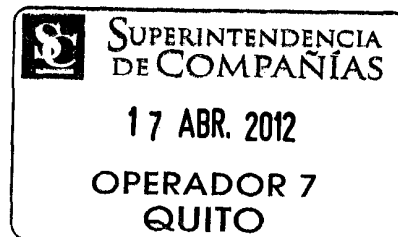


QUITO, 21 MARZO DEL 2012

SEÑORES
ACCIONISTAS
CORPORACION SUPERIOR S.A.

PRESENTE.-



INFORME DE GERENCIA

De mi consideración:

Por medio de la presente pongo a su consideración y conocimiento el Informe de Gerencia que resume las actividades correspondiente al ejercicio económico del 2.011

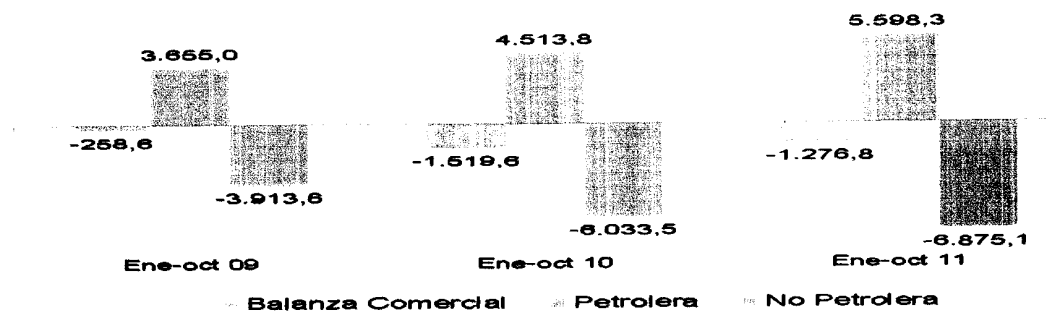
1.- ENTORNO ECONOMICO

El crecimiento económico del Producto Interno Bruto fue del 6.5% en lugar del 3.6% del año anterior, derivado del nivel de inversión pública, del consumo de los hogares y del Precio del petróleo que se ha incrementado. Este es una reactivación frente al bajo crecimiento del 1% del año 2009

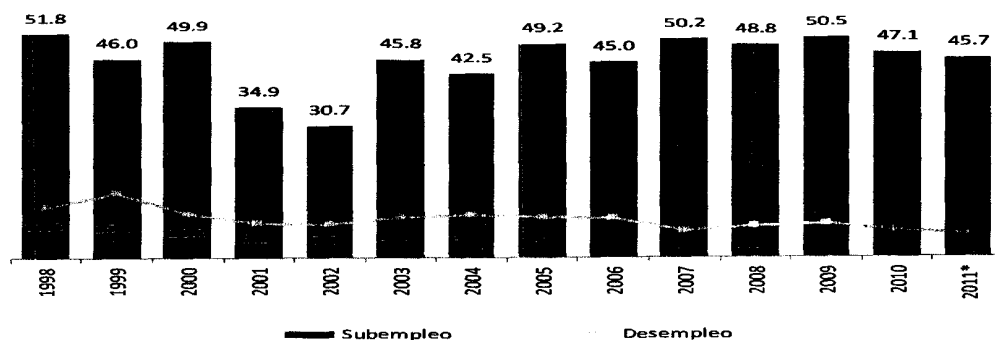
La inflación del país se ha incrementado significativamente este año; se ha ubicado en 5.4%, mayor que la del año anterior que fue del 3,3%. Por sectores es de Alimentos y Bebidas, Prendas de Vestir, Restaurantes y Hoteles son los que más se ajustaron.

Alimentos y bebidas no...	8.1%
Prendas de vestir y calzado	7.8%
Restaurantes y hoteles	7.2%
Educación	6.1%
Muebles, equipamiento...	5.9%
Bienes y servicios diversos	5.8%
Bebidas alcohólicas, tabaco...	4.1%
Salud	3.5%
Transporte	3.2%
Comunicaciones	2.1%
Alojamiento, agua, gas...	1.4%
Recreación y cultura	0.4%

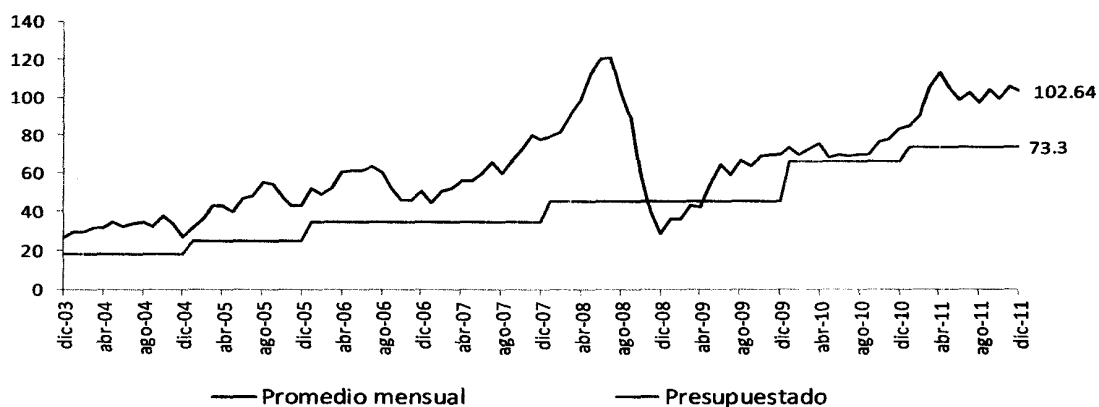
En términos de comercio exterior existe un déficit comercial de 1.276 millones de dólares al ser las exportaciones menores a las importaciones



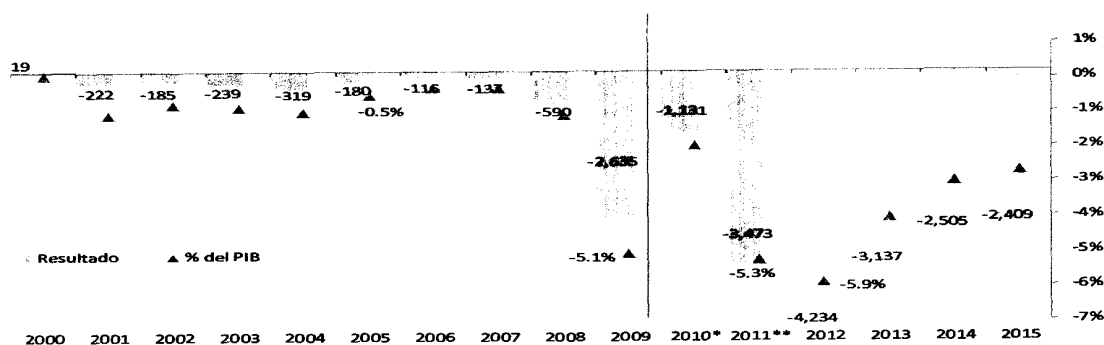
De la población económicamente activa hay un 45.7% está en subempleo, y en desempleo un 5.5% que se ha reducido frente a años anteriores..



La evolución de los precios del Petróleo son mayores a lo presupuestado, pero hay un déficit presupuestario



Para el presupuesto del 2012 el Estado necesitará financiar alrededor de \$ 4.234 millones, por lo que debemos recurrir a la adquisición de una nueva deuda con organismos internacionales y países afines al Ecuador, que resultará muy complicada o reducir sustancialmente la inversión pública.



- Para el 2012 hay que seguir los indicadores de el precio del petróleo, el pago de deuda del gobierno, los depósitos del gobierno (liquidez), la evolución de los créditos y depósitos en el sistema financiero privado, el financiamiento público y la balanza comercial y de pagos para ver su efecto en el sector empresarial

A continuación procedo a describir los resultados en las diferentes áreas de Gestión de la compañía durante el 2011

2.- AREA COMERCIAL

En la Línea de Negocio del Área Industrial, en el 2,011 las ventas de harina llegaron a 72.226 TM en lugar de las 72.059 TM del 2.010 (equivalente a un pequeño crecimiento del 0.23%) y su facturación fue de US \$ 49.5 millones de dólares, las de subproductos sumaron US \$ 6.5 , las Grasas vendieron un total de 1.642 TM por un valor de Us \$ 2.5 M de dólares.

Los presupuestos en volúmenes se cumplieron al 99% y se vendieron un total de 1,444.532 sacos en las siguientes marcas:

Subgrupo	Unidades	Dolares	P.Prom
FRANCE	815,017	\$ 27,956,418.92	34.30
PAND'ORO	376,436	\$ 13,217,796.48	35.11
PASTARINA	81,988	\$ 2,743,671.04	33.46
PANARINA	72,583	\$ 2,381,978.01	32.82
REPOSTERA	53,464	\$ 1,890,250.75	35.36
GALLETERA	33,632	\$ 946,077.10	28.13
INTEGRAL	9,821	\$ 354,463.76	36.09
MADERA	1,592	\$ 51,603.00	32.41
Total	1,444,532	\$ 49,542,259.06	34.30

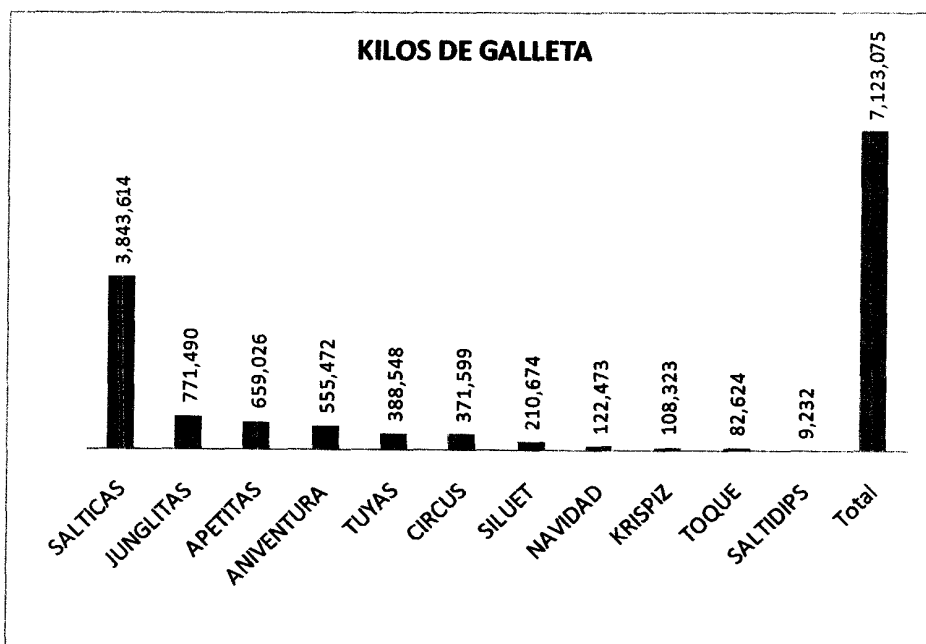
**PASTAS ALIMENTICIAS:
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN TONELADAS**

En el área de Consumo, en el producto Fideo se vendieron 9.023 TM en lugar de las 9.633 tm del año anterior. La marcas privadas representa el 69.13% de las ventas totales, que en el 2010 era del 67.5%, es decir se está posicionando mejor la marca privada

Subgrupo	Unidades	Dolares	P.Prom
AMANCAY	5,629,038	\$ 6,132,331.11	1.089
GRANEL	2,785,950	\$ 2,470,274.19	0.887
ITALIA	318,318	\$ 235,254.98	0.739
SANTAMARIA	132,695	\$ 148,999.86	1.123
MAMATERE	57,590	\$ 68,809.58	1.195
BIENESTAR	52,839	\$ 88,599.82	1.677
ITALISUPER	46,624	\$ 62,779.09	1.346
Total	9,023,054	\$ 9,207,048.63	1.020

**GALLETAS:
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN TONELADAS**

Para el 2011 se vendieron 7.123 TM de Galleta, esta venta está sustentado en las marcas Salticas, Junglitas, Apetitas, Aniventuras, Tuyas y Circus y las demás marcas en sus diferentes presentaciones conforme al gráfico adjunto:

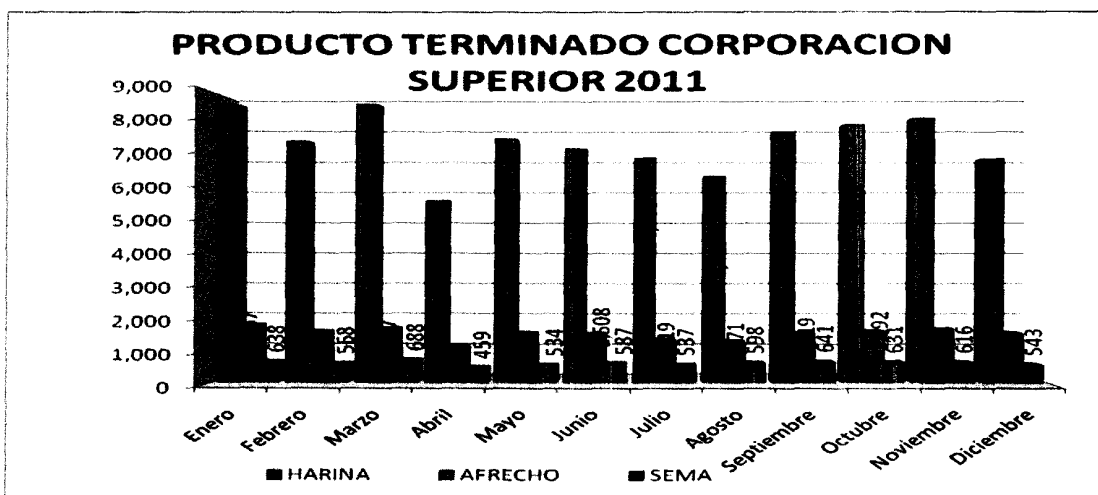


4.- AREA DE PRODUCCION:

La producción se ha mantenido muy estable, obteniendo una molienda global de trigo igual a 115.129 toneladas, con un promedio mensual de 9.594 toneladas.

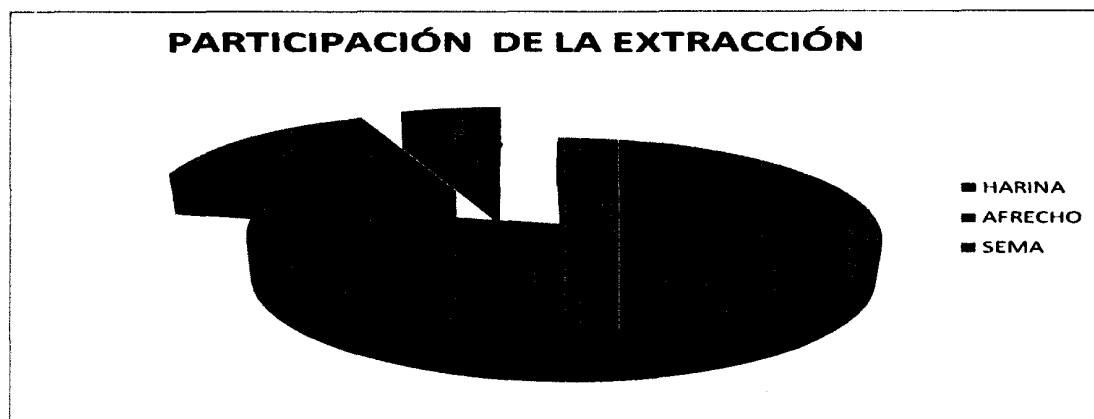


Las cantidades de producto terminado que se obtuvieron en la molienda son las siguientes:



A nivel de extracción por producto, se obtuvo la siguiente participación: Harina 78,15%, Afrecho 15,72% y Sema 6,14%. Esto significa que la empresa mantiene sus

niveles de extracción dentro de parámetros de producción, obteniendo mejor rentabilidad por el saco de harina.



5.- AREA FINANCIERA.

El Estado de Resultados al cierre del ejercicio es el siguiente:

<i>Miles de Dólares</i>		
	ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	2,011
1	<i>Ventas Netas</i>	87.899
2	<i>Costo de la Mercadería Vendida (-)</i>	74.396
3	<i>Gastos de Ventas</i>	9.883
4	<i>Gastos de Administracion</i>	1.540
	Utilidades en Operación	2.080
5	<i>Otros Ingresos 2</i>	29
6	<i>Gastos Financieros (-)</i>	530
	Utilidad Antes de Impuestos	1.578
	Impuestos	769
	Utilidad Neta	809

Dentro de los principales componentes del costo, el costo de ventas representa el 85. % sobre ingresos totales, en el 2.011. Los Gastos Administrativos y Comerciales se han situado en un promedio del 13% y la utilidad neta de la empresa luego de impuestos para el año 2.011 fue equivalente al 1% sobre ventas.

Dentro de los indicadores financieros el índice de Liquidez corriente muestra un valor de 1.34 .lo cual da la pauta que la compañía mantiene una liquidez acertada para poder cumplir con sus obligaciones de corto plazo.

Con respecto a los montos de endeudamiento con Bancos locales podemos advertir, se mantiene excelentes relaciones comerciales. Sus obligaciones con terceros, se

encuentra balanceados sus activos de corto plazo con sus obligaciones de corto plazo. Los activos fijos van en armonía con los pasivos de largo plazo.

5.- RECURSOS HUMANOS

Fruto de la Planeación Estratégica realizada para el grupo durante el 2011, se ha exigido una rigurosa planificación de los departamentos de Recursos Humanos. Se convino en perfeccionar el sistema de comunicación interna de forma centralizada para todas las regionales, promoviendo un ambiente de trabajo satisfactorio, enmarcado en los valores corporativos. Comunicar efectivamente la información pertinente a todos los niveles de la organización de manera formal, clara y oportuna, a fin de que el personal se sienta más identificado con la Empresa y reconozca su cultura Organizacional.

Con la finalidad de conseguir una mayor coherencia de los perfiles de los puestos, se adoptaron descripciones de puestos de forma homologada.

Un punto importante a mencionar es la gestión de capacitación; que a más de dictar cursos específicos para diferentes áreas según las necesidades, desarrolló programas más estructurados y continuos como la Escuela de Ventas Superior, enfocado a desarrolladores de cobertura, ejecutivos de ventas, asistentes de ventas facturadoras. Esta escuela consta de 8 módulos diseñados en base a los requerimientos del área comercial con el fin de desarrollar el potencial de sus ejecutivos y brindarles más herramientas para que aporten más efectivamente en la Dirección Comercial.

Otra área importante de resaltar en cuanto a capacitación en el 2011 es Trade Marketing, que se capacitó a través de un programa de Merchandising donde se vieron temas muy importantes en la gestión diaria de mercaderistas.

Con respecto a la rotación de empleados administrativos se mantuvieron niveles bajos, los cuales evidencian un buen proceso de selección y satisfacción de empleados en sus puestos de trabajo.

Se emprendieron actividades encaminadas a favorecer el bienestar del personal entre ellas la salud, como ejemplo: se están realizando estudios ergonómicos en cada puesto de trabajo, para prevenir posibles afecciones derivadas del mismo; se están formando los comités de seguridad y salud en todas las regionales, quienes velan por el bienestar general del personal, y controlan el cumplimiento de las normas establecidas para los trabajadores, se ocupan de la valoración de las condiciones de trabajo y la prevención de riesgos ocupacionales.

Con el departamento médico se realizaron programas de vacunaciones a nivel nacional, así como programas de prevención de la salud, se ofrecieron exámenes gratuitos al personal.

Se contrató la trabajadora social, la misma que está preocupada de los seguimientos del estado general de salud físico, mental y social de los empleados.

Se han mejorado las instalaciones en las plantas, para el bienestar de los empleados. Se construyeron nuevos baños, nuevos cancelas, se equiparon y ampliaron los comedores, existen salas de capacitaciones.

Hemos trabajado de manera alineada con los departamentos de RRHH de todas las regionales, para estandarizar Sistemas de Seguridad y Salud, Políticas y Beneficios tratando de contribuir con un mejor clima, para conseguir igualdad de condiciones entre las distintas regionales.

Atentamente,

Santiago Vergara
Gerente General
Corporación Superior S.A,

