

## 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., que comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre del 2011 y los correspondientes estados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo del 1 de enero al 31 de Diciembre del año 2011, de conformidad con Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Es importante mencionar que ELECTROLUX C.A. a partir del año 2011 adoptó por primera vez las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Las cifras del año 2010 fueron reestructuradas para efectos comparativos.

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:

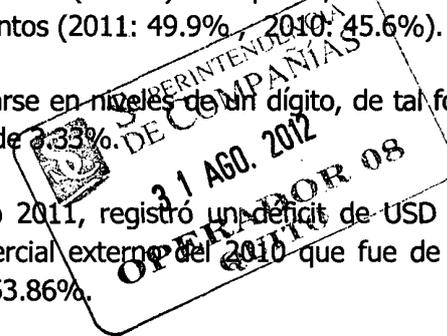
Posterior a la crisis mundial y sus efectos, la economía ecuatoriana, al igual que los diversos países de Latinoamérica, presentaron una recuperación,

La economía ecuatoriana habría crecido un 8.00% en 2011 desde el 3.58% de 2010, impulsada por un fuerte gasto público y los altos precios del crudo, es así que en el año 2011, el PIB per cápita se incrementó en 6.30% (al pasar de USD 1,759 en 2010 a USD 1,870 en 2011), apreciando el dinamismo de la economía ecuatoriana en dicho año. El crecimiento del PIB anual fue de 7.80%, uno de los mejores resultados comparado con los de las principales economías latinoamericanas.

Un indicador importante para ver la evolución del ingreso es la tasa de desempleo que en el año 2011 fue del 5.10%, mostrando una reducción respecto al 2010 (6.10%) de 1 punto, mientras que la tasa de empleo se incremento respecto al 2010 en 4.3 puntos (2011: 49.9% - 2010: 45.6%).

A partir del año 2000 la inflación ha disminuido hasta ubicarse en niveles de un dígito, de tal forma que en el 2011 fue de 5.41% superior al año 2010 que fue de 2.33%.

El saldo total de la Balanza Comercial al término del año 2011, registró un déficit de USD -687 millones; el mismo que comparado con el resultado comercial externo del 2010 que fue de USD -1,489 millones, significó una reducción de dicho déficit en 53.86%.



A handwritten signature or mark in the bottom right corner of the page.

La Balanza Comercial Petrolera, contabilizó un saldo favorable de USD 7,858 millones, 39.60% superior al saldo registrado en el año 2010 (USD 5,630 millones), principalmente como consecuencia del incremento del precio del barril de petróleo y sus derivados (34.80%).

De otra parte, la Balanza Comercial No Petrolera contabilizó saldos comerciales negativos al pasar de USD -7,609 a USD -8,545 millones, lo que significó un crecimiento del déficit comercial no petrolero de 12.30%.

Las remesas de trabajadores recibidas durante el año de 2011 alcanzaron la suma de USD 2,672 millones, esto es, 3.10% más que el año 2010 (USD 2,591 millones). A partir del año 2008 el flujo de remesas ha ido disminuyendo en especial a las desfavorables condiciones económicas que registra España desde ese año, marcada por un menor crecimiento, contracción en la inversión y aumento del desempleo.

Este escenario para el 2012 presenta para las empresas la dificultad de tomar la decisión de invertir más en capacidad productiva para satisfacer la demanda de un mercado interno que está creciendo o no invertir tomando en cuenta esta sobrerregulación de sus actividades.

## 2. GESTION COMERCIAL:

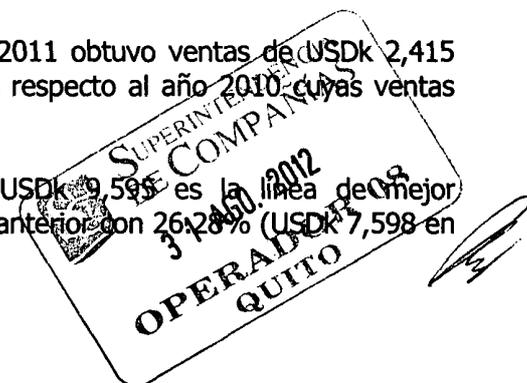
Una vez analizado en forma breve el entorno macroeconómico y de la situación en general del país, es menester informar algunos aspectos importantes que tienen que ver con el comportamiento de nuestras líneas de productos y de nuestro negocio.

Debido a las ventajas que nos ofreció el escenario económico antes citado, las ventas totales de nuestros productos en el año 2011 tuvieron un incremento en relación al año 2010 de USDk 10,173 lo que equivale en términos porcentuales a un 44.73%. (en el 2011 USDk 32,917 en el año 2010 USDk 22,744)

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 USDk 3,001 alcanzando ventas de USDk 4,030 que representa un 34.29% de incremento.

La línea más fuerte es cuidado de pisos (DR) que en el año 2011 obtuvo ventas de USDk 2,415 mostrando un decremento de USDk 29 que representa 1.19% respecto al año 2010 cuyas ventas fueron USDk 2,444.

La línea de refrigeradoras (KG) con ventas del orden de USDk 9,598 es la línea de mejor comportamiento en la compañía; superando las ventas del año anterior con 26.28% (USDk 7,598 en el 2010). El aporte sobre la venta total significó un 29.12%.



En lo concerniente a la línea de lavadoras y secadoras (KT), que se mantiene como la segunda de mayor aporte, con una participación del 24.01% sobre las ventas totales, obteniendo una mejora con relación al año 2010 del 24.92% (USDk 7,911 vs. USDk 6,333 en el 2010).

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 149.62% en relación al 2010 (USDk 2,299 vs. USDk 921). 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 116.05% en relación al año 2010, colocamos un monto de ventas de USDk 3,165 comparado con USDk 1,465 del año anterior.

Respecto a la línea de congeladores (KB), se obtuvieron ventas superiores a las del año 2010 en USDk 1,421 (USDk 2,751 vs. USDk 1,330); es decir, 106.84% de incremento.

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 74.56%. Se vendió un monto de USDk 2,146; ubicándonos sobre la cifra conseguida el año anterior de USDk 1,576.

### 3. SITUACION FINANCIERA:

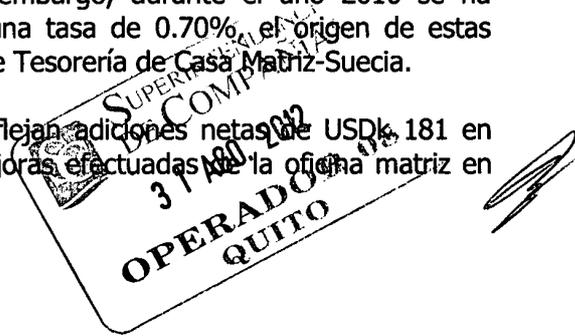
Ahora es importante pasar a realizar un breve análisis sobre algunos rubros relevantes en la situación financiera de la Compañía, por lo que me concretaré a efectuar ciertas evaluaciones de las principales cuentas tanto en el Estado de Situación Financiera, así como también del Estado de Resultados Integrales del ejercicio económico 2011.

Descripción	(Expresado en miles de dólares)	
	2011	2010
Capital de Trabajo	5,978	4,546
Activo Fijo,	422	323
Patrimonio de Accionistas	6,156	4,702

El Capital de Trabajo se incrementó en relación con el año anterior en USDk 1,432.

Durante el 2011 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 USDk 3,023 de capital y el saldo renovado a una tasa de 0.70%, 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 en adiciones netas de USDk 181 en relación al año anterior, esto se debe principalmente a mejoras efectuadas en la oficina matriz en Quito tanto de la fachada como del Show Room.



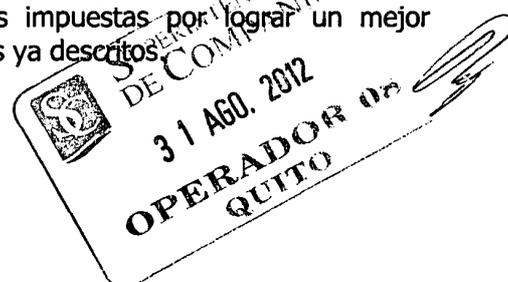
El Patrimonio de los accionistas también se muestra con un valor mayor de USDk 1,454 debido a la Utilidad Neta de este ejercicio económico que cerró en este valor.

**RESULTADO DE OPERACIONES:**

<u>Descripción</u>	<u>(Expresado en miles de dólares)</u>	
	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Ventas Netas	32,917	22,744
(-) Costo de Ventas	23,583	16,039
Margen Bruto	<u>9,334</u>	<u>6,705</u>
(-) Gastos de Venta y Administración	7,127	4,902
Utilidad en operación	<u>2,207</u>	<u>1,803</u>
(-) Intereses pagados	(263)	(88)
(+) Misceláneos, Neto	84	13
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	<u>2,028</u>	<u>1,728</u>
(-) Impuesto a la Renta	(574)	(458)
Utilidad (Pérdida) neta	<u><u>1,454</u></u>	<u><u>1,270</u></u>

Como mencioné en inicio, en general el 2011 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 1.12 puntos (2011: 28,36% vs. 2010: 29,48%), esto se debió a la competencia de mercado por ganar volumen en ventas sacrificando ligeramente el margen, es una de las 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 45,39%, mientras que en el año 2010 fue de 21.89% debido principalmente al incremento de personal, gastos de publicidad gastos necesarios para la consecución de los resultados.

## **PROYECCIONES PARA EL 2012**

El 2012 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**

