

INFORME GENERAL

1. ENTORNO

1.1. MACROECONOMICO

VARIABLES MACROECONOMICAS

Tasas de variación (a precios 2000)

VARIABLES	2004	2005	2006	2007	2008 (prev)
PIB	7.9	4.7	4.3	2.7	4.3
INFLACIÓN	2.0	3.1	3.2	3.3	5.2
TASAS DE INTERES					
ACTIVA(%)	7.7	9.5	8.9	10.7	10.1
PASIVA(%)	3.9	4.0	4.3	5.6	5.9
DESEMPLEO(%)	9.9	9.3	9.9		7.9

(prev) cifras de previsión.

FUENTE: Banco Central del Ecuador



Los hechos más relevantes que han determinado la evolución de la economía ecuatoriana durante el 2007 son los siguientes:

La actividad económica registró la **tasa de crecimiento más baja de los últimos años**, siendo esta el 2.65%, menor a la del 2006 que era de 4.30%. Los sectores económicos que más crecieron: agricultura; construcción y obras públicas; y servicios (suministro de electricidad y agua, **comercio**, transporte y comunicaciones). Por el contrario, los que tuvieron un peor comportamiento fueron el sector industrial con excepción de la elaboración de azúcar, productos del tabaco, textil y prendas de vestir y productos químicos.

A partir de **agosto de 2007**, se produce un fuerte crecimiento del empleo, situándose en el mayor nivel de ocupación de los últimos años. También se evidenció un desplazamiento de la población ocupada desde el sector informal al formal y una disminución del desempleo.

La **inflación aumentó** a 3.3% respecto al 2006 de 3.2%. Los sectores más inflacionarios fueron el de la educación; muebles - **artículos para el hogar** y alimentos.

El sistema financiero experimentó un constante incremento en la economía ecuatoriana. El porcentaje de depósitos sobre el PIB creció respecto a 2006, la mayor parte de ellos pertenecen al sector privado. Los préstamos permanecieron prácticamente constantes respecto al año 2006. Por destino, los créditos con fines comerciales absorbieron casi la mitad de los créditos concedidos, con una marcada tendencia descendente de los últimos años. Le siguieron los **créditos para consumo de los hogares en claro ascenso respecto a 2006**. También el crédito hipotecario para la adquisición de vivienda experimentó un fuerte aumento entre 2006 y 2007.

Las **tasas de interés tanto activas como pasivas aumentaron** respecto a los años anteriores debido a la reforma de la Ley Financiera por el Congreso Nacional, la cual obligó a transparentar las tasas de interés incorporando las comisiones bancarias en dichas tasas.

Los gastos totales también aumentaron durante 2007 debido a un incremento de los gastos de capital y de los sueldos y salarios como resultado del proceso de homologación salarial.



2. COMPAÑÍA

2.1. VENTAS

La facturación de Artefacta en el año 2007 fue de USD 65,924 M, represando un decrecimiento del 6% en relación al año 2006 y un cumplimiento del 80% del valor presupuestado.

	Miles US\$
Real 2007	65,924
Real 2006	70,002
Presupuesto	82,000
Comparación con 2006	-6%
Cumplimiento presupuesto	80%

El 84% de las ventas se realizaron por el canal Tiendas, y el 16% por el canal Express. Dicha participación en el año 2006 fue de 79% y 21% por canal respectivamente.

El canal Tiendas creció de 63 tiendas a diciembre del 2006 a 65 tiendas en el 2007. El canal de Express decreció de 49 grupos en el 2006 a 48 grupos en el 2007.

Analizando las ventas por líneas, el 28% de las ventas corresponde a línea Blanca Nacional, el 23% línea Video, el 14% Comunicaciones, Blanca Importada y Audio participaron con el 9% cada una, Transporte el 6% y Cómputo el 5%.

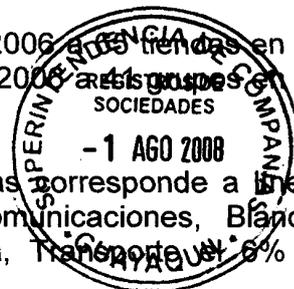
Clasificado por sublíneas, el 15% corresponde a Refrigeradoras, el 10% a Cocinas, el 9% a Lavadoras, 8% a TV 21". Las sublíneas de Mini-Sess y Celulares Porta participaron con el 7% cada una. Motos con el 6% y los TV + 21" y los DVDs con el 5% cada una.

Entre las marcas con mayor participación en ventas está L/G con el 19%, Indurama con el 16%, Sony con el 12%, Mabe con el 7%, Nokia con el 6% y Durex con Suzuki con el 5% de participación cada una.

En el año 2007 se inició la comercialización de Lotería Nacional en 23 Tiendas del país y Seguros de Vida y Accidente a nivel Nacional.

Con la finalidad de fortalecer la imagen de Artefacta, se realizaron las siguientes actividades:

- Participación en la Feria de Durán.
- Participación en la Feria de Cómputo de Expoplaza.
- Auspiciante principal de carrera "El Reto de los 1000 Km".
- Auspicio para el programa de mayor raiting en el país en el año "Bailando por un Sueño".



Las Campañas de ventas más representativas fueron:

- La Campaña del Día de la Madre en la cual la Oferta de Valor fue **"Porque Mamá se Merece Más"**, con ella el cliente se podía llevar electrodomésticos desde televisores hasta lavadoras por un pequeño valor u obtener regalos gratis (determinados por rango de venta) como DVDs, microondas, licuadoras, etc.
- La Campaña de Navidad donde comunicamos: **"Un solo regalo no basta por eso Artefacta te da 3 más... y además medias cuotas gratis!"**

En el segundo semestre del 2007 se desarrolló una nueva línea de comunicación, basada en **electrodomésticos animados**, los cuales formaron parte de la campaña de Navidad. Los **electrodomésticos animados** representan una familia real, tienen vida propia y realizan actividades cotidianas con matiz humorístico.

2.2. CREDITO

El Mix de ventas del 2007 fue de 72% a crédito y 28% al contado. Se colocaron 117,488 créditos, con un valor a precio cash de USD 47,465 M con las siguientes características:

- **Cuota promedio:** USD 47.59
- **El valor promedio Crédito:** USD 404 (valor cash)
- **Plazo promedio:** 12 meses
- 3% se realizó con garante
- 35% sin Inicial y 65% con inicial
- Inicial promedio representó el 11% del precio cash (USD 28,65)



Perfil del cliente

- 87% están entre 23 y 60 años
- 88% tienen ingresos entre USD 101 a USD 500
- 39% nuevos, 61% reiterativos
- 41% dependientes, 59% Independientes

En febrero del 2007 se implementó la central de aprobación de crédito e inspecciones, especializando el área de crédito en la revisión de datos, documentos y políticas de crédito y enfocando a los puntos de venta a la obtención de clientes y generación de ventas. El área de inspecciones automatizada, permitió disminuir el tiempo de aprobación de los créditos. El aspecto más importante para recalcar de la central, es su aporte para la reducción de la morosidad de la cartera.

En el mes de mayo, el anuncio del Presidente de la República de regular las tasas de interés, reforma que concretó en agosto, **desaceleró el consumo, incrementó la morosidad y nos obligó a tomar medidas transitorias para modelar un nuevo esquema de estructuración de créditos, relacionado con la tasa de interés y plazos de colocación.**

A handwritten signature in black ink, appearing to be a stylized 'P' or similar character.

En mayo también iniciamos el proyecto de ventas institucionales (sólo para tiendas Guayaquil). Las primeras empresas fueron Conecel, Empresa Eléctrica del Ecuador (EMELEC) y Malaria.

En la campaña de Navidad se emitieron cartas Mailing aplicadas a clientes reiterativos desde el año 2002 al 2007 con buen record de pagos, asignándoles cupos preaprobados de crédito.

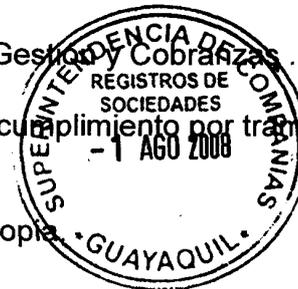
En la tercera semana de diciembre se reabrió la venta a 24 meses plazo sólo para la sublíneas de computadoras a clientes reiterativos con cuota inicial 10% exclusivamente para el canal tiendas.

A finales de año se realizó la venta de cartera por dos millones de dólares correspondientes a 6.372 clientes a la compañía Recapt S.A.

2.3. COBRANZAS

En el año 2007 la Gerencia de Cobranzas realizó las siguientes mejoras operativas:

- Contratación de Supervisores Regionales de Cobranzas agrupando las zonas en Costa (Norte y Sur) y Sierra (Norte y Sur).
- Estructura de Inspectores – Cobradores en las sucursales de la Costa y la Sierra.
- Implementación del Modelo Institucional para Gestión y Cobranzas.
- Pago de comisiones en función de la meta de cumplimiento por tramo de antigüedad.
- Apertura de refinanciamientos sobre cartera propia.



2.4. RIESGO

En el año 2007 se conformó la **Unidad de Riesgo de Artefacta**, la cual es responsable analizar el comportamiento de la cartera y difundirla con el objetivo de mejorar la calidad del portafolio.

Entre los aportes más destacados están:

- Análisis general de la cartera de créditos
- Matrices de siembras y cosechas
- Análisis de maduración del portafolio
- Análisis de recuperación de cartera
- Estadísticas de comportamiento del fondo de garantía

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized, cursive set of letters.

Riesgo y Morosidad

La matriz general de siembras y cosechas al 31 de Diciembre cerró en 8.8% la morosidad de la cartera, índice que muestra una tendencia de mejora en cuanto a la calidad del portafolio.

Los índices por tipo de canal fueron de 7.0% y 13.9% en Tiendas y Express respectivamente. Mientras que por tipo de cliente, nuevos 15.4% y reiterativos 4.8%.

A Diciembre del 2007 el 77% de la cartera correspondía a cartera centralizada.

Las medidas correctivas se realizaron en ciudades como Daule, Machala, Milagro, Ambato, Latacunga. También se aplicaron políticas más restrictivas para algunas tiendas y gran parte de los puntos express que muestran un riesgo superior de 1.5 veces el riesgo promedio de la cartera.

Durante el año se ha segmentado por categorías de riesgo las variables determinantes del crédito como son canal de venta, tipo de cliente, ciudades, plazo, monto de crédito, etc. Con esto hemos ajustado la relación **riesgo (morosidad) – retorno (tasa de interés)** de la cartera.

Esta segmentación de política tiene como objetivo obtener una morosidad inferior al 8% a mediados del 2008.

2.5. SISTEMAS Y OPERACIONES

Durante el primer trimestre del año 2007 se desarrollaron los modelos gerenciales de cartera y fondo de garantía, de acuerdo a las necesidades de las áreas de crédito, cobranzas y riesgo de la compañía.

En febrero del 2007 inició la operación el **Sistema de Aprobación de Créditos**, desarrollado por Artefacta, que incluye los submódulos:

- Digitalización de documentos en tiendas.
- Asignación de créditos a los analistas de la central por monto de crédito y carga de trabajo.
- Consulta de datos de los créditos e ingreso de tipo de inspección y observaciones sobre datos de la solicitud o documentos digitalizados en la central.
- Asignación de inspecciones por tipo de inspección y zona.
- Ingreso de datos de inspecciones.
- Consulta de estado de créditos en tiendas.
- Aprobación o negación del crédito por los analistas en la central.



A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'S' followed by a flourish.

En abril del 2007 Artefacta puso en producción el nuevo **Sistema Administrativo Financiero, Oracle E-Business Suite**, que incluye los siguientes módulos:

- Contabilidad General
- Cuentas por Pagar
- Cuentas por Cobrar
- Activos Fijos
- Conciliaciones Bancarias
- Administración de Efectivo
- Compras de Mercadería.
- Presupuesto.

Se instalaron los productos desarrollados por el área de Sistemas de Artefacta y que son requeridos para integrar la información comercial y de recursos humanos con el nuevo Sistema Administrativo Financiero.

Los productos son el **Front Logístico** y las **Interfases**. El Front Logístico es la herramienta utilizada por las bodegas y tiendas para control de inventarios. Las Interfases son programas que migran automáticamente las transacciones del sistema comercial y de recursos humanos a los diferentes módulos del Sistema Administrativo Financiero.

A partir de mayo del 2007 se realizaron modificaciones al sistema comercial para adecuarnos a los cambios gubernamentales, como la inclusión de las comisiones en el precio de venta. También se implementaron los programas para ventas a través del canal institucional y de nuevos productos como Seguros y Lotería.

Paralelamente se han realizado mejoras a la Central de Aprobación de Crédito con la finalidad de optimizar los procesos de análisis y aprobación de créditos.



2.6. ESTADOS FINANCIEROS

Los activos totales de Artefacta se redujeron de USD 29,027 M al 31 de diciembre del 2006 a USD. 27,391 M al 31 de diciembre del 2007, es decir un 5.64%, porcentaje menor comparándolo con la variación 2006 – 2005 donde su incremento fue del 12.0%.

DESCRIPCION	DIC./ 2007	DIC./2006	VAR. USD	VAR. %
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE				
EFFECTIVO EN CAJA Y BANCOS e INVERSIONES	2,275	2,640	-365	-13.83%
CUENTAS POR COBRAR, NETO	10,571	12,436	-1,865	-15.00%
INVENTARIOS, NETO	3,061	9,755	-6,694	-53.83%
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADOS	903	914	-11	-1.20%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	16,810	25,745	-8,935	-34.71%
ACTIVO NO CORRIENTE				
INSTALACIONES, MOBILIARIO Y EQUIPO, NETO	2,446	1,589	857	53.93%
CARGOS DIFERIDOS Y OTROS, NETO	2,447	608	1,839	302.47%
DOCUMENTOS POR COBRAR LARGO PLAZO	1,165	1,085	80	7.37%
FONDO DE GARANTIA	4,523	0	4,523	100.00%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	10,581	3,282	7,299	222.39%
TOTAL ACTIVO	27,391	29,027	1,636	5.64%

Las variaciones relevantes en los Activos son la disminución de las Cuentas por Cobrar netas en USD 1,865 M y del Inventario neto en USD 6,694 M. Se castigo la marca Artefacta por USD 4,779 M dentro del rubro de los Gastos y se procedió a subir de cuentas de orden a cuentas de balances el Fondo de Garantía por USD 4,523 M.

DESCRIPCION	DIC./ 2007	DIC./2006	VAR. USD	VAR. %
PASIVO Y PATRIMONIO				
PASIVO CORRIENTE				
PRESTAMOS BANCARIOS	1,789	3,093	-1,304	-42.16%
PROVEEDORES Y CUENTAS POR PAGAR	12,008	17,698	-5,690	-32.15%
PASIVOS ACUMULADOS	3,216	1,907	1,309	69.64%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	17,013	22,698	-5,685	-25.05%
PASIVO NO CORRIENTE				
DEUDA A LARGO PLAZO	215	432	-217	-50.23%
APORTE FUTURO AUMENTO DE CAPITAL		0	0	
INGRESOS DIFERIDOS VENTAS GEX	3,062	1529	1,533	100.26%
INGRESOS DIFERIDOS FONDO DE GARANTIA		0	0	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	3,277	1,961	1,316	67.11%



[Handwritten signature]

En los Pasivos se puede evidenciar que la empresa cumplió con los compromisos pagando los Préstamos Bancarios de corto y largo plazo, cuya reducción fue de 42.16% y 50.23% respectivamente. También se redujo el monto de las obligaciones con los Proveedores en 32.15%. Se incrementaron los Ingresos Diferidos GEX en un 100.2%, constituyendo una utilidad a realizarse según el plazo contratado.

DESCRIPCION	DIC./ 2007	DIC./2006	VAR. USD	VAR. %
PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS				
CAPITAL SOCIAL	10,152	10,152	0	0.00%
DISMINUCION DE CAPITAL	0	-10,151	10,151	100.00%
AUMENTO DE CAPITAL	4,849	4,849	0	0.00%
APORTE PARA AUMENTO DE CAPITAL	4,121	0	4,121	100.00%
RESERVAS	4,621	4,390	231	5.26%
DEFICIT ACUMULADO	-17,035	-7,163	-9,872	137.82%
SUPERAVIT DE CAPITAL - INMUEBLES	372	0	372	100.00%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	22	2,188	-2,166	-98.99%
TOTAL PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS	7,101	4,368	2,733	62.57%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	27,391	29,027	1,636	5.64%

En el año 2007 los accionistas inyectaron dinero en efectivo en forma de aporte para futuro aumento del capital social, este hecho genera confianza en los organismos de control y las instituciones bancarias.

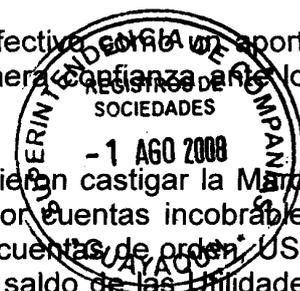
El déficit acumulado se incrementó debido a que decidieron castigar la Marca Artefacta cuyo efecto neto se dió en USD 4,047 M. Por cuentas incobrables 2006 – 2005 USD 1,885 M que estaban registradas en cuentas de orden USD 3,498 M ajustes ejercicios anteriores y USD 442 M del saldo de las Utilidades 2006.

Las ventas netas de mercaderías cayeron en 1% en relación al año 2006 por USD. 522 m, mientras que el costo de ventas creció en un 6.7% consecuencia de ajustes realizados por efecto de la subida de las cuentas de orden al balance.

Los gastos de operación crecieron 5.49% de USD. 18,339 M al 31 de diciembre del 2006 á USD. 19,346 M al 31 de diciembre del 2007.

Otros Ingresos de igual forma crecieron en un 55.4% debido a los Ingresos por Fondo de Garantía que ascienden a USD 9,377 M, originados en parte por la regularización de las cuentas de orden.

Como consecuencia de los Estados Financieros antes expuestos, la Utilidad a disposición de los Accionistas al 31 de diciembre del 2007 fue de USD 22 M.



[Handwritten signature]

3. PERSPECTIVAS 2008

3.1. ESTRATEGIAS

Las estrategias para el año 2008 son las siguientes:

- Crecimiento en ventas del 5%
- Reducción de puntos de venta, de 106 (actualmente) a 93 con la siguiente configuración de canal y regiones.

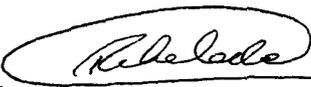
CANAL	REGION	ENERO	DICIEMBRE
TIENDAS	GUAYAQUIL	15	14
	QUITO	13	13
	COSTA	23	22
	SIERRA	15	14
TOTAL TIENDAS		66	63
EXPRESS	GUAYAQUIL	15	10
	QUITO	10	8
	COSTA	7	6
	SIERRA	8	6
TOTAL EXPRESS		40	30
TOTAL ARTEFACTA		106	93

- Mix de la ventas:
 - ✓ 75% a crédito
 - ✓ 14% de contado
 - ✓ 11% con Tarjeta de Crédito
- Optimización financiera:
 - ✓ Mejora de liquidez por disminución del porcentaje retenido para el Fondo de Garantía Banco Pichincha. Al cierre del 2007, nos retenían en promedio el 16% y la meta es retornar al 10% gradualmente.
 - ✓ Reducción de costos financieros por venta de cartera al Banco MM Jaramillo Arteaga en un monto de USD 10 MM y mejora de liquidez por mantener un Fondo de Garantía del 10% sin recurso.
- Reducción de gastos:
 - ✓ Reducción de gastos de personal en USD 133 M.
 - ✓ Reducción de gastos de publicidad en USD 52 M.
 - ✓ Reducción de gastos de comunicaciones en USD 70 M.
 - ✓ Cambio de política para pago de remuneración variable como contingencia a regulaciones sobre tercerización.



Agradezco por la confianza depositada

Atentamente,


Ing. Raúl Chehade
GERENTE GENERAL.
ARTEFACTA