudo y sus derivados en un 35.83%. Es importante señalar que en el período analizado las importaciones de los Combustibles y Lubricantes crecieron en valor FOB en 47.10%.



De otra parte, la Balanza Comercial No Petrolera correspondiente al período enero-diciembre de 2010, incrementó su déficit comercial en un 56.31% respecto al saldo registrado en el año 2009, al pasar de USD-4,929.33 a USD-7.705.11 millones; aumento generado por un crecimiento en el valor FOB de las importaciones no petroleras, donde sobresalen los Bienes de Consumo (34.07%); seguidos por los Bienes de Capital (30.62%); y, las Materias Primas (26.52%).

El flujo de remesas familiares que ingresó al país durante el 2010 alcanzó la cifra de US\$ millones 2.324, que cotejado con el valor presentado en el 2009 (US\$ millones 2.495) significó una reducción del 6.9% y una merma de US\$ millones 171. El monto registrado en 2010 representa el más bajo de los últimos seis años, y se observa que la reducción de remesas se presenta desde el 2007 (US\$ millones 3.088), el mejor año histórico de la serie estadística de remesas compilada por el Banco Central del Ecuador.

## 2. GESTION COMERCIAL:

Una vez analizado en forma breve el entorno macroeconómico y de la situación en general del país, es menester informar algunos aspectos importantes que tienen que ver con el comportamiento de nuestras líneas de productos y de nuestro negocio.

Debido a las ventajas que nos ofreció el escenario económico antes citado, las ventas totales de nuestros productos en el año 2010 tuvieron un incremento en relación al año 2009 de KUSD 7,897 lo que equivale en términos porcentuales a un 53,05%. (en el 2010 KUSD 22,783, en el año 2009 KUSD 14,886)

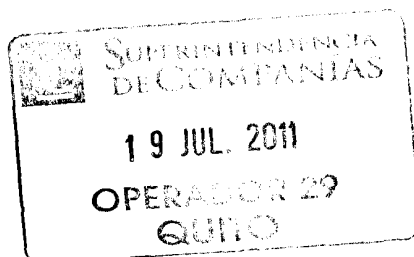
Quizás este resultado podría haber sido apreciado en mejor forma si no hubiéramos tenido una agresiva competencia de precios en el mercado, el incremento de precios de nuestros proveedores y la falta de innovación de productos de uno de nuestros principales proveedores CTI de Chile.

En la línea de pisos (Floor Care), la tendencia fue la misma ya que logramos superar las cifras de ventas establecidas en el Budget que era de KUSD 2,972 y quedamos por encima con una cifra importante de KUSD 3,524 que representa un 18.57%.

La línea más fuerte es cuidado de pisos (DR) que en el año 2010 obtuvo ventas de KUSD 2,444 mostrando un incremento de KUSD 408 que representa 20.34% respecto al año 2009 cuyas ventas fueron KUSD 2,036.

La línea de refrigeradoras (KG) con ventas del orden de KUSD 7,598 es la línea de mejor comportamiento en la compañía; superando las ventas del año anterior con 102.72% (KUSD 3,748 en el 2009). El aporte sobre la venta total significó un 33.35%.

En lo concerniente a la línea de lavadoras y secadoras (KT), en este año se convirtió en la línea de segundo mayor aporte con una participación del 27.80% sobre las ventas totales, obteniendo una mejora con relación al año 2009 del 55.99% (KUSD 6,333 en el 2010 vs. KUSD 4,060 en el 2009).



Lo que respecta a la línea de aires acondicionados (KL), aún siendo un producto no fácil de competir, sobre todo por la oferta de precios de la competencia que además tienen productos atractivos para nuestro mercado, pudimos conseguir un crecimiento importante del 114.69% en relación al 2009 (KUSD 921 vs. KUSD 429). Es importante indicar que este incremento se debió a una excelente estrategia comercial de precio y servicio post-venta.

En la línea de cocinas (KI), a pesar de la competencia (sobre todo la industria nacional), crecimos en 22.29% en relación al año 2009 colocamos un monto de ventas de KUSD 1,465 comparado con KUSD 1,198 del año anterior.

Respecto a la línea de congeladores (KB), se obtuvieron ventas ligeramente menores a las del año 2009 en KUSD 162 (KUSD 1,330 vs. KUSD 1,492); es decir, -10.86% de decremento.

Finalmente en la línea de micro ondas (KM), debido en gran parte a la amplia gama de productos existentes en el mercado con precios muy bajos, se obtuvo un incremento del 29.39%. Se vendió un monto de KUSD 1,576; ubicándonos sobre la cifra conseguida el año anterior de KUSD 1.218.

### 3. SITUACION FINANCIERA:

Ahora es importante pasar a realizar un breve analisis sobre algunos rubros relevantes en la situación financiera de la Compañía, por lo que me concretaré a efectuar ciertas evaluaciones de las principales cuentas tanto en el Estado de Situación Financiera, así como también del Estado de Resultados de este ejercicio económico 2010.

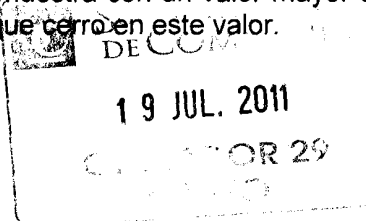
(Expresado en miles de dólares)		
<u>Descripción</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Capital de Trabajo	4,546	3,433
Activo Fijo,	215	114
Patrimonio de Accionistas	4,691	3,475

El Capital de Trabajo se incrementó en relación con el año anterior en KUSD 1,796.

Durante el 2010 se pudo cumplir en buena forma con nuestros proveedores y no requirió de endeudamiento adicional sino hasta finales del año, sin embargo, durante el año 2010 se ha cancelado KUSD 1,700 de capital y el saldo renovado a una tasa de 0.67%, el origen de estas obligaciones fue proporcionado por nuestro Departamento de Tesorería de Casa Matriz-Suecia.

En lo que concierne al grupo de activos fijos, éstos se reflejan adiciones netas de KUSD 132 en relación al año anterior, esto se debe principalmente al cambio de local y mejoras efectuadas de nuestro principal Centro de Distribución de Guayaquil ya que a fin de poder responder de mejor forma al 3YP nos obligamos a cambiamos a un local más espacioso. La variación neta del activo fijo total asciende a la suma de KUSD 101.

El Patrimonio de los accionistas también se muestra con un valor mayor de KUSD 1,216 debido a la Utilidad Neta de este ejercicio económico que corren en este valor.



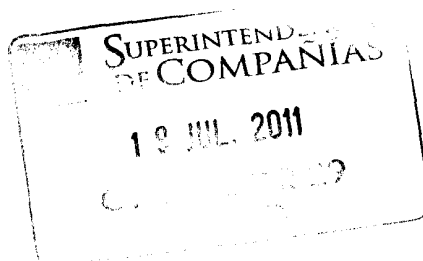
# RESULTADO DE OPERACIONES:

(Expresado en miles de dólares)

<u>Descripción</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Ventas Netas	22,744	14,848
(-) Costo de Ventas	15,835	9,888
Margen Bruto	6,909	4,960
(-) Gastos de Venta y Administración	4,970	3,653
Utilidad en operación	1,939	1,307
(-) Intereses pagados	(19)	(68)
(+) Misceláneos, Neto	85	32
Utilidad antes de Part. De trabajadores e Impuestos	2,005	1,271
(-) Part. De trabajadores en las utilidades	(326)	(217)
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	1,679	1,054
(-) Impuesto a la Renta	(462)	(308)
Utilidad (Pérdida) neta	1,216	746

Como mencioné en inicio, en general el 2010 fue un año favorable para la Compañía; seguimos manteniendo una interesante participación de mercado en la mayor parte de las líneas de productos; las cifras mencionadas muestran lo aseverado, Esto lógicamente se debe a la buena fidelidad de parte de nuestros clientes que día a día se sienten más respaldados por nuestra marca y por nuestro servicio y por demás decir gracias al gran esfuerzo desplegado por todo el equipo en sus diferentes áreas.

En lo que se refiere al margen bruto, se evidencia un decremento de 3.03 puntos (30,38% en el 2010 vs. 33.41% en el 2009), esto se debió justamente al esfuerzo y estrategias impuestas por lograr un mejor resultado pese a la contracción del mercado y los problemas antes ya descritos.



El rubro de Gastos Operativos (Ventas, Administración, Logística y Servicio) fue del orden de 21.89%, mientras que en el año 2009 fue de 24.60% debido principalmente a la política de un control estricto en todo tipo de gastos, acción necesaria para la consecución de los resultados.

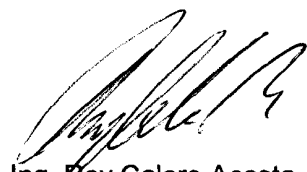
#### PROYECCIONES PARA EL 2011

El 2011 parecería presenta mejores perspectivas en cuanto a los precios de nuestros principales productos de exportación que debería ser conjugada con una política interna de estabilidad y crecimiento, esperemos que todos podamos hacer un solo Equipo ganador hacia el desarrollo del País.

El Ecuador tiene un gran potencial para satisfacer las necesidades apremiantes de su gente, se impone pues, reflexionar sobre cuál es nuestro aporte para aprovechar estas capacidades y satisfacer de manera progresiva las justas aspiraciones populares.

El mercado de electrodomésticos cada vez se hace más competitivo, pero esto nos motiva aún más a buscar las mejores estrategias y volcaremos todo esfuerzo necesario para mantener una importante posición en el mercado local.

Los rezagos de la crisis financiera mundial y los problemas internos del país, obligan a redoblar esfuerzos e iniciativas a fin de conseguir los objetivos establecidos.



Ing. Roy Calero Acosta  
GERENTE GENERAL;

