

Quito a 13 de mayo de 2013.

INFORME GERENCIAL SUPERLIQUORS S.A.

Señores Accionistas:

En cumplimiento de mis funciones como Gerente General de Superliquors S.A. y de conformidad con las disposiciones emitidas por la Superintendencia de Compañías procedo a emitir el Informe de Gerencia General correspondiente al ejercicio fiscal 2012.

Entorno Macroeconómico Nacional

La tasa de crecimiento económico en 2012 fue de 4.8%, implica una desaceleración de 3 puntos porcentuales frente al crecimiento de 7.8% en el 2011, por lo que la economía se desaceleró.

Por sector económico, el sector de crecimiento más notable fue el de la construcción, que en los primeros nueve meses ya superó con creces las expectativas oficiales de crecimiento para todo el año. Habría crecido un 12% en 2012, poco más de la mitad del crecimiento de 2011, pero casi el doble de la previsión para el año pasado. En cambio, las manufacturas difícilmente alcanzarán la tasa de crecimiento de 6.8% prevista por las autoridades. El crecimiento estará entre 4% y 5%.

La agricultura tuvo un mal año 2012, en cambio el crecimiento de la pesca y acuicultura fue excelente. La previsión oficial da un crecimiento agrícola de 4.0% y pesquero de 1.5%. La agricultura habría decrecido en 2012 mientras que la acuicultura y pesca habrían crecido sobre 10%.

La producción petrolera tuvo un crecimiento inferior a 1% y la producción de derivados se contrajo fuertemente por los trabajos de reacondicionamiento de la refinería de Esmeraldas.

El comercio creció por encima del 5%; los servicios financieros, previstos a crecer 5.4% en 2012, habrían crecido entre 3,5% y 4.0%, como consecuencia de las medidas de restricción del crédito.

Situación Fiscal

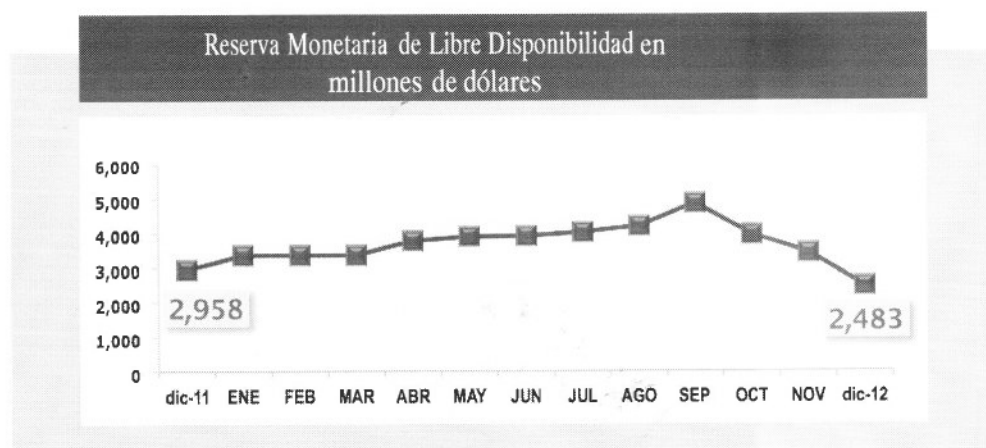
El crudo ecuatoriano promedió \$98 por barril en el año 2012, según cifras provisionales, similar al precio de 2011. La estabilidad del barril de petróleo a un excelente precio mantuvo sana la situación fiscal, pero no permitió el aumento del gasto en el mismo ritmo que en 2011 y de ahí que el crecimiento económico se haya desacelerado en tres puntos porcentuales.

La posta en el dinamismo de ingresos fiscales ya no la tiene el petróleo sino que la han tomado los impuestos. En los primeros 9 meses del 2012, los ingresos tributarios y afines aumentan en \$ 2,586 millones en relación con las recaudaciones de 2011, lo que da un aumento de 21%. Esto es producto de prácticas más exigentes en el control tributario, así como de mayores impuestos. En 2012 los ingresos tributarios serían el 27% de la economía y los petroleros, incluyendo el superávit de las administraciones públicas (en que las superavitarias son las petroleras), representan el 21%.

Sector Externo

La reserva monetaria internacional se ubicó en \$2,483 millones, según datos provisionales, lo que implica una reducción de \$475 millones en relación al cierre de 2011. En 2011 el Ecuador recurrió a un importante crédito de China. No hay evidencia que el país haya recurrido a un crédito similar en 2012.

Es de observar que los fondos del sistema financiero que forman parte de las reservas del Banco Central fueron de \$2,127 millones a noviembre 30.



Fuente: BCE

En los primeros 11 meses del año, las exportaciones crecen 7.6%, de las cuales las petroleras, incluyendo combustibles, se expanden 6.9%. Las exportaciones privadas tradicionales de índole agrícola y pesquero a duras penas crecen 1.7%. Son las exportaciones menores las de mayor expansión, con 13.9%.

En los primeros 11 meses del año las importaciones sólo aumentaron 5.5% sobre el mismo período de 2011, como consecuencia de las medidas restrictivas adoptadas a inicios del segundo semestre. El crecimiento de las importaciones no petroleras fue de 4.9%.

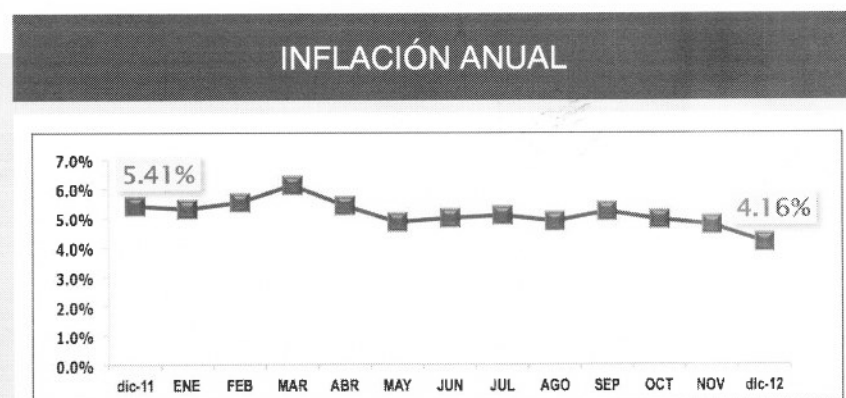
Las importaciones de bienes de capital fueron las que más crecieron, con una 10%. Las de materias primas en sólo 1.4% y las de consumo 2.0%.

TOTAL DE IMPORTACIONES			
en millones de dólares FOB			
	Total Importaciones	No Petroleros	Combustible y Lubricantes
2007	12,895	10,317	2,578
2008	17,415	14,198	3,217
2009	14,071	11,733	2,338
2010	19,279	15,236	4,043
2011	22,946	17,859	5,087
2012 (*)	24,235	18,736	5,499

(*) Diciembre 2012, nuestra proyección.
FUENTE: BCE (www.bce.fin.ec).

Inflación

La inflación cerró 2012 en 4.2%, 1.2 puntos porcentuales menos que en 2011 e inferior a la previsión, como consecuencia de una caída de precios en diciembre. El promedio anual fue de 5.1%. La previsión es que este año la inflación no presente mayor variación frente a la del año pasado.



Fuente: INEC

Empleo

En el segundo semestre de 2012 el desempleo nacional fue de 4.1%, ligeramente menor que en el segundo semestre de 2011, y un porcentaje normalmente asociado con el empleo.

Las políticas públicas llevan a un mayor número de empleos plenos, eso es cierto, pero margina a un número incluso mayor de la actividad remunerada.



Fuente: INEC.

Situación de la banca

La banca privada creció en el año 2012, a pesar del inferior comportamiento de la economía. A diciembre, los depósitos crecieron 17.37% en relación a diciembre del año 2011, destacándose el crecimiento de los depósitos monetarios, con 21.88%.

La cartera total, incluyendo ciertos contingentes, es de \$18,047 millones a diciembre, un crecimiento anual de 17.79%. Las operaciones netas de la banca privada fueron al cierre de diciembre el 18.3% del PIB, casi idéntico al de un año atrás.

Las utilidades del sistema financiero a diciembre cierran en \$314 millones, una reducción anual de \$ 79 millones, es decir -20.14% menos rentable que el 2011.

PERSPECTIVAS 2013

A finales del año pasado, y con vigencia a partir de 2013, se aprobó una reforma tributaria para el sector financiero. Se gravó con IVA a los servicios financieros, se incrementó en un 300% el impuesto a los activos de la banca en el exterior (incluso a los activos que mantienen las subsidiarias en el exterior) y se modificó el anticipo del impuesto a la renta fijándolo en el 3% de los ingresos gravados. Además, se prohibió el traslado de las cargas tributarias a los clientes.

La combinación de éstas medidas generará una reducción neta de unos \$240 millones sobre las utilidades bancarias del presente año.

El Estado seguirá percibiendo importantes ingresos petroleros que se sumarán a los ingresos tributarios, éstos últimos con una tendencia creciente dada la elevada carga tributaria. Pero los ingresos petroleros ya no estarán al alza, y por lo tanto el gasto público no podrá ser herramienta para acelerar el crecimiento económico.

No se espera un repunte de los precios de las materias primas en 2013. El precio de nuestro crudo promediaría algo más de \$95 el barril, precio ligeramente inferior al de 2012.

Las autoridades nacionales consideran que del 4.8% previsto para 2012, el crecimiento bajaría a 4.0% en 2013. El Banco Mundial coincide con el 4.0% para el presente año, pero considera que el crecimiento fue bastante menor en 2012. La Cepal piensa que la desaceleración sería a 3.5% en 2013.

ENTORNO COMERCIAL

ESTADÍSTICA GENERAL DE VENTAS 2011 - 2012

	2011		2012		VARIACIÓN	
	CJ 9 LTS	DÓLARES	CJ 9 LTS	DÓLARES	CJ 9 LTS	DÓLARES
ENERO	1,252	\$ 111,287.34	1,854	\$ 169,890.02	48%	53%
FEBRERO	1,438	\$ 143,455.59	1,793	\$ 187,064.89	25%	30%
MARZO	2,071	\$ 196,122.22	1,032	\$ 104,174.68	-50%	-47%
ABRIL	1,648	\$ 166,624.83	2,104	\$ 193,686.64	28%	16%
MAYO	2,434	\$ 216,632.98	3,142	\$ 264,933.71	29%	22%
JUNIO	2,668	\$ 203,491.27	3,019	\$ 258,964.54	13%	27%
JULIO	2,139	\$ 151,590.49	1,886	\$ 190,712.63	-12%	26%
AGOSTO	2,025	\$ 180,982.71	2,183	\$ 222,930.22	8%	23%
SEPTIEMBRE	1,798	\$ 179,301.78	1,587	\$ 171,564.48	-12%	-4%
OCTUBRE	3,279	\$ 286,517.09	4,248	\$ 446,959.48	30%	56%
NOVIEMBRE	5,253	\$ 468,890.92	5,650	\$ 664,088.55	8%	42%
DICIEMBRE	4,081	\$ 360,253.40	3,942	\$ 387,790.52	-3%	8%
TOTAL	30,085	\$ 2,665,150.62	32,439	\$ 3,262,760.36	8%	22%

ANÁLISIS POR CANALES

CANAL	CJS 9 LTS	DÓLARES	PESO
AUTOSERVICIOS	17,624	\$ 1,798,536.20	54%
MAYORISTAS	7,177	\$ 682,324.82	22%
DISTRIBUIDORES	2,601	\$ 234,712.05	8%
DETALLISTA	188	\$ 19,258.28	1%
EMPLEADOS	675	\$ 70,219.04	2%
HORECA	1,856	\$ 205,117.09	6%
INSTITUCIONALES	1,443	\$ 118,657.82	4%
REFERIDO	683	\$ 108,718.69	2%
RETAIL	192	\$ 25,216.37	1%
TOTAL	32,439	\$ 3,262,760.36	100%

Autoservicios

CLIENTE	2011		2012		PESO 2011		PESO 2012	
	CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES
SUPERMAXI	10,578	\$ 983,319	12,438	\$ 1,334,684	69%	71%	71%	74%
MI COMISARIATO	2,638	\$ 217,957	3,170	\$ 274,252	17%	16%	18%	15%
SANTA MARIA	1,173	\$ 85,999	1,136	\$ 96,452	8%	6%	6%	5%
OTROS	983	\$ 89,772	880	\$ 93,148	6%	7%	5%	5%
	15,372	\$ 1,377,047	17,624	\$ 1,798,536	100%	100%	100%	100%

Del total de ventas generadas en el 2012, USD \$1.798.536 corresponden al canal autoservicio y de este total el 94 % de las ventas las generan tres cadenas, siendo Corporación La Favorita (SUPERMAXI) quien lidera las ventas, esto nos hace altamente dependientes a esta cadena.

ANÁLISIS POR TIPO DE LICORES

	2011		2012		PESO 2011		PESO 2012	
	CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES
VINO	12,059	\$ 1,042,004	15,103	\$ 1,354,373	78%	76%	86%	75%
AGUAR	569	\$ 52,940	1,029	\$ 118,408	4%	4%	6%	7%
WHISK	538	\$ 60,972	496	\$ 159,526	3%	4%	3%	9%
VERMO	783	\$ 72,493	423	\$ 71,445	5%	5%	2%	4%
PISCO	373	\$ 44,352	333	\$ 47,678	2%	3%	2%	3%
GIN	72	\$ 11,575	93	\$ 20,057	0%	1%	1%	1%
CREMA	782	\$ 61,631	51	\$ 4,484	5%	4%	0%	0%
CHAMP	26	\$ 2,043	39	\$ 9,226	0%	0%	0%	1%
TEQUI	47	\$ 7,209	31	\$ 8,893	0%	1%	0%	0%
VODKA	20	\$ 2,273	14	\$ 2,095	0%	0%	0%	0%
RON	29	\$ 2,702	9	\$ 1,825	0%	0%	0%	0%
APERIT	76	\$ 16,851	2	\$ 528	0%	1%	0%	0%
	15,372	\$ 1,377,047	17,624	\$ 1,798,536	100%	100%	100%	100%

El principal grupo de artículos que se vende en este canal son los vinos, con un peso del total de ventas del 75% seguido por el whisky con un 9% y luego por el aguardiente con un 7% de participación, se debe mencionar que a partir del mes de junio las ventas de los licores considerados como "espirituosos", especialmente los europeos, sufrieron una caída ya que el precio de venta se triplico. Para el último trimestre del año el 87% de los pedidos generados por el canal autoservicios fue en vinos y el 4 % en aguardiente.

Dentro de la familia vinos la marca Gato Negro representa el 58% de las ventas de la categoría.

Mayoristas

El canal mayoristas está conformado por 50 clientes mismos que están clasificados por clientes A, B, C, los clientes A son aquellos clientes que tienen gran capacidad de compra y por ende tienen los mejores descuentos, lo B son clientes con mediana capacidad de compra y de pago, y por último los clientes

mayoristas C son los aquellos clientes de tiene promedios de compra de alrededor de 4 cajas por pedido.

Dentro de la clasificación como mayoristas A están 15 clientes que hacen el 70 % de las ventas del canal. El principal producto que adquirieron fue el vino (con la marca Gato Negro), seguido de los productos dentro de la clasificación aguardiente como es el pisco, la cachaca y el aguardiente colombiano.

		2011		2012		PESO 2011		PESO 2012	
		CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES
MAYORISTAS	VINO	3,364	\$ 275,240	3,949	\$ 316,454	49%	44%	55%	46%
	AGUAR	480	\$ 45,308	1,389	\$ 133,756	7%	7%	19%	20%
	CREMA	1,019	\$ 55,578	558	\$ 41,689	15%	9%	8%	6%
	WHISK	942	\$ 102,066	267	\$ 40,854	14%	16%	4%	6%
	CHAMP	365	\$ 63,952	256	\$ 49,558	5%	10%	4%	7%
	VERMO	305	\$ 27,351	188	\$ 26,252	4%	4%	3%	4%
	PISCO	144	\$ 16,798	171	\$ 23,656	2%	3%	2%	3%
	VODKA	73	\$ 9,406	146	\$ 16,850	1%	2%	2%	2%
	RON	47	\$ 3,121	106	\$ 6,443	1%	1%	1%	1%
	GIN	14	\$ 2,262	94	\$ 16,694	0%	0%	1%	2%
	TEQUI	76	\$ 10,875	33	\$ 6,366	1%	2%	0%	1%
	APERIT	59	\$ 11,307	19	\$ 3,753	1%	2%	0%	1%
		6,886	\$ 623,263	7,177	\$ 682,325	100%	100%	100%	100%

Distribuidores

Dentro de esta clasificación están todos aquellos clientes que tienen por lo menos dos vendedores como fuerza de ventas. Este tipo de clientes están ubicados principalmente en todas las provincias del país, las categorías de vinos y aguardientes son las más vendidas con las marcas Gato Negro y Aguardiente Blanco del Valle

		2011		2012		PESO 2011		PESO 2012	
		CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES
DISTRIBUIDOR	AGUAR	270	\$ 25,998	350	\$ 37,199	10%	10%	13%	16%
	APERIT	35	\$ 7,279	29	\$ 5,899	1%	3%	1%	3%
	CHAMP	30	\$ 2,554	0	-\$ 18	1%	1%	0%	0%
	CREMA	345	\$ 19,791	74	\$ 5,909	13%	8%	3%	3%
	GIN	6	\$ 961	14	\$ 2,386	0%	0%	1%	1%
	PISCO	66	\$ 8,035	90	\$ 13,340	2%	3%	3%	6%
	RON	46	\$ 3,067	109	\$ 7,912	2%	1%	4%	3%
	TEQUI	23	\$ 3,483	1	\$ 214	1%	1%	0%	0%
	VERMO	119	\$ 11,076	59	\$ 7,049	4%	4%	2%	3%
	VINO	1,545	\$ 143,471	1,745	\$ 142,928	57%	58%	67%	61%
	VODKA	48	\$ 3,924	107	\$ 8,454	2%	2%	4%	4%
	WHISK	159	\$ 18,652	22	\$ 3,441	6%	8%	1%	1%
		2,692	\$ 248,290	2,601	\$ 234,712	100%	100%	100%	100%

		2011		2012		PESO 2011		PESO 2012	
		CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJ 9 LTRS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES	CJS 9 LTS	DÓLARES
AGUAR	AGUARDIENTE	157	\$ 14,426	241	\$ 24,054	10%	10%	14%	17%
	CACHACA	113	\$ 11,572	110	\$ 13,146	7%	8%	6%	9%
		270	\$ 25,998	350	\$ 37,199	17%	18%	20%	26%

Canal Horeca

Este canal atiende a hoteles, restaurantes y catering de la ciudad de Quito y Guayaquil, su fortaleza en cuanto al portafolio es el vino representando el 58,4% de las ventas en el año 2012, superior a la participación del 2011 que tuvo 49,4%. La segunda categoría es Cremas con el 25%.

El año 2012 fue un año de cambios en el esquema de ventas, se incorporaron nuevas zonas y rutas, se completó el equipo con un supervisor que además de tener responsabilidades directas sobre los resultados de su equipo también atendió directamente a las cuenta claves.

		2.011		2.012		PESO 2011		PESO 2012	
		Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares
HORECA	VINO	1.000,5	\$ 113.144	1.083,6	\$ 120.118	49,4%	55,6%	58,4%	58,6%
	CREMA	556,8	\$ 29.861	459,8	\$ 35.328	27,5%	14,7%	24,8%	17,2%
	PISCO	92,2	\$ 11.991	107,6	\$ 17.542	4,6%	5,9%	5,8%	8,6%
	AGUAR	69,8	\$ 7.547	88,7	\$ 12.891	3,4%	3,7%	4,8%	6,3%
	VERMO	126,2	\$ 12.147	63,1	\$ 9.898	6,2%	6,0%	3,4%	4,8%
	APERIT	51,0	\$ 11.246	20,2	\$ 4.411	2,5%	5,5%	1,1%	2,2%
	TEQUI	70,8	\$ 11.592	10,2	\$ 1.955	3,5%	5,7%	0,6%	1,0%
	VODKA	17,5	\$ 1.286	8,3	\$ 892	0,9%	0,6%	0,4%	0,4%
	WHISK	21,2	\$ 2.690	6,9	\$ 1.210	1,0%	1,3%	0,4%	0,6%
	RON	10,9	\$ 867	5,1	\$ 482	0,5%	0,4%	0,3%	0,2%
	CHAMP	5,5	\$ 551	1,3	\$ 128	0,3%	0,3%	0,1%	0,1%
	GIN	3,8	\$ 652	1,2	\$ 262	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%
	TOTAL GENERAL	2.026,1	\$ 203.572	1.856,1	\$ 205.117	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En el manejo del portafolio la marca líder aún es Gato Negro, sin embargo el mix está bien diversificado. Por ejemplo está el Uvita o Benjamín que tienen participaciones importantes dentro de la venta total.

		2.011		2.012		Peso 2011		Peso 2012	
		Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares
VINO	GATO NEGRO	218,6	\$ 20.920	296,6	\$ 27.294	22%	18%	27%	23%
	VINO UVITA	246,9	\$ 7.744	216,0	\$ 8.184	25%	7%	20%	7%
	BENJAMIN	101,8	\$ 12.221	133,4	\$ 12.869	10%	11%	12%	11%
	SANTA HELENA VARIETAL	143,1	\$ 12.857	114,8	\$ 10.787	14%	11%	11%	9%
	SELECCIÓN DEL DIRECTORIO	64,1	\$ 13.273	59,4	\$ 13.483	6%	12%	5%	11%
	LA FINCA	3,8	\$ 437	41,6	\$ 5.299	0%	0%	4%	4%
	CASTILLO DE MOLINA	43,6	\$ 8.909	38,2	\$ 8.537	4%	8%	4%	7%
	ANGARO	3,4	\$ 288	38,1	\$ 3.109	0%	0%	4%	3%
	35 SUR RESERVA	8,8	\$ 1.125	27,8	\$ 3.854	1%	1%	3%	3%
	SIGLO DE ORO	30,8	\$ 3.206	27,6	\$ 2.916	3%	3%	3%	2%
	RESERVA NIETO	38,3	\$ 6.868	21,8	\$ 4.637	4%	6%	2%	4%
	LIEBFRAUMILCH	23,8	\$ 2.345	15,8	\$ 1.862	2%	2%	1%	2%
	LA CONSULTA	10,3	\$ 1.629	15,0	\$ 2.617	1%	1%	1%	2%
	DON NICANOR	22,8	\$ 6.563	12,7	\$ 3.741	2%	6%	1%	3%
	1865 RESERVA	11,2	\$ 4.053	5,8	\$ 2.072	1%	4%	1%	2%
	VERNUS	5,6	\$ 2.160	5,3	\$ 1.736	1%	2%	0%	1%
	LA CELIA	3,7	\$ 913	4,8	\$ 1.263	0%	1%	0%	1%
	CHIANTI	2,0	\$ 612	2,5	\$ 876	0%	1%	0%	1%
	CADUS	1,9	\$ 1.975	2,5	\$ 2.383	0%	2%	0%	2%
	NOTAS DE GUARDA	1,8	\$ 1.313	1,8	\$ 1.114	0%	1%	0%	1%
	RESERVA LATE HARVEST	0,0	\$ 0	1,0	\$ 337	0%	0%	0%	0%
	CABO DE HORNS	0,6	\$ 550	0,4	\$ 466	0%	0%	0%	0%
	DON BLEND	1,4	\$ 1.490	0,4	\$ 466	0%	1%	0%	0%
	SUPREMO	0,5	\$ 486	0,2	\$ 162	0%	0%	0%	0%
	RESERVA SANTA HELENA	0,6	\$ 69	0,2	\$ 20	0%	0%	0%	0%
	VERNUS LATE HARVEST	1,6	\$ 518	0,1	\$ 34	0%	0%	0%	0%
		1.000,5	\$ 113.144	1.083,6	\$ 120.118	100%	100%	100%	100%

Hay categorías importantes aparte del vino que continúan aportando al mix de venta, esta son cremas, piscos y aguardientes. En el caso las cremas se concentran en la marca Barman, el Pisco Control y los aguardientes con la composición del cuadro adjunto:

		2.011		2.012		Peso 2011		Peso 2012	
		Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares
AGUARDIENTE	BLANCO DEL VALLE	33,1	\$ 3.463	50,3	\$ 5.630	47%	46%	57%	44%
	CACHACA	36,7	\$ 4.084	38,3	\$ 7.261	53%	54%	43%	56%
		69,8	\$ 7.547	88,7	\$ 12.891	100%	100%	100%	100%

Canal Key Account

Este canal atiende a las cuentas claves de la empresa, estos son consumidores directos o intermediarios catalogados como líderes de opinión al momento de referir o promocionar nuestro portafolio. La venta se la realiza de manera directa a través de la ejecutiva asignada a través de visitas personalizadas a nuestros clientes o en nuestra tienda SUPERLIQUORS.

El mix de venta de este canal se concentra en el vino con el 76% de participación en el total, que como se puede ver en el cuadro adjunto viene aumentando peso e importancia.

En cuanto a la estructura del equipo de trabajo se han realizado cambios importantes, se designó a una ejecutiva enfocada 100% en el desarrollo de estos clientes. En la actualidad su gestión se concentra en Quito y ya para los próximos meses se evaluará un plan de expansión a otras ciudades del País.

Otra acción importante en el 2012 fue la promoción de la tienda SUPERLIQUORS, la misma que cuenta con un Showroom y una sala de catas muy bien equipadas para atender de manera efectiva a los clientes. En el año se realizaron catas y se presentaron promociones mensuales a nuestros clientes VIP que son parte de la base de datos. Este es una canal de ventas con mucho potencial que se va a explotar en los años futuros.

		2.011		2.012		Peso 2011		Peso 2012	
		Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares	Cajas_9L	Dolares
KEY ACCOUNTS	VINO	1.652	\$ 122.422,33	1.754	\$ 200.607,42	66%	80%	76%	79%
	AGUAR	25	\$ 1.244,00	164	\$ 3.116,05	1%	1%	7%	1%
	CREMA	176	\$ 818,41	150	\$ 10.034,08	7%	1%	6%	4%
	CHAMP	78	\$ 9.745,49	116	\$ 22.470,34	3%	6%	5%	9%
	VODKA	12	\$ 888,89	46	\$ 1.837,20	0%	1%	2%	1%
	RON	253	\$ 10.837,08	32	\$ 4.204,52	10%	7%	1%	2%
	WHISK	270	\$ 3.863,99	26	\$ 6.181,50	11%	3%	1%	2%
	GIN	1	\$ 63,77	9	\$ 1.340,33	0%	0%	0%	1%
	PISCO	6	\$ 645,45	8	\$ 826,78	0%	0%	0%	0%
	TEQUI	23	\$ 434,56	6	\$ 1.505,17	1%	0%	0%	1%
	VERMO	12	\$ 1.105,88	5	\$ 321,81	0%	1%	0%	0%
	APERIT	3	\$ 454,20	1	\$ 147,68	0%	0%	0%	0%
		2.511	\$ 152.524,05	2.318	\$ 252.592,88	100%	100%	100%	100%

En cuanto al manejo del mix de la principal categoría - el vino-, las tres marcas más importantes en el 2012 fueron Ángaro, Gato Negro y Selección del Directorio, la primera tuvo un incremento importante en la participación debido a los descuentos especiales otorgados por temporada navideña. Es importante resaltar que las ventas del último trimestre son representativas y marcan la tendencia en el mix final. El resto de categorías participan con un 20% siendo aguardiente, cremas y champagne las que mejor aportan.

		2.011		2.012		Peso 2011		Peso 2012	
		Cajas 9L	Dolares	Cajas 9L	Dolares	Cajas 9L	Dolares	Cajas 9L	Dolares
VINO	ANGARO	15,25	\$ 459	276,42	\$ 14.129	1%	0%	16%	7%
	GATO NEGRO	526,69	\$ 9.552	274,83	\$ 9.526	32%	8%	16%	5%
	SELECCIÓN DEL DIRECTORIO	99,67	\$ 16.234	206,83	\$ 43.605	6%	13%	12%	22%
	35 SUR RESERVA	27,17	\$ 2.859	132,67	\$ 12.552	2%	2%	8%	6%
	LIEBFRAUMILCH	9,83	\$ 893	117,67	\$ 11.567	1%	1%	7%	6%
	BENJAMIN	50,92	\$ 2.077	114,04	\$ 10.219	3%	2%	7%	5%
	LA FINCA	8,50	\$ 647	85,33	\$ 2.323	1%	1%	5%	1%
	CASTILLO DE MOLINA	51,42	\$ 7.412	75,33	\$ 10.703	3%	6%	4%	5%
	RESERVA NIETO	54,00	\$ 6.560	63,75	\$ 9.697	3%	5%	4%	5%
	DON NICANOR	36,75	\$ 7.512	63,08	\$ 14.785	2%	6%	4%	7%
	SANTA HELENA VARIETAL	82,08	\$ 4.230	54,17	\$ 4.444	5%	3%	3%	2%
	VINO UVITA	116,89	\$ 131	47,78	\$ 68	7%	0%	3%	0%
	SIGLO DE ORO	13,25	\$ 1.139	44,50	\$ 3.945	1%	1%	3%	2%
	VERNUS	32,92	\$ 7.306	40,83	\$ 9.898	2%	6%	2%	5%
	LA CELIA	92,08	\$ 14.565	33,25	\$ 5.787	6%	12%	2%	3%
	LA CONSULTA	42,33	\$ 3.226	32,67	\$ 2.535	3%	3%	2%	1%
	1865 RESERVA	23,75	\$ 5.570	22,83	\$ 5.708	1%	5%	1%	3%
	NOTAS DE GUARDA	19,67	\$ 8.520	22,00	\$ 11.174	1%	7%	1%	6%
	BONARDA	0,00	\$ 0	13,50	\$ 5.671	0%	0%	1%	3%
	RESERVA LATE HARVEST	0,00	\$ 0	9,96	\$ 2.300	0%	0%	1%	1%
	CADUS	8,58	\$ 4.114	7,50	\$ 4.993	1%	3%	0%	2%
	RESERVA SANTA HELENA	16,00	\$ 1.024	3,92	\$ 19	1%	1%	0%	0%
	VERNUS LATE HARVEST	5,88	\$ 1.170	3,92	\$ 974	0%	1%	0%	0%
	CABO DE HORNOS	5,75	\$ 3.390	2,83	\$ 1.878	0%	3%	0%	1%
	SUPREMO	2,58	\$ 1.495	1,67	\$ 1.311	0%	1%	0%	1%
	CHIANTI	1,75	\$ 346	1,50	\$ 118	0%	0%	0%	0%
	DON BLEND	2,92	\$ 2.086	1,00	\$ 676	0%	2%	0%	0%
		1.651,70	\$ 122.422	1.753,78	\$ 200.607	100%	100%	100%	100%

ENTORNO FINANCIERO

La empresa **Superliquors S.A** al cierre del ejercicio económico 2012 con un total de activos de **\$1,297.240.51**, de este monto el 85% corresponde a su cartera de clientes US \$ 1.099.812.26 dólares, el restante 15% de las demás cuentas de los activos son su cuenta en bancos, créditos tributarios, inventarios y muebles en enseres.

Su capital de trabajo equivale a su cartera equivalente a su obligación con la empresa Servindinsa S.A. que le vende los productos para la comercialización.

La rotación del inventario es de apenas 4 días, debido a que mantiene un sistema de compra en función de la generación de las ventas generadas.

El estado de resultados registra un valor por ventas netas de US \$ 3.268.505.71, que comprados con los **\$2,108.177.16 del año 2011, significa un crecimiento de 55%, su costo de ventas es equivalente al 77%** de la venta, Los Gastos de Ventas sumaron US \$ 633.536.11 y los Administrativos US \$ 191.849.20, con lo cual los gastos operacionales equivalen al 25% de las ventas, La utilidad antes de impuestos es de **\$ 132.742.55** y luego de impuestos US \$ 85.027.17, equivalente al 2.60% sobre ventas. Adjunto el cuadro resumen.

INGRESOS	VALORES
VENTAS NETAS	3.268.505.71
COSTO VENTAS	2.513.228.99
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	755.276.72
GASTOS OPERACIONALES	825.385.31
UTILIDAD OPERACIONAL	70.108.59
OTROS INGRESOS	208.111.73
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	132.742.55
PARTICIPAC. UTILIDADES TRABAJAD.	21.162.34
IMPUESTO A LA RENTA ANUAL	26.553.04
UTILIDAD (PERDIDA) DEL PERIODO MES	85.027.17

PERSPECTIVAS 2013

La situación para los licores en Ecuador es sumamente compleja, los altos impuestos sobre todo a los espirituosos, están fomentando un contrabando desmesurado. Las autoridades tratarán de controlar lo mejor que puedan, pero lo más seguro es que los márgenes insentiven incluso a nuevos actores a ingresar a este negocio ilegal.

Pienso que la perspectiva para los vinos será interesante, al ser un producto cuyos aranceles no han afectado en extremo sus precios en el mercado, pero sin embargo, la cultura de estos productos aún no es tan generalizada en nuestro país.

Debemos trabajar en fomentar esta cultura del vino para que los volúmenes sean interesantes, el club Vive Vino que estamos implementando nos ayudará mucho a lograr estos objetivos.

Puede ser interesante fomentar alianzas con empresas pequeñas cuyos flujos de efectivo estén afectados, para tener más oferta de productos para nuestros clientes y socios de este club.

Además considero que Superliquors debe explorar nuevos productos no solo alcohólicos, para incrementar su facturación ya que perdimos y perderemos mucho al no tener espirituosos.

Esperemos que este nuevo período presidencial fomente acuerdos comerciales con otros países de la región y Europa, para que los licores que producen vuelva a tener un valor de mercado atractivo, que además desestime el contrabando.

En general veo un año complicado para los licores por todas las situaciones que se han mencionado.

Atentamente,



José Vergara

Gerente General