

QUITO, 15 ABRIL 2014

SEÑORES  
ACCIONISTAS  
SUPERLIQUORS S.A.

PRESENTE.-

### INFORME DE GERENCIA 2013

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 2.013

#### 1.- ENTORNO ECONOMICO

En la economía ecuatoriana, de acuerdo a estimaciones realizadas por el Banco Central del Ecuador y el Ministerio Coordinador de la Política Económica, se espera para este año un crecimiento real entre 3,7% y 4%, lo que significa un crecimiento moderado en relación con años anteriores. Para el 2014, el crecimiento se estima entre 4,5% y 5,1%.

Las perspectivas de crecimiento económico del país para los próximos años son positivas, en tanto persiste una estimulación económica producto del gasto y de las inversiones y políticas programadas para, entre otros, impulsar el denominado cambio de la matriz productiva acorde con la agenda política de Alianza País. De acuerdo con los primeros planes presentados por el gobierno, es probable que las primeras cadenas productivas seleccionadas en la etapa inicial de este proyecto nacional sean las que impulsen el crecimiento los próximos años; entre ellas se encuentran:

#### Primarias

- Elaboradores de cacao.
- Elaboradores de café.
- Elaboradores de pescado y maricultura.
- Elaboradores de productos lácteos.

## Industriales

- Derivados de petróleo.
- Metalmecánica.
- Químicos y farmacéuticos.
- Papel y cartón.
- Plásticos y caucho.

## Servicios

- Conocimiento y tecnología.
- Turismo.
- Logística.

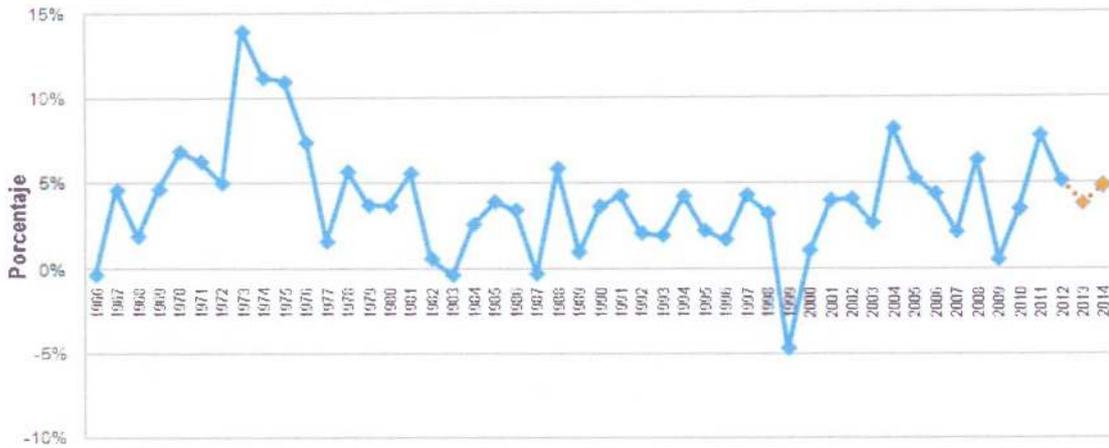
## Producto Interno Bruto

Un recuento histórico arroja que en las décadas de los 60s y 70s se tuvo un crecimiento considerable del PIB, con un promedio anual del 6,7%. Ese fue el paso de una economía eminentemente agroexportadora básica, a una economía que incorporó en su canasta productiva la extracción petrolera. Sin embargo, las dos décadas siguientes se consideran décadas perdidas dado que el crecimiento promedio del PIB fue de 1,9%. A inicios del nuevo siglo hasta el 2010, Ecuador retoma la senda de crecimiento con un ritmo sostenido del PIB de 4,4% como promedio anual.

Esta nueva década inició con la tasa crecimiento más alta desde el 2004, de 7,8% en el 2011, que entre los factores explicativos se destacan los incentivos económicos, el incremento del gasto y de la inversión pública realizados en los últimos dos años que pretendían impulsar varios sectores para contrarrestar los efectos de las crisis financiera internacional del 2008.

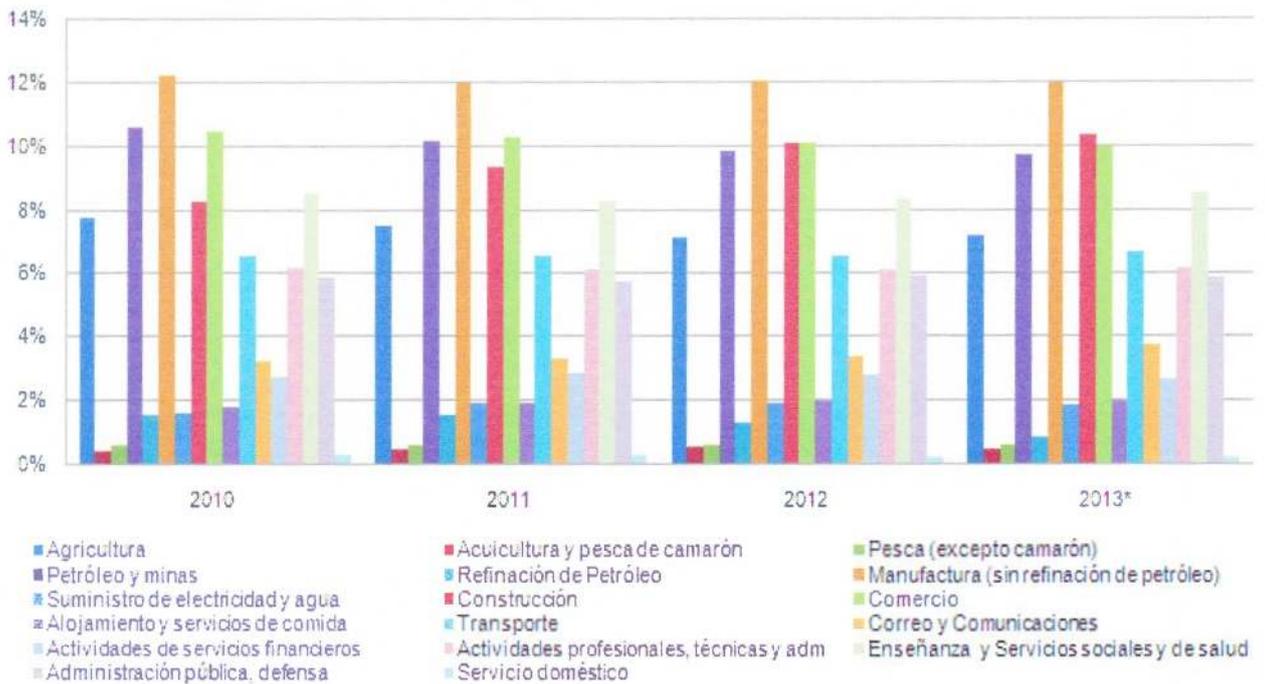
Desde el 2012 se mantiene el ritmo de crecimiento pero a un nivel menos acelerado aunque más sostenido con una tasa de 5,1%. Este mismo comportamiento se espera para los años 2013 y 2014: de acuerdo a las previsiones macroeconómicas se estima que el crecimiento del PIB real alcance entre 3,7% y 4% para el 2013, y se ubique entre 4,5% para el 2014.

### Crecimiento del PIB real



En cuanto al PIB real por actividad económica, las actividades que han impulsado el crecimiento, de acuerdo a las publicaciones trimestrales del Banco Central del Ecuador (BCE) hasta el segundo trimestre del 2013\* son:

### PIB real: aportes económicos por actividad



### Índice de Actividad Económica

El Índice de Nivel de Actividad Registrada (INA-R) que mide el desempeño económico-fiscal de los sectores productivos de la economía nacional a través del tiempo, nos muestra conforme a la nomenclatura CIU

que las tres actividades con mayor nivel de actividad registrada en el país desde el 2010 fueron:

- 2010: Explotación de Minas y Canteras (192,30), Actividades de servicios sociales y de Salud (110,64) e Intermediación Financiera (106,72).
- 2011: Pesca (123,93), Construcción (112,93) y Explotación de Minas y Canteras (111,35).
- 2012: Enseñanza (109,98), Construcción (109,45) y Pesca (108,44).
- 2013\*: Construcción (118,15), Comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores, entre otros (118,13) y Enseñanza (115,05).



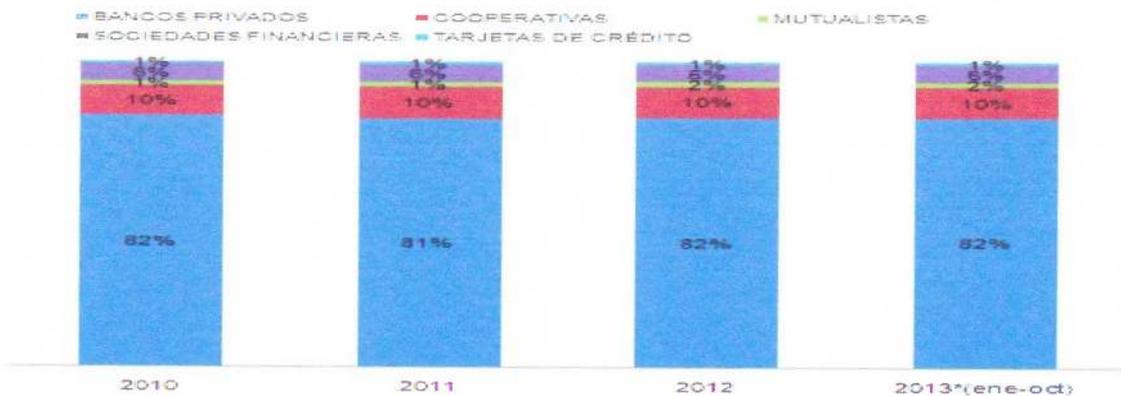
## Créditos del Sistema Financiero Privado.

Del total de créditos otorgados en el país en los últimos cuatro años - 79.660,8 millones de USD- el 94% (75.137,1 millones de USD) corresponde al Sistema Financiero Privado y el 6% (4.523,7 millones de USD) al Sistema Financiero Público.

### Sistema Financiero Privado

El Sistema Financiero Privado está compuesto por 27 Bancos Privados, 40 Cooperativas, 5 Mutualistas, 10 Sociedades Financieras y 2 Tarjetas de Crédito. Del total de crédito otorgado por el Sistema Financiero (SF) privado -75.137,1 millones de USD- en los últimos cuatro años: el 82% ha sido entregado por los Bancos Privados, el 10% por las Cooperativas, el 6% por las Sociedades Financieras, 1,5% por Mutualistas y el 1,1% por Tarjetas de Crédito.

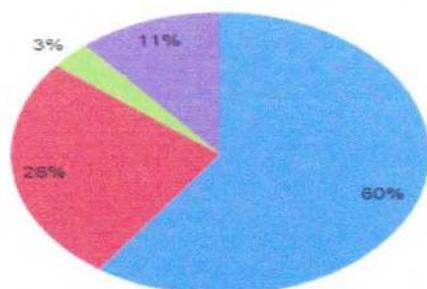
**Total de crédito del SF Privado por tipo de institución**



Del total otorgado el 60% fue dirigido al segmento Productivo, 26% a Consumo, 11% a Microcrédito y 3% a Vivienda.

### SF Privado: volumen de crédito por segmento (2010-oct2013)

■ Productivo ■ Consumo ■ Vivienda ■ Microcrédito



### Balanza Comercial

En los últimos tres años la Balanza Comercial ha mostrado déficit, sin embargo en el 2011 y 2012 el déficit se ha reducido en un 65% y 60% respectivamente. En el 2013 en lo que va del año -enero a octubre- la Balanza Comercial presenta un déficit de 1.059,88 millones de dólares cifra mayor al mismo periodo del año anterior en donde se registraba un superávit de 20.87 millones de dólares.

### Balanza Comercial (millones de dólares)



Las importaciones continúan liderando el mercado en Ecuador, pese a las políticas adoptadas por el Gobierno de turno, estas en el 2013 han crecido un 9% con respecto al mismo periodo del año 2012 porcentaje superior al percibido en el año anterior cuando con respecto al 2011 las importaciones crecieron un 6%. Es importante destacar la composición de estas importaciones ya que el 77% de las mismas en el 2013 corresponde a productos No Petroleros, esta misma tendencia se mantiene en años anteriores.

En Ecuador el comportamiento anual de los precios medido por el Índice de Precios al Consumidor mantuvo desde 1973 a 2001 las tasas más altas de crecimiento registradas desde 1970 con cifras anuales inflacionarias que oscilaban desde los 6,22 a 60,38. Esa realidad fue alimentada por la política monetaria. A partir del 2002 los registros de la inflación han mantenido una tendencia a la baja, registrando como cifra más alta 6,31 en el 2008 y la más baja 1,33 en el 2007.

Para el 2013 según las últimas publicaciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Ecuador registró una inflación anual de 2,70% en el 2013 frente al 4,16% del 2012, lo que la ubica como la inflación anual más baja desde hace ocho años. Para el 2014 según las previsiones se espera que la inflación anual acumulada se incremente a 3,2% en el 2014.

Si bien las expectativas de crecimiento se mantienen altas con los proyectos de inversión del gobierno, es importante que los planes de impulso a la matriz productiva abarquen a todas las áreas del proceso productivo de un sector de manera que crezcan en conjunto y, de ese modo, asegurarse de que dicho proyecto impulse no sólo las exportaciones sino la disminución de las importaciones.

## ENTORNO COMERCIAL

### ESTADÍSTICA GENERAL DE VENTAS 2012 - 2013

	2,012		2,013		VARIACIÓN	
	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES
ENERO	1,854.2	\$169,890	994.6	\$103,958	-46%	-39%
FEBRERO	1,793.3	\$187,065	1,347.1	\$132,722	-25%	-29%
MARZO	1,031.8	\$104,175	345.8	\$28,784	-66%	-72%
ABRIL	2,104.4	\$193,687	1,635.5	\$189,856	-22%	-2%
MAYO	3,141.6	\$264,934	1,309.1	\$146,185	-58%	-45%
JUNIO	3,018.5	\$258,965	1,601.4	\$158,705	-47%	-39%
JULIO	1,886.0	\$190,713	1,743.7	\$196,131	-8%	3%
AGOSTO	2,182.5	\$222,930	1,657.1	\$173,009	-24%	-22%
SEPTIEMBRE	1,587.2	\$171,564	1,449.7	\$145,058	-9%	-15%
OCTUBRE	4,247.8	\$446,959	3,109.3	\$328,694	-27%	-26%
NOVIEMBRE	5,649.5	\$664,089	3,863.9	\$392,550	-32%	-41%
DICIEMBRE	3,941.7	\$387,791	2,607.7	\$197,003	-34%	-49%
<b>TOTAL</b>	<b>32,438.8</b>	<b>\$3,262,760</b>	<b>21,665.0</b>	<b>\$2,192,655</b>	<b>-33%</b>	<b>-33%</b>

### ANÁLISIS POR CANALES

	2,013	
	CJS 9 LTR	DÓLARES
AUTOSERVIC	10,989.2	\$1,003,791
DETALLISTA	317.5	\$34,934
DISTRIBUID	2,387.9	\$234,220
EMPLEADOS	125.9	\$22,924
HORECA	1,717.9	\$192,093
INSTITUCIO	1,813.7	\$266,105
MAYORISTAS	3,587.4	\$362,188
REFERIDO	451.8	\$90,001
RETAIL	273.8	\$51,347
<b>TOTAL</b>	<b>21,665.0</b>	<b>\$2,192,655</b>

## AUTOSERVICIOS

		2,013		PESO	
CLIENTE		CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES
AUTOSERVICIOS	CORPORACION FAVORITA C. A.	7,634.6	\$676,821	69%	67%
	CORPORACION EL ROSADO S.A.	1,997.5	\$194,788	18%	19%
	MEGA SANTAMARIA S.A.	969.1	\$86,241	9%	9%
	OTROS	388.0	\$45,941	4%	5%
<b>TOTAL</b>		<b>10,989.2</b>	<b>\$1,003,791</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Del total de ventas generadas en el canal autoservicios en el 2013, USD \$1.003.791, el 67% aporta la cadena Corporación La Favorita (SUPERMAXI), el 19% corresponde a Corporación El Rosado (Mi Comisariato) y el 9% al Santa María.

Al ser las cadenas el 50% de las ventas generales de la empresa nos convierte en altamente dependientes de este canal, lo cual debemos revertir en este año 2014. La mayor venta de vinos en el país es a través de autoservicios.

		2,012		2,013		PESO 2012		PESO 2013	
		CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES
AUTOSERVIC	VINO	15,103.3	\$1,354,373	10,120.8	\$954,940	86%	75%	92%	95%
	AGUAR	1,029.3	\$118,408	817.0	\$89,823	6%	7%	7%	9%
	PISCO	333.2	\$47,678	289.4	\$41,241	2%	3%	3%	4%
	CREMA	51.1	\$4,484	378.8	\$30,544	0%	0%	3%	3%
	GIN	93.1	\$20,057	20.5	\$5,594	1%	1%	0%	1%
	RON	8.8	\$1,825	7.5	\$1,096	0%	0%	0%	0%
	CHAMP	39.3	\$9,226	0.2	\$42	0%	1%	0%	0%
	VERMO	422.6	\$71,445	-28.7	-\$5,383	2%	4%	0%	-1%
	WHISK	495.9	\$159,526	-616.5	-\$114,106	3%	9%	-6%	-11%
	APERIT	2.2	\$528			0%	0%	0%	0%
	TEQUI	30.8	\$8,893			0%	0%	0%	0%
	VODKA	14.2	\$2,095			0%	0%	0%	0%
	<b>TOTAL</b>		<b>17,623.8</b>	<b>\$1,798,536</b>	<b>10,989.2</b>	<b>\$1,003,791</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

En términos generales en el canal autoservicios la categoría que más se vendió fue vinos, pasando de un 75% en el 2012 a un 95% en el 2013 del total de ventas del canal, esta variación en el peso la categoría se debió principalmente al incremento de los precios de los licores conocidos como espirituosos que proceden de países Europeos o que no tienen acuerdos comerciales con el Ecuador, por esta razón el consumidor está consumiendo más vinos en este canal.

Se debe resaltar que las ventas de la categoría de licores como el Gin, Whisky, Vermouth, Tequila, Vodka durante el 2013 prácticamente fueron nulas. Incluso hay una gran devolución de Whisky en el autoservicio por que no tenía el etiquetado frontal con el nombre del importador, lo cual nos causó graves perjuicios.

Cabe resaltar que luego esta ley fue reconsiderada, pero el daño a nuestra empresa ya estaba consumado.

## MAYORISTAS

El canal mayoristas está conformado por 90 clientes mismos que están clasificados en A, B, C, los clientes **A** son aquellos clientes que tienen gran capacidad de compra y por ende tienen los mejores descuentos, los **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.

A lo largo del año 2013 se estableció tablas de descuentos progresivos según el volumen de compra, tanto para la categoría vinos como para los espirituosos, esto con la finalidad de incentivar los niveles de adquisición en los diferentes tipos de mayoristas.

Dentro de la clasificación como mayoristas **A** están 17 clientes que hacen el 61% de las ventas del canal. El principal producto que adquirieron fue el vino (con la marca Gato Negro), seguido del aguardiente colombiano (Blanco del Valle), las cremas nacionales Barman y el Pisco Control.

Todos estos productos que no son afectados por los excesivos impuestos que el gobierno impuso en el 2012, y que han contribuido a un enorme contrabando que está afectando a los importadores formales.

		2,012		2,013		PESO 2012		PESO 2013	
		CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES
<b>MAYORISTA</b>	VINO	3,948.8	\$316,454	1,981.4	\$191,127	55%	46%	55%	53%
	AGUAR	1,389.1	\$133,756	521.4	\$67,239	19%	20%	15%	19%
	CREMA	557.7	\$41,689	609.8	\$46,325	8%	6%	17%	13%
	PISCO	171.3	\$23,656	171.1	\$24,712	2%	3%	5%	7%
	VODKA	146.0	\$16,850	198.3	\$12,793	2%	2%	6%	4%
	VERMO	188.2	\$26,252	67.0	\$12,790	3%	4%	2%	4%
	CHAMP	256.3	\$49,558	32.0	\$7,273	4%	7%	1%	2%
	RON	106.4	\$6,443	6.1	\$825	1%	1%	0%	0%
	GIN	94.3	\$16,694	2.3	\$666	1%	2%	0%	0%
	WHISK	267.3	\$40,854	3.0	\$657	4%	6%	0%	0%
	APERIT	19.0	\$3,753	0.3	\$51	0%	1%	0%	0%
	TEQUI	32.5	\$6,366	-5.2	-\$2,269	0%	1%	0%	-1%
	<b>TOTAL</b>	<b>7,177.0</b>	<b>\$682,325</b>	<b>3,587.4</b>	<b>\$362,188</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 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.

Como se puede apreciar este canal crece se manera importante en vinos que hacen el 84 % del portafolio, le sigue el aguardiente que baja su participación de manera importante debido a los nuevos y variados licores nacionales que se ofertan ahora en el mercado nacional.

El pisco es un actor que viene con crecimiento en este canal, ya que es una bebida que se utiliza como aperitivo en la mayoría de restaurantes del país, y que por su precio tiene una gran aceptación.

	2,012		2,013		PESO 2012		PESO 2013		
	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	
<b>DISTRIBUIDORES</b>	AGUAR	350.2	\$37,199	140.5	\$25,041	13%	16%	6%	11%
	APERIT	29.4	\$5,899			1%	3%	0%	0%
	CHAMP	0.0	-\$18	0.5	\$120	0%	0%	0%	0%
	CREMA	74.0	\$5,909	104.2	\$8,372	3%	3%	4%	4%
	GIN	14.3	\$2,386			1%	1%	0%	0%
	PISCO	90.2	\$13,340	103.6	\$14,833	3%	6%	4%	6%
	RON	109.5	\$7,912			4%	3%	0%	0%
	TEQUI	1.2	\$214	-2.7	-\$1,188	0%	0%	0%	-1%
	VERMO	58.7	\$7,049	8.0	\$1,511	2%	3%	0%	1%
	VINO	1,744.7	\$142,928	2,007.1	\$183,859	67%	61%	84%	78%
	VODKA	107.3	\$8,454	26.7	\$1,672	4%	4%	1%	1%
	WHISK	21.5	\$3,441			1%	1%	0%	0%
<b>TOTAL</b>	<b>2,601.1</b>	<b>\$234,712</b>	<b>2,387.9</b>	<b>\$234,220</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

## CANAL HORECA

	2,012		2,013		PESO 2013		
	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	
<b>HORECAS</b>	VINO	1,083.6	120,118	1,292.3	123,642	75%	64%
	CREMA	459.8	35,328	121.2	11,500	7%	6%
	PISCO	107.6	17,542	116.1	18,313	7%	10%
	VERMO	63.1	9,898	93.0	19,084	5%	10%
	AGUAR	88.7	12,891	80.0	14,583	5%	8%
	TEQUI	10.2	1,955	8.0	3,250	0%	2%
	RON	5.1	482	3.3	622	0%	0%
	CHAMP	1.3	128	3.0	737	0%	0%
	WHISK	6.9	1,210	0.8	312	0%	0%
	GIN	1.2	262	0.2	50	0%	0%
	APERIT	20.2	4,411	0.0	0	0%	0%
	VODKA	8.3	892			0%	0%
	<b>total</b>	<b>1,856.1</b>	<b>205,117</b>	<b>1,717.9</b>	<b>192,093</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

En este canal están considerados hoteles, restaurantes, catering de la ciudad de Quito y Guayaquil, la mayor parte de las ventas en cajas están concentradas en la categoría Vinos con un 75% en el periodo 2013, seguido por las cremas y el pisco con un 7%

Es importante indicar que el 90% de las ventas de vinos en el canal horeca están compuestas por las marcas Uvita, Gato Negro Santa Helena Varietal, 35 sur, Ángaro, Benjamín, Selección del Directorio.

Esto se aprecia en el siguiente cuadro, y esta básicamente relacionado al precio de venta del producto. Recordemos que esta canal se margina valores importantes en los vinos, por esto la categoría de vinos de entre 10 y 25 dólares es la que más se vende en el Horeca (Hoteles, Restaurantes y Catering)

		2,013		PESO 2013		
		Familia	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES
HORECA	VINO	VINO UVITA	280	7,773	22%	6%
		GATO NEGRO	273	27,867	21%	23%
		SANTA HELENA VARIETAL	174	12,114	13%	10%
		35 SUR RESERVA	172	15,814	13%	13%
		ANGARO	111	8,208	9%	7%
		BENJAMIN	96	9,730	7%	8%
		SELECCIÓN DEL DIRECTORIO	57	13,182	4%	11%
		SIGLO DE ORO	33	3,089	3%	2%
		CASTILLO DE MOLINA	23	4,817	2%	4%
		RESERVA NIETO	19	4,244	1%	3%
		DON NICANOR	16	5,165	1%	4%
		LA CELIA	15	2,401	1%	2%
		1865 RESERVA	11	4,147	1%	3%
		LIEBFRAUMILCH	3	585	0%	0%
		LA CONSULTA	3	481	0%	0%
		VERNUS	2	586	0%	0%
		RESERVA SANTA HELENA	2	185	0%	0%
		CADUS	1	1,311	0%	1%
		VERNUS LATE HARVEST	1	417	0%	0%
		RESERVA LATE HARVEST	1	206	0%	0%
		NOTAS DE GUARDA	1	420	0%	0%
		CABO DE HORNOS	1	586	0%	0%
		CHIANTI	0	100	0%	0%
		LA FINCA	0	29	0%	0%
		DON BLEND	0	92	0%	0%
		SUPREMO	0	95	0%	0%
<b>total</b>		<b>1,292</b>	<b>123,642</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

## KEY ACCOUNTS, REFERIDOS E INSTITUCIONALES

Este grupo de clientes son considerados líderes de opinión, en su mayoría compra vinos de media y alta gama permitiendo de esta manera promocionar nuestros productos a un target de clase media alta y alta. Son atendidos de forma personalizada por el sommelier de la empresa y por el/la ejecutivo de ventas de este canal.

Es importante mencionar que para este grupo de clientes se diseña mensualmente promociones agresivas que les permite probar diferentes marcas de vinos a precios bastante competitivos.

		2,012		2,013		PESO 2012		PESO 2013	
		CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES
KEY ACCOUNTS, REFERIDOS, INSTITUCIONALES	VINO	1,754	200,607	2,060	328,711	76%	79%	81%	81%
	CREMA	150	10,034	179	11,763	6%	4%	7%	3%
	CHAMP	116	22,470	102	24,563	5%	9%	4%	6%
	AGUAR	164	3,116	88	12,451	7%	1%	3%	3%
	RON	32	4,205	53	9,165	1%	2%	2%	2%
	WHISK	26	6,182	39	15,508	1%	2%	2%	4%
	VODKA	46	1,837	9	3,061	2%	1%	0%	1%
	PISCO	8	827	7	1,095	0%	0%	0%	0%
	TEQUI	6	1,505	2	1,019	0%	1%	0%	0%
	VERMO	5	322	1	170	0%	0%	0%	0%
	APERIT	1	148			0%	0%	0%	0%
	GIN	9	1,340	0	-53	0%	1%	0%	0%
	<b>total</b>	<b>2,318</b>	<b>252,593</b>	<b>2,539</b>	<b>407,453</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

En cuanto al manejo del mix de productos el vino ocupa el 81% seguido por las cremas con un 7% y de la champaña con un 4%. Dentro de las marcas de vino que son más apetecidas son Selección del Directorio, Reserva Nieto, Castillo de Molina, 35 Sur, Gato Negro, Benjamín entre otros.

Los clientes institucionales son empresas que compran para sus diversos eventos que tienen durante el año, pero el grueso de las compras son en los meses de octubre, noviembre y diciembre. Cuando compran para regalar a sus cliente y cuando agasajan a sus colaboradores.

		2,013		PESO 2013		
		CJS 9 LTR	DÓLARES	CJS 9 LTR	DÓLARES	
KEY ACCOUNTS, REFERIDOS, INSTITUCIONALES	VINO	SELECCIÓN DEL DIRECTORIO	177	39,584	9%	12%
		RESERVA NIETO	127	30,674	6%	9%
		DON NICANOR	117	28,082	6%	9%
		CASTILLO DE MOLINA	104	26,838	5%	8%
		35 SUR RESERVA	192	25,293	9%	8%
		GATO NEGRO	289	23,592	14%	7%
		BENJAMIN	164	19,358	8%	6%
		NOTAS DE GUARDA	39	18,211	2%	6%
		LIEBFRAUMILCH	135	14,639	7%	4%
		ANGARO	225	14,548	11%	4%
		SANTA HELENA VARIETAL	168	14,369	8%	4%
		CADUS	13	13,422	1%	4%
		1865 RESERVA	35	12,954	2%	4%
		SUPREMO	5	7,677	0%	2%
		SIGLO DE ORO	78	7,359	4%	2%
		VERNUS	24	6,852	1%	2%
		LA CELIA	25	5,175	1%	2%
		LA CONSULTA	32	4,383	2%	1%
		DON BLEND	4	3,663	0%	1%
		RESERVA SANTA HELENA	50	3,474	2%	1%
		VERNUS LATE HARVEST	7	2,751	0%	1%
		CABO DE HORNOS	2	2,297	0%	1%
		RESERVA LATE HARVEST	4	1,314	0%	0%
		VINO UVITA	41	1,306	2%	0%
		CHIANTI	3	747	0%	0%
		LA FINCA	1	148	0%	0%
		<b>total</b>	<b>2,060</b>	<b>328,711</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## SITUACIÓN DE LOS LICORES EN EL 2013

Un año después de la implementación de nuevos aranceles para las bebidas alcohólicas en Ecuador, los licores importados perdieron espacio en el mercado Ecuatoriano y se impulsa más la venta de los licores nacionales.

Las importaciones de bebidas alcohólicas disminuyeron entre el año 2011 y 2012, de 42 a 33 millones de dólares; un año después de la imposición de nuevos aranceles para algunos productos.

El whisky ya elaborado disminuye en un 77%, es decir, se pasa a importar de 15 millones de whisky a aproximadamente 10,5 millones de dólares de whisky durante este periodo, pero hay incremento en la importación de extractos de whisky y ron, para satisfacer la demanda nacional con producción local.

En consecuencia el stock de los distribuidores donde se venden las bebidas alcohólicas extranjeras es menor; algunos comerciantes comentan el experimentar una significativa reducción de sus ganancias.

Sin embargo la situación antes mencionada, contrasta con los vendedores de licores nacionales, quienes obtienen mayores ingresos por la venta del producto que se elabora en el País. Existen productores nacionales que han aumentado su porcentaje de ganancias.

Otro de los cambios constantes es la implementación de etiquetados frontales para diferenciar a los licores como el whisky, vodka, tequila y ron, además de la etiqueta fiscal la misma que busca incrementar el nivel de recaudaciones y reducir el nivel de contrabando.

Desde que se aplicó esta disposición, la SENAIE ha detenido 58.994 unidades de licor ilícitos, por USD 3,4 millones, en 251 operativos.

Según la Senae, este valor representa un 16% de las importaciones de licores desde el 11 de junio del 2012 hasta julio del 2013. USD 20,9 millones recaudó el SRI por ICE de bebidas alcohólicas este año.

Los únicos que no se perjudicaron con los aranceles fueron los licores de origen Chileno, Argentino y Colombiano. Estos gozan de preferencias arancelarias, por acuerdos comerciales con Ecuador.

Los constantes cambios de reglas para el sector importador nos afectan. Nuestra Empresa importa vinos de Argentina, Chile, Francia, Alemania e

Italia desde hace 4 años y estas medidas hicieron que bajara el consumo de licores Europeos, que ahora se han convertido en inalcanzables por los altos impuestos que se pagan, ya que no existen convenios bilaterales con Ecuador, dando como consecuencia la no importación de licores desde el viejo continente.

A pesar de lo anteriormente expuesto, creemos que esta medidas beneficiaron a los vinos de Chile y Argentina, productos de Colombia y en general de los que pueden venir del pacto Andino.

#### **PERSPECTIVAS 2014**

La situación para los licores en Ecuador sigue siendo sumamente compleja, los altos impuestos sobre todo a los espirituosos, están fomentando un contrabando desmesurado, pese a los controles que ejercen aduanas y SRI a los comerciantes informales.

Las autoridades tratarán de controlar lo mejor que pueden el contrabando, pero lo más seguro es que los grandes márgenes de ganancia por encima del 100 % incentiven incluso a nuevos actores a ingresar a este negocio ilegal.

Ahora se habla de nuevos timbres fiscales para los espirituosos, pero esto ha demostrado no detener el negocio ilegal en el pasado. Incluso el nuevo etiquetado frontal que exigían las autoridades, vemos que no funciona y ya han dado marcha atrás. Sin embargo el perjuicio que nos han causado a las empresas comercializadoras estas medidas son muy grandes económicamente.

La perspectiva para los vinos seguirá siendo interesante durante el 2014, 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. Además los vinos finos con potencial de guarda si duplicaron y triplicaron los precios por el ICE, lo cual perjudica al consumidor Ecuatoriano que gusta de vinos más estructurados.

Se había considerado aumentar la gama de productos importados a comercializar, pero con todas las restricciones a las importaciones que se implementaron en Dic y Enero de este año, la situación se vuelve muy complicada.

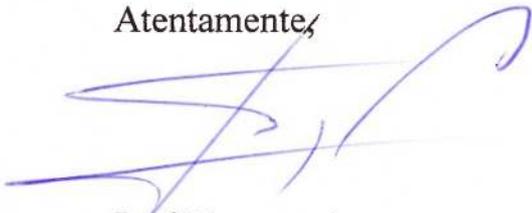
Esperemos que la negociación con Europa de un TLC, nos permita nuevamente tener un portafolio de licores del viejo continente. Solo así los Ecuatorianos tendremos opciones de calidad a precios internacionales, que además cortarán por lo sano el contrabando y negocios ilegales que hoy por hoy nos complican a los comerciantes formales que pagamos todos los impuestos al fisco.

Es evidente que el Ecuador no puede fabricar licores de calidad, pues sus condiciones climáticas y geográficas solo permiten buenos aguardientes, pero no whisky, vinos, tequilas, etc... por esto todas las industrias locales, no producen buenas bebidas espirituosas, solo alcoholes muy fuertes y no muy aptos para el consumo humano.

En general será un año complicado para los licores por todas las situaciones que se han mencionado, solo queda esperar a que sigan las negociaciones con Europa y que llegemos a buen puerto lo antes posible.

Esperamos recuperar en vinos todo lo que se ha perdido por no vender otros licores importados por sus elevados precios y enormes aranceles e impuestos.

Atentamente,



José Vergara A.  
**Gerente General**  
**SUPERLIQUORS S.A.**

**SUPERLIQUORS S.A.**  
**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**  
**AL 31 DE DICIEMBRE 2013**

ACTIVOS	VALORES
BANCOS	34.039,43
CARTERA	777.187,09
CREDITO TRIBUTARIOS	54.388,84
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	2.700,97
INVENTARIOS	67.291,27
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	62,37
ACTIVOS FIJOS NETOS	21.426,53
ACTIVOS DIFERIDOS	1.217,16
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>958.313,66</b>

PASIVOS Y PATRIMONIO	VALORES
PROVEDORES LOCALES	619.035,89
IMPUESTOS POR PAGAR	57.787,38
PROVISIONES	65.023,18
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>741.846,45</b>
CAPITAL SOCIAL	800,00
RESULTADOS AÑOS ANTERIORES	143.017,71
RESULTADO ACTUAL	72.649,50
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>216.467,21</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>958.313,66</b>

**SUPERLIQUORS S.A.**  
**ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL**  
**DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE 2013**

	<b>VALORES</b>
VENTAS NETAS	2.306.536,09
COSTO VENTAS	1.788.986,99
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	517.549,10
GASTOS OPERACIONALES	767.004,23
UTILIDAD OPERACIONAL	(249.455,13)
OTROS INGRESOS	361.432,10
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES	111.976,97
PARTICIPAC. UTILIDADES TRABAJAD.	17.504,81
IMPUESTO A LA RENTA ANUAL	21.822,66
<b>UTILIDAD (PERDIDA) DEL AÑO</b>	<b><u>72.649,50</u></b>