

Estimados accionistas:

Todas las estimaciones sobre decrecimiento del país que habíamos anticipado se quedaron cortas pues la conjunción de varios factores negativos causó que el año 2015, en términos económicos, sea aún peor de lo que se estimaba.

Baja del precio del petróleo, devaluaciones en los países vecinos, revaluación del dólar lo cual encarece las exportaciones, desconfianza generalizada, incertidumbre, manejo errático de la economía y hasta amenaza de fenómenos naturales fueron las principales causas de esta situación sombría.

El Producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento prácticamente nulo, el índice riesgo país llegó a elevarse en algún momento por encima de los 1.700 puntos-segundo más alto de Latinoamérica- y creció el desempleo. Los depósitos en la banca, y por ende el crédito, decrecieron en un 10%, mientras la inflación se manifestaba en cerca del 3,3%.

Los ingresos de la empresa tuvieron un incremento del 2,28 % pero si lo ajustamos sobre la base de nuevas tiendas e inflación, en realidad fueron del 3% negativo. Por cierto que tampoco pudimos cumplir con el presupuesto que habíamos presentado.

Sin embargo los resultados fueron parecidos al año anterior por efecto de la política de austeridad y control del gasto, además de que hubo ingresos extraordinarios por nuestra liquidez y por dividendos de filiales correspondientes a períodos anteriores, lo cual no se repetirá este año en la misma proporción.

En el período la empresa manejó alrededor de 61 millones de transacciones, lo cual es equivalente a que cada residente ecuatoriano nos visitó, en promedio, 4 veces al año, siendo el valor promedio de cada visita la suma de 30 dólares. De los locales de alimentos, Supermaxi sigue siendo el de mayor venta, seguido por Megamaxi y luego todos los formatos conjuntos de Akí .

Por otro lado se abrieron 9 locales en el año y se remodelaron 4, en Quito, La Libertad, Ambato y Latacunga; también podemos afirmar que nuestra tarjeta de afiliación gratuita ya tiene 2 millones de afiliados. Ahora estamos activamente incrementando los negocios adheridos a dicho sistema.

Entre los asuntos negativos que nos preocupan mencionamos que recibimos más de 600 visitas o inspecciones de funcionarios de alguna instancia gubernamental: ARCSA, INEN, el Ministerio Salud, el SRI, etc., lo cual indudablemente repercute en el gasto, además de que siguen vigentes 2 manuales de la Superintendencia de Control de Poder de Mercado, ambos imposibles de cumplir ya que tienen parámetros que no se compadecen con la realidad.

La Ley de Herencias y Plusvalía, la cual nos obligó a mantener aplazadas nuevas inversiones, sigue pendiente y si bien las salvaguardias sobre importaciones están siendo desmanteladas, ahora se está programando algún otro mecanismo para contrarrestar el libre comercio y las importaciones. También debemos informar que las ventas se han desplomado en un 10% en los rubros en que el público se abastece en la vecina ciudad de Ipiales en Colombia.

Además hemos sobrellevado la disminución en la venta de productos importados debido a las salvaguardias, así mismo en productos lácteos y otros por efectos de las etiquetas-semáforo y en carnes por la alerta de la Organización Mundial de la Salud.

Debido a todos los aspectos negativos que hemos mencionado, tanto a nivel de país como de los negocios en general, más el impacto del impuesto a las ganancias de capital, el valor de la acción de la Corporación ha bajado a niveles cercanos a la crisis de los años 1999-2000, época en la que adoptamos la dolarización.

Recordemos también que el aumento de capital significativo que realizamos en Marzo pasado, a raíz de la nueva ley sobre la relación capital-reservas, ocasionó una importante baja de la acción.

Como dato extraordinario mencionaremos que en el 2015 realizamos 3 juntas de accionistas. Adicionalmente, en el año actual se cumplen 40 años desde que la empresa se abrió al público a través de la Bolsa de Valores.

Pero indudablemente la corporación seguirá adelante, luchando frente a la adversidad y enfrentando con innovación y actitud positiva los retos que se presentan. Hemos elaborado un decálogo de crisis, que incluye ajustes de horarios de colaboradores y disminución en costos y gastos, además de promover círculos virtuosos en lugar de círculos viciosos entre todos los estamentos relacionados con la empresa.

No hemos considerado despidos de personal, pero tampoco se darán nuevas contrataciones ni reemplazos de manera temporal. Ahora más que nunca hay que fortalecer el talento humano existente y promover nuestra política de las 4 M's. Estamos poniendo especial énfasis en que los productos que expendemos tengan notable presencia en las perchas.

Para el año en curso hemos presupuestado ventas similares a las proyectadas en el período pasado, en vista de que el PIB no crecerá y el presupuesto del Estado, el mayor motor del crecimiento, tendrá una baja del 7%. Los resultados serán definitivamente inferiores al 2015 y podrían ser similares a los del año 2012. Se inaugurarían entre 5 a 7 locales, remodelando 3 y ampliando igual número.

Por otro lado, dentro de nuestra política de prevenir y reaccionar, tenemos un plan de contingencia para los locales en la zona del volcán Cotopaxi que está en proceso eruptivo, así como en aquellos sitios de riesgo por el fenómeno El Niño.

Estamos anticipando que el 2016 será un año difícil, pues tendremos un período político con campaña electoral de por medio, por lo que será necesario recurrir a toda la inventiva de nuestra excelente administración y colaboradores con el fin de fomentar y conservar nuestra clientela, impulsar la eficiencia y contrarrestar los efectos negativos de ciertas políticas del Gobierno.

Para el 2016 podemos visionar cambios importantes en el punto de ventas, ampliando la facturación electrónica así como el uso de las tarjetas de crédito inteligentes mediante los instrumentos "Pin Pad".

Algo que no se debe descartar es el hecho de que por falta de financiamiento nuestros proveedores podrían sufrir desabastecimiento.

Y para concluir con éste tema, dentro del Plan 2016 hemos considerado como base de

nuestro esfuerzo los 5 pilares comerciales: Experiencia con el Cliente, Innovación, Eficiencia, Talento Humano y Compromiso con el país.

Como es usual, señores accionistas, tienen en su poder la información de Valor Compartido referente a las políticas sociales y ambientales de la Corporación; vale la pena destacar que ya está funcionando la segunda planta generadora de energía hidroeléctrica, denominada Hidro Sanbartolo, por lo que todo nuestro consumo ya utiliza dicho recurso.

Además en el 2015 concluyó el estudio sobre medición de la huella del carbono buscando identificar oportunidades de mejoría en la parte energética.

Hemos auspiciado 26 ferias Ecuador-Compra-Ecuador, tendientes a promover el producto nacional y participamos activamente en el fomento del emprendimiento, a través de la Alianza para el Emprendimiento e Innovación.

Al igual que años anteriores hemos recibido algunos reconocimientos en el ámbito empresarial, incluyendo los de las revistas Ekos, Vistazo y Gestión, además de un Effie.

Finalmente, queremos reafirmar enfáticamente que seguiremos luchando con dedicación y entereza por nuestros 14.000 accionistas, 9.000 colaboradores y alrededor de 2.000 proveedores, a más de los millones de clientes que nos favorecen con su preferencia; vaya nuestro reconocimiento para todos ellos y el agradecimiento por vuestra atención.



Sidney Wright D. B.
Presidente del Directorio
CORPORACIÓN FAVORITA C. A.