



## PROVEEDORA ECUATORIANA S.A. PROESA

### INFORME ANUAL

#### Señores Accionistas:

Observando lo dispuesto por las leyes y estatutos sociales de Proveedor Ecuatoriana S.A. PROESA, ponemos a su consideración el Informe anual sobre las principales actividades llevadas a cabo y los resultados obtenidos en el 2015.

#### SITUACION GENERAL

En relación con las variables económicas que se presentaron durante el año 2015, consideramos que las que más impacto han tendido, son las siguientes:

1. Caída en el precio del petróleo WTI\* de USD\$93 en el 2014 vs USD\$38 en el 2015. En el caso ecuatoriano, es importante mencionar que existe un castigo de aproximadamente USD\$10 por barril, vs el WTI, llegando a cotizarse el crudo oriente al final del año en USD\$28. Cabe resaltar que el presupuesto general del estado incluye para el año 2016 un precio del barril de petróleo de USD\$35. Esto implicó los siguientes recortes en el presupuesto, el primero en 2015 USD \$2.2bio y el segundo en este año 2016 de USD\$4.3bio vs 2015

\* West Texas Intermediate

2. La apreciación del dólar norteamericano, lo cual implicó una disminución en la competitividad de los precios de los productos ecuatorianos.

Las canastas básica y vital, con productos considerados de primera necesidad, alcanzaron US\$660.80, se considera la estructura fija del gasto en bienes y servicios establecida para un hogar tipo de cuatro miembros con 1,60 perceptores de remuneración básica unificada.

## **COMERCIALIZACIÓN**

### **CIGARRILLOS**

Durante el año 2015 el mercado de cigarrillos en el Ecuador refleja una tendencia negativa provocada principalmente por el incremento del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE) de \$0.0925 USD por unidad de cigarrillo a \$0.1310 USD (+ 41.6% vigente de igual manera a partir de Enero 2015).

Adicionalmente, las dinámicas del mercado continúan afectadas debido al incremento de producto ilícito en territorio Ecuatoriano, lo cual también ha impactado negativamente las ventas de la compañía en varios sectores del país, especialmente las zonas rurales y el agro.

### **MARLBORO**

En el 2015, la familia Marlboro mejoró su participación de mercado vs. el año 2014 gracias a las nuevas iniciativas, tales como la nueva arquitectura 2.0 tanto en cajetilla como en cigarrillo y tuvo innovaciones en su producto.

Marlboro Blue Ice sigue incrementando su participación de mercado gracias a la innovación que entrega a sus consumidores.

## **LARK**

Lark continúa fortaleciéndose en el mercado. Estos resultados reflejan la gran aceptación y valor de marca que mantiene Lark entre los fumadores adultos, principalmente en las regiones de la Sierra y Guayaquil donde la tendencia de fumadores adultos de la marca es creciente.

## **LIDER**

Por el contrario, Líder tuvo una caída en la participación. Si bien una parte de esa caída se debió a un cambio de fumadores adultos hacia marcas Premium de acuerdo a la estrategia de la organización, también ha sido impactada negativamente por la presencia de producto ilícito ya que al ser la marca con mayor participación de fumadores adultos de nivel socio-económico medio-bajo y bajo, es la marca más vulnerable vs. la propuesta de marcas ilícitas especialmente en los sectores marginales y rurales de la Costa. Con el objetivo de dar una propuesta adicional más innovadora a los fumadores adultos de Líder, y contrarrestar su decrecimiento, se lanzó la marca L&M en Octubre 2015 enfocada principalmente en la Región Costa.

## **PHILIP MORRIS Y L&M**

Philip Morris tuvo un decrecimiento de participación. Sin embargo, la marca mantiene un nicho interesante de fumadores adultos que lo consume por sus características funcionales y/o emocionales, pero no se presenta como la propuesta de marca de segmento bajo que soporte a los fumadores de Líder que buscan alternativas de precio.

## **FULL SPEED Y CARIBE**

Estas dos marcas de precio ultra bajo perdieron su ventaja competitiva a causa del cambio de cálculo impositivo en la reforma tributaria del 2011. Caribe se dejó de comercializar en Enero de 2015.

## **LICORES**

Durante el año 2015 la línea de licores evidenció un decrecimiento en su volumen de ventas vs. 2014, principalmente debido a la tendencia negativa en la categoría de ron vs. 2014 y el segmento de whisky tuvo una caída por la coyuntura regulatoria y macroeconómica del país.

## **FÓSFOROS**

Las ventas de la línea de fósforos en el 2015 presentan una caída a causa del desabastecimiento de fósforos de madera debido a los cambios en las regulaciones para importar dichos productos y los planes del Gobierno para introducir masivamente cocinas de inducción.

## **CLARO**

La línea de negocios de telefonía móvil CLARO, continúa reflejando cifras positivas en los resultados de la compañía. Varias iniciativas exitosas se han implementado por parte de Proesa para continuar fortaleciendo los resultados de Claro enfocándose principalmente en ampliar la cobertura y fortalecer la participación de los clientes importantes (principalmente subdistribuidores).

## **CAFÉ**

Esta línea de negocios, fue la última incorporación dentro del portafolio de productos de Proesa (introducida en Julio del 2013).

## **Propiedad Intelectual y Derechos de Autor**

Con el fin de dar cumplimiento a lo indicado en el numeral 1.7 del Art. 1 del Reglamento de la Ley de Propiedad Intelectual para la presentación de los informes anuales de los Administradores a las Juntas Generales, y luego de revisar la documentación pertinente, informo a ustedes que durante el ejercicio económico correspondiente al año 2015, la Compañía ha cumplido de manera íntegra las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor vigentes.

# **INFORME FINANCIERO**

## CONSIDERACIONES

Los presentes estados financieros de la Compañía fueron preparados de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) emitidas por el IASB (International Accounting Standard Board) que han sido adoptadas en Ecuador y representan la adopción integral, explícita y sin reservas de las referidas normas internacionales y aplicadas de manera uniforme a los ejercicios que se presentan.

Los estados financieros se han preparado bajo el criterio del costo histórico, en cumplimiento de las NIIF.

La preparación de los estados financieros conforme a las NIIF requiere el uso de estimaciones contables. También exige a la Administración que ejerza su juicio en el proceso de aplicación de las políticas contables de la Compañía.

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
(Expresado en dólares estadounidenses)

ACTIVOS	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<b>Activos corrientes</b>		
Efectivo	9,490,216	1,662,234
Cuentas por cobrar comerciales	26,825,022	32,115,430
Cuentas por cobrar a compañías relacionadas	11,763,993	11,515,841
Anticipos a proveedores y empleados	277,912	890,974
Impuestos por recuperar	5,400,674	5,124,532
Inventarios	<u>15,711,600</u>	<u>10,458,157</u>
<b>Total activos corrientes</b>	69,469,417	61,767,168
<b>Activos no corrientes</b>		
Activos fijos	2,586,004	2,840,262
Activos intangibles	<u>142,113</u>	<u>226,249</u>
<b>Total activos no corrientes</b>	<u>2,728,117</u>	<u>3,066,511</u>
<b>Total activos</b>	<u><u>72,197,534</u></u>	<u><u>64,833,679</u></u>

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
(Expresados en dólares estadounidenses)

<b>PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<b>PASIVOS</b>		
<b>Pasivos corrientes</b>		
Préstamos	1,000,000	-
Cuentas por pagar comerciales	6,298,873	7,285,067
Cuentas por pagar a compañías relacionadas	32,163,703	20,537,128
Beneficios a los empleados	4,477,797	4,976,269
Impuestos por pagar	<u>8,752,935</u>	<u>8,931,696</u>
<b>Total pasivos corrientes</b>	<u>52,693,308</u>	<u>41,730,160</u>
<b>Pasivos no corrientes</b>		
Beneficios a los empleados	2,372,919	2,244,292
Impuesto a la renta diferido	<u>13,990</u>	<u>19,586</u>
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<u>2,386,909</u>	<u>2,263,878</u>
<b>Total pasivos</b>	<u>55,080,217</u>	<u>43,994,038</u>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital social	108,800	108,800
Reservas	54,400	54,400
Resultados acumulados	<u>16,954,117</u>	<u>20,676,441</u>
<b>Total patrimonio</b>	<u>17,117,317</u>	<u>20,839,641</u>
<b>Total pasivos y patrimonio</b>	<u>72,197,534</u>	<u>64,833,679</u>

**ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES**  
(Expresado en dólares estadounidenses)

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Ingresos por ventas	370,720,757	364,980,747
Costo de ventas	<u>(328,765,848)</u>	<u>(319,801,561)</u>
Utilidad bruta	41,954,909	45,179,186
Gastos de mercadeo	(14,092,756)	(14,091,144)
Gastos generales y de administración	(5,275,444)	(5,819,950)
Otros gastos, neto	<u>(446,090)</u>	<u>(394,412)</u>
Utilidad operacional	22,140,619	24,873,680
(Gastos) Ingresos financieros, neto	<u>(89,456)</u>	<u>221,643</u>
Utilidad antes de Impuesto a la renta	22,051,163	25,095,323
Impuesto a la renta	<u>(5,834,264)</u>	<u>(5,620,769)</u>
Utilidad neta del año	16,216,899	19,474,554
Otros resultados integrales		
Pérdidas actuariales	<u>(464,669)</u>	<u>(704,980)</u>
Utilidad neta y resultado integral del año	<u><u>15,752,230</u></u>	<u><u>18,769,574</u></u>

## RECOMENDACIONES

El Directorio y la Gerencia General recomiendan hacer la siguiente distribución de los beneficios sociales del año 2015.

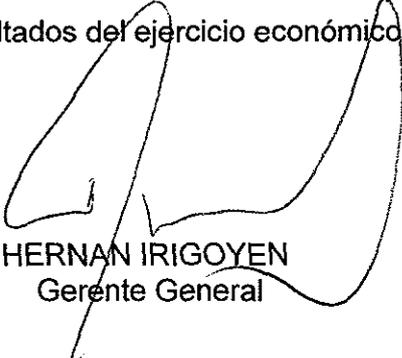
<b>UTILIDAD DEL AÑO</b>	<b>US \$ 16.216.899</b>
<b>Reserva Legal</b>	<b>-0-</b>
<b>UTILIDAD DISPONIBLE</b>	<b>US \$ 16.216.899</b>

La Gerencia recuerda que no debe asignarse ningún valor a la Reserva Legal por cuanto el saldo a la fecha es igual al 50% del capital, y sugiere que se reparta un dividendo en efectivo de US\$ 16.216.899 igual al total de la Utilidad Disponible del año 2015.

De ser aprobada esta propuesta, la Junta delegaría a la Administración de la Compañía para que decida la fecha de pago de los dividendos en función de las disponibilidades de la Compañía.

El Directorio y la Gerencia General de Provedora Ecuatoriana S.A PROESA, agradecen a los señores Accionistas por su permanente respaldo y constante colaboración durante el 2015.

Corresponde a ustedes señores Accionistas, pronunciarse sobre este Informe, el Balance General y el Estado de Resultados, y sobre las Sugerencias del Directorio y la Gerencia respecto a los resultados del ejercicio económico de 2015.

  
HERNAN IRIGOYEN  
Gerente General