

**Informe de Gestión
2014
Beiersdorf Ecuador**

Marzo 2015

Preparado por:
Jorge Oswaldo de la Torre Neira
Gerente Comercial/Representante Legal

Índice

1. Entorno General, Economía y Política	3
2. Resultados Beiersdorf S.A. Ecuador	5
2.1. Desarrollo de las Ventas	6
2.2. Desarrollo de las Marcas	8
2.3. Recursos Humanos	9
2.4. Resultados Financieros	7
2.4.1. Estado de Resultados	10
2.4.2. Estados de Situación Financiera	11
3. Planes para 2015	12

1. Entorno General, Económico y Político

La actividad económica mantiene una tendencia de desaceleración observada a partir de 2012 y se estima que al cierre del 2014 registrará un crecimiento menor al 4,0%. La economía del país ha estado apuntalada por el consumo interno, la inversión pública y en menor medida las exportaciones. En el segundo trimestre del 2014 el producto Interno Bruto (PIB) tuvo un crecimiento de 3,5% con relación al segundo trimestre del 2013.

El sector no petrolero es el que ha sostenido consecutivamente el crecimiento económico en los últimos trimestres; mientras que el Valor Agregado Petrolero ha tenido un crecimiento menor. Las actividades que contribuyeron son: petróleo y minas, construcción, actividades profesionales, técnicas y administrativas, y agricultura, debido al aumento en el VAB de las actividades de cría de animales, cultivo de flores y de banana, café y cacao.

Los precios han subido a mayor ritmo en los últimos 12 meses, al punto que la inflación anual llegó a 3,67% (+0,7pp vs 2013). Los sectores que más aportaron para la tasa de inflación fueron: Alimentos y Bebidas no Alcohólicas, Salud en lo referente a servicios de hospital, médicos y dentales. Los servicios de Restaurantes y Hoteles, también contribuyeron a aumentar la inflación, mediante el incremento de los restaurantes, cafés y establecimientos similares. En la división de Alojamiento, Agua, Electricidad, Gas y otros Combustibles, se incrementaron los precios de: los alquileres efectivos pagados por los inquilinos, y la electricidad. Las demás divisiones contribuyeron en el nivel de precios en menor medida.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), el indicador del desempleo finalizó en el mes de diciembre en 3,80% mientras que la Tasa de Empleo Inadecuado fue 46,69% y la de Empleo Adecuado llegó a 49,28%. Como se puede ver en los datos, la Tasa de Empleo Inadecuado ha venido registrando altas tasas, convirtiéndose en un problema de carácter estructural, además demuestra que hay un problema de calidad de empleo. Según analistas económicos, el empleo inadecuado crece o disminuye dependiendo de lo que suceda con las cifras de desempleo y de empleo adecuado. "Suelen decir que baja el desempleo, pero muchas veces esta se oculta en el empleo inadecuado".

En el año 2014 la Balanza Comercial registró un déficit de 727 millones de dólares, saldo que significó una recuperación del comercio internacional ecuatoriano de 30,2% si se compara con el resultado de la balanza comercial en el año 2013, que fue de -1.041 millones de dólares.

Durante el año 2014, las exportaciones totales en valor FOB alcanzaron 25 mil 732 millones de dólares, 3,61% mayores en términos relativos si se compara con las exportaciones realizadas en el período enero-diciembre de 2013 (24 mil 848 millones de dólares). En los últimos meses hubo una disminución de las exportaciones debido a la caída del precio del barril de petróleo.

Durante los meses de enero y diciembre de 2014, las importaciones totales en valor FOB totalizaron 26 mil 459 millones de dólares; 0,8% menos que las compras externas realizadas en el igual período del año 2013 (25 mil 889 millones de dólares).



La Balanza Comercial No Petrolera evidenció una disminución frente al resultado obtenido en el mismo período del 2013. Esta disminución se debe a que las exportaciones tradicionales se incrementaron porque subieron las exportaciones de algunos productos como: banano, plátano, camarón, cacao y elaborados, y, en las No Tradicionales destacan: enlatados de pescado, productos mineros, flores naturales.

El crecimiento de la economía ecuatoriana se prevé llegará a finales de 2014 en 4%, ya que hay elementos en el contorno internacional que se han deteriorado. Tenemos en primer lugar, la baja del precio del petróleo, aunque eso no debería afectar este año porque la caída se produjo en el último tercio de 2014, pero va a afectar en 2015 ya que en la proforma del Presupuesto General del Estado para el 2015 se fijó el precio del barril de petróleo en 79,7 dólares, menor al programado en el 2014; sin embargo analistas económicos consideran que el mismo es un cálculo optimista.

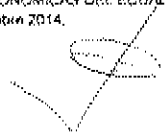
Por otro lado también, la Proforma presupuestaria prevé un crecimiento en la recaudación de impuestos. Se contempla crear nuevos tributos, a la plusvalía y a la comida chatarra. Las exportaciones, al tener una moneda más costosa, podrían complicarse por la pérdida de competitividad cambiaria, mientras que hará a las importaciones más baratas, circunstancia adversa a la actual estrategia de sustitución de importaciones.

En el mes de enero el presidente Rafael Correa aprobó el Reglamento a la Ley de Orgánica de Comunicación, aprobada en el año 2013, cuyo objetivo es el de definir los criterios de aplicación de derechos, competencias, obligaciones y deberes de las autoridades, instituciones y demás actores regulados por la antedicha Ley.

Mediante Decreto Ejecutivo 539 del 30 de diciembre, se publicó en el Registro Oficial el reglamento a la Ley de Incentivos a la Producción y Prevención del Fraude Fiscal, en el que se determina que los costos y gastos incurridos para la promoción y publicidad de bienes y servicios serán deducibles hasta un máximo del 4% del total de ingresos gravados del contribuyente. Esta normativa reforma a su vez el reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, en el cual antes todos estos costos y gastos de publicidad podían deducirse en un 100%. En el transcurso del año 2015 hay que analizar el impacto que tendrá esta medida en los resultados de la compañía.

El día 28 de noviembre de 2014, la Superintendencia de Control del Poder de Mercado emitió la resolución No. SCPM-DS- 075-2014, la cual contiene el Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector de los supermercados y/o similares y sus proveedores. Este manual es de aplicación obligatoria para todos los operadores económicos que mantengan relaciones comerciales contractuales de intermediación en el sector de bienes de consumo alimenticio y no alimenticio de consumo corriente.

A la fecha de cierre del año estaba en trámite y análisis el Manual de Buenas Prácticas Comerciales para el sector farmacéutico. Se espera su expedición en el 2015.



2. Resultados Beiersdorf S.A Ecuador

Con la implementación de la resolución No. 116 por parte del Comité de Comercio Exterior (COMEX) la cual exige que los productos importados obtengan certificados de reconocimiento antes de su nacionalización y a que el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) obligó a la firma de convenios para la disminución de importaciones, la visión del año 2014 era muy compleja. El convenio firmado con el MIPRO firmado para dos años, equivalía a disminuir nuestras importaciones de productos cosméticos en 25% del promedio de las importaciones realizadas en los años 2012 y 2013. Para nuestra compañía resultó en el valor de 3 millones 841 mil dólares.

En base a la resolución 116 anteriormente mencionada, el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) puso en vigencia los siguientes reglamentos: RTE 093 para productos cosméticos y RTE 088 para productos absorbentes y de limpieza. En un principio el INEN exigía que todos los productos debían presentar certificados de reconocimiento emitidos por un organismo acreditado en el país de origen y que además debía ser reconocido por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), adicionalmente se debía presentar Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) del fabricante. Este proceso era muy complejo y ante varias solicitudes de los importadores y las asociaciones, el MIPRO y el INEN, en el mes de febrero flexibilizaron las exigencias de los certificados permitiendo que se presenten cualquiera de las siguientes alternativas: a) Certificados de Conformidad de Primera Parte, es decir, emitidos por el fabricante, los que debían ser notarizados y consularizados; b) Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura del fabricante.

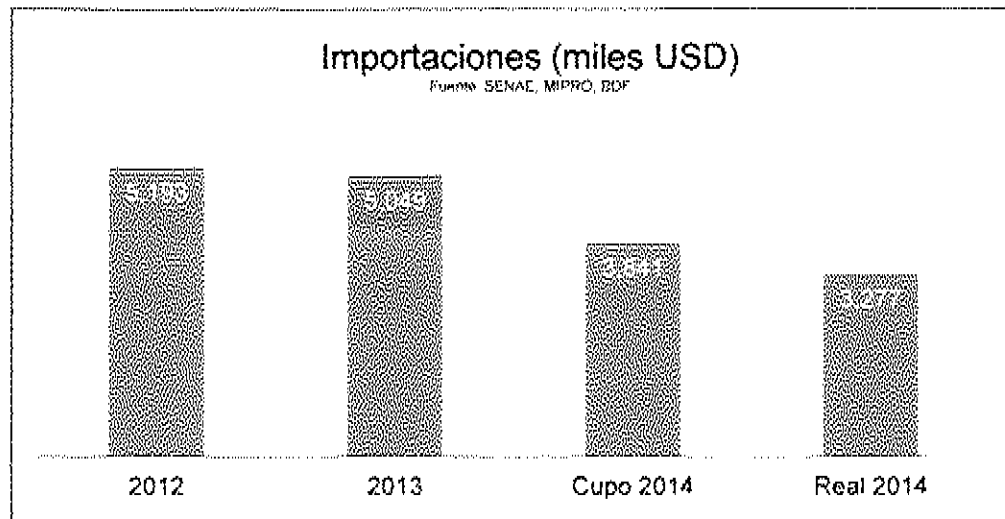
El día 3 de junio de 2014, en base a las negociaciones que mantenía nuestro país con la Unión Europea para la firma del Acuerdo Comercial, el MIPRO emitió el Acuerdo No. 14 241 mediante el cual se reconoce como equivalentes la normativa y reglamentación técnica de la Unión Europea y sus países miembros. En este caso se exige una declaración juramentada firmada por el representante legal que indica que los productos que se importan cumplen con las normas ecuatorianas a la cual se añade el certificado de origen de los productos. Esto, con la finalidad de facilitar los trámites para ingreso a nuestro país de productos provenientes de la mencionada región.

Vale mencionar que todos los documentos mencionados en los dos párrafos precedentes se deben presentar por lote de producción y en cada importación que se realiza.

Nos tomó mucho tiempo el poder entender y poner en práctica el proceso para obtener la documentación en los países de origen y luego en nuestro país. Recién en el mes de junio logramos iniciar el primer trámite (proveniente de Chile) y lograr su aprobación.

Todo esto hizo que regularicemos nuestras importaciones a inicios del tercer trimestre del año. Trayendo como consecuencia que del cupo de importaciones de productos cosméticos y de cuidado personal que nos estableció el MIPRO, 3 millones 841 mil dólares para el año 2014, logremos nacionalizar 3 millones 277 mil dólares hasta finales de año, equivalente al 85% del cupo, esto significa que importamos 35% menos que en el año 2013.





2.1. Desarrollo de las Ventas Netas a Terceros.-

Para enfrentar el inminente desabastecimiento de mercadería definimos nuestra estrategia comercial encaminada a proteger la rentabilidad:

1. Realizar una limpieza estratégica de productos de baja rotación y bajo margen.
2. Disminuir al máximo las promociones con producto gratis.
3. No otorgar descuentos extras.
4. No negociar Bonos por Crecimiento con clientes directos y
5. Focalizar nuestra venta en productos de alta rentabilidad.

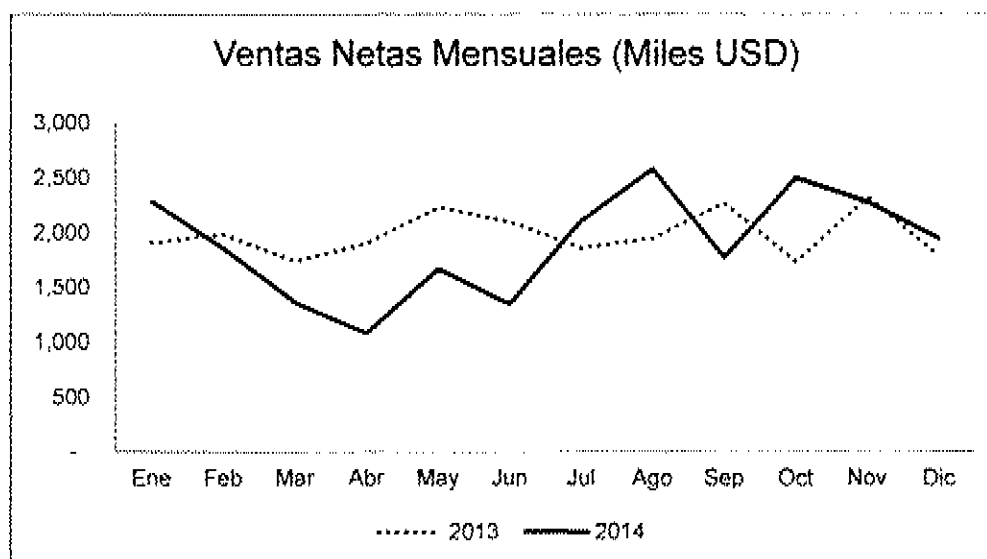
La estrategia comercial estuvo enfocada en los productos de alta rentabilidad como Eucerin, NIVEA Visage, Body, Deo, Condones DUO. Debido a esto tuvimos clientes que redujeron considerablemente sus compras porque su portafolio de productos se vio recortado.

Con el inventario disponible en nuestra bodega a finales de 2013 y sin importaciones en tránsito, iniciamos el año con una Ventas Neta a Terceros de 2 millones 285 mil dólares en el mes de enero. Para los siguientes meses de febrero y marzo el inventario disminuyó considerablemente logrando una cifra al final del primer trimestre de 5 millones 502 mil dólares lo que representó un decrecimiento de 2,4% comparado con el mismo período del año pasado.

El segundo semestre fue mucho más crítico por la falta de producto debido a la demora en las importaciones, esto hizo que nuestra cifra de Venta Neta a Terceros fuera de 4 millones 96 mil dólares representando una decrecimiento de 34,4% comparado con el mismo período del año pasado.

Durante el tercer trimestre empezamos a recuperar nuestra Venta Neta a Terceros con excelentes niveles en julio y agosto, alcanzando la cifra de 6 millones 454 mil dólares (+6% versus el mismo período de 2013).

En el último trimestre del año los resultados fueron mucho mejores que los anteriores. La cifra de Ventas Neta a Terceros fue de 6 millones 723 mil dólares lo que significó un crecimiento de 14.7% comparado con el mismo periodo del año pasado.



La cifra total de Ventas Netas (a Terceros + Exportaciones) de 2014 fue 22 millones 784 mil dólares, -4.5% comparado con el año anterior y 101.3% de cumplimiento del último estimado oficial realizado en el mes de octubre.

El detalle del comportamiento de los clientes locales se presenta a continuación:

Cliente	Ventas Netas Miles USD	% crecimiento
GRUPO FYBECA	6.838	+10,5
CORPORACION FAVORITA C.A.	4.866	-6,7
DIFARE S.A.	2.783	+13,1
QUIFATEX S.A.	2.001	+4,1
GRUPO FARMAENLACE	1.513	-13,0
ECUAQUIMICA	1.370	-13,0
ALMACENES DE PRATI S.A.	962	-3,2
ALMACENES TIA	391	-45,3
ARMIJOS ROMERO CIA. LTDA.	410	-7,4
MEGA SANTA MARIA	507	-7,3
GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA. LTDA.	337	18,2
MODESTO CASAJOANA CIA. LTDA.	257	-8,4
SUMELAB	287	+0,2
DIPASO S.A.	144	-23,1
IMPORTACIONES SELECTAS	121	-14,1
DISTRIBUIDORA JUAN DE LA CRUZ S.C.C	(10)	-102,2
OTROS	7	
Total general	22.785	-4,5

Como podemos ver en la tabla, muchos de nuestros clientes decrecieron debido a la falta de producto por las razones anteriormente mencionadas, importaciones y estrategia comercial.

2.2. Desarrollo de las Marcas.-

El desarrollo de ventas netas de nuestras marcas se presenta en el siguiente cuadro.

Cliente	Ventas Netas Miles USD	% crecimiento
Eucerin	5.518	-13,9
NIVEA Deo	3.516	-3,4
NIVEA Visage	2.870	+7,1
NIVEA Body	2.412	+31,4
Condomes DUO	2.345	+24,9
Hansaplast	2.211	-2,9
NIVEA Sun	1.187	+30,0
NIVEA Men	617	-9,7
NIVEA Lip Care	577	+30,5
Hidrofugal	440	-2,8
Otras	1.091	-59,0
Total	22.784	-4,5

Eucerin estuvo muy afectado por la falta de inventario principalmente en la línea de Cuidado Corporal (-25%). La línea de productos con crecimiento positivo fue Cuidado de Cabello con un crecimiento del 14%.

NIVEA Deo tuvo el mismo comportamiento negativo a pesar de haber lanzado una nueva variante, Aclarado Satin, en el mes de octubre. La falta de inventario afectó proporcionalmente a la línea de desodorantes para hombre como para mujer.

NIVEA Visage logró un crecimiento positivo debido al lanzamiento en el mes de mayo de una nueva línea de productos, Cellular Anti-age (crema para el día, crema para la noche y contorno de ojos) que alcanzó una venta neta de 410 mil dólares (14,2% de la venta de la marca). La línea Q10 (50% de la venta de la marca) tuvo un comportamiento negativo por la falta de inventario, decreció 15%.

NIVEA Body alcanzó un desarrollo positivo soportado por el lanzamiento de Acondicionador Corporal Bajo la Ducha que logró una venta neta de 379 mil dólares (15,7% de la venta de la marca) y por el buen desempeño de la línea de Aclarado Natural (+140%). Adicionalmente las presentaciones de 1 litro de Piel Extra Seca, Soft Milk y Aclarado Natural alcanzaron una venta de 531 mil dólares lo que significó un crecimiento de 75,8% comparado con el año anterior.

desempeño. Al final del año lanzamos una nueva variante llamada "Tornado". El Gel Lubricante es la presentación con mayor tasa de crecimiento, +113%.

Hansaplast decreció debido a la falta de inventario en la línea de Cuidado de Pies cuyo resultado fue de -19,4%.

NIVEA Sun alcanzó un resultado positivo por nuestra fuerte presencia en las temporadas de verano, tanto en la costa como en la sierra. Adicionalmente fue la única línea de productos que al final del año 2013 tenía un buen nivel de inventario.

A NIVEA Men, además de la falta de inventario le afectó que descontinuamos varias presentaciones que fueron consideradas de baja rotación y con bajo margen de rentabilidad.

NIVEA Lip Care tuvo un gran desempeño en todas sus variantes y por el lanzamiento de las presentaciones Mantequilla que se lanzaron al mercado en el mes de septiembre. La venta de estas presentaciones representó un valor de 42 mil dólares. Esta fue una de las líneas de productos que pudimos tener mejor abastecimiento durante el año debido a que el proceso de importación era más simple ya que debíamos presentar solamente el Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura de la fábrica.

En el rubro de Otras Marcas se incluye NIVEA Jabón que en el año 2014 fue descontinuado por dar foco en atención y venta a marcas con mayor tasa de rentabilidad.

2.3. Recursos Humanos.-

En el mes de Marzo se anunció el cambio del Gerente General de la MU North Cone Mitja Zupancic quien fue trasladado a Europa. Christian Goetz, Gerente General de Brasil se hizo cargo temporalmente de la MU hasta el mes de junio cuando fue anunciado que Álvaro Alonso, Country Manager de España asumía como Gerente General de la MU North Cone.

Durante al año 2014, en Ecuador tuvimos una rotación de personal de 1.1%, siendo la menor de los últimos tres años. La plantilla de empleados inició el año con 62 y terminó en 67.

En el mes de julio se realizó nuevamente la encuesta Teamvoice, que mide el nivel de compromiso de los empleados para con la empresa, obteniendo muy buenos resultados. El percentil que se alcanzó, 75, fue superior al obtenido en 2013, 39. El promedio global alcanzado fue de 4,46 lo que significa 0,57 puntos versus el año 2013 (3,89). Lo que hay que resaltar en el estudio del 2014 es que alcanzamos una participación del 100% de los empleados que estaban habilitados para participar en la encuesta.

En el mes de agosto se dio a conocer a la compañía los nuevos valores claves de Beiersdorf (Cuidado, Simplicidad, Confianza y Coraje). Estos valores marcan nuestro comportamiento y definen el cómo lo vamos a hacer. En los objetivos de todos y cada uno de los empleados para el año 2015 se incorporarán los mencionados valores claves.



2.4. Resultados Financieros

Los presentes estados financieros de la Compañía al 31 de diciembre de 2013, han sido preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF, emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés).

2.4.1. Estado de Resultados (Anexo No. 1)

Los Ingresos de Actividades Ordinarias (Venta Neta a Terceros y Exportaciones) alcanzaron la cifra de USD 22.785 dando como resultado un decrecimiento del 4,5% comparado con el año anterior. La principal razón es la insuficiente cantidad de inventario para la venta por las restricciones a las importaciones implementadas por el gobierno nacional.

La Utilidad Bruta se incrementó en 2,8% comparado con el año anterior debido principalmente a mejores costos de importación por un costo menor del euro frente al dólar, por eficiencias generadas en Rebates (-53,6%) y a ahorros generados en Varianzas (-53,1%). Esto hizo que la Utilidad Bruta pase de 66,8% sobre Ventas Netas a Terceros en 2013 a 71,9% en 2014, representando una mejora de 5,1 puntos porcentuales.

Los Gastos Operativos crecieron 0,7% vs. 2013, dentro de los cuales los Gastos Administrativos crecieron 95,5% por mayores incrementos en Servicios de Terceros 294%, Honorarios y Gastos Legales 122%, Provisión 224% y Servicios Contables.

Los Gastos de Ventas decrecieron 6,1% comparado con el resultado de 2013 debido principalmente a una disminución de Gastos de Personal en 18%, Fletes por Ventas 13%, Eventos y Promociones 17% y Material Publicitario 72%. Esto estuvo afectado por la falta de producto que obligó en ciertas ocasiones a posponer las campañas sea para televisión o para actividades en el punto de venta. Las Regalias decrecieron 4,4%, alcanzando un valor de 1 millón 367 mil dólares.

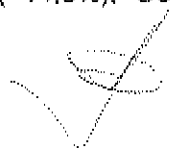
La Utilidad antes de Impuesto a la Renta creció 9,2% impulsado principalmente por la mejora en la Utilidad Bruta.

El Impuesto a la Renta pasó de USD 808 mil en 2013 a USD 890 mil en 2014, lo que significó un crecimiento de 10,1% casi a la par del crecimiento de la Utilidad antes de Impuesto a la Renta.

Por lo tanto, la Utilidad Básica por Acción para el 2014 es de 1,77 frente al 2013 que fue de 1,64.

2.4.2. Estados de Situación Financiera (Anexos Nos. 2 y 3)

El total de Activos presenta un incremento del 16%, se debe principalmente al incremento de Efectivo/Equivalente (+14,6%), Deudores Comerciales (+16%) y a los



Inventarios (+16,4%). Los inventarios aumentaron debido a que incrementamos nuestras compras a finales de año para poder cumplir con el cupo de importación. El activo no Corriente se incrementó en 8,3% por la adquisición de un nuevo vehículo.

El Pasivo Corriente se incrementó en 28% ya que Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar aumentaron en 877 mil dólares lo que significó un incremento de 61,5%.

El Patrimonio Neto aumentó 6,7% afectado principalmente por el incremento de Utilidades Retenidas que incrementaron 7,4% y a Reserva Legal que incrementó 20,6%.

En resumen, el Pasivo y Patrimonio Neto creció 16%.

Es importante mencionar que algunas cifras de los estados financieros del año 2013 fueron reclasificadas para facilitar la comparabilidad con las cifras del año 2014.



3. Planes para 2015.-

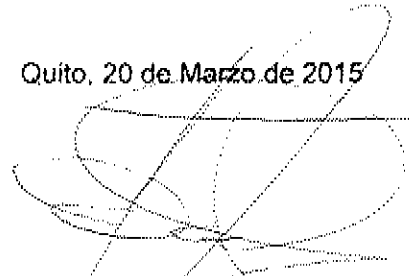
Durante el año 2015 seguirán las restricciones a las importaciones razón por la cual nuestra política comercial debe ser la de proteger una vez más la rentabilidad de nuestra compañía. La restricción aumentará de 25% en 2014 a 30% en 2015.

Nuestro estimado es lograr un crecimiento en ventas del 9.1% comparado con 2014, este objetivo está basado en que podemos tener un nivel de inventario más estable que lo que tuvimos en el año anterior. Esperamos también una disminución en los costos de importación por una tasa de cambio favorable debido al fortalecimiento del dólar estadounidense versus el euro.

No tenemos planeados lanzamientos de producto, básicamente haremos dos ampliaciones de líneas en Eucerin Solar y Eucerin Anti-edad. En el área de Marketing la principal actividad será la campaña con NIVEA Men en la cual se presentará el convenio de patrocinio que se firmó en la ciudad de México con el equipo de fútbol español, Real Madrid. El convenio abarca a todos los países de la MU (México, Centroamérica, Venezuela, Colombia y Ecuador). En la campaña nos presentaremos como "patrocinadores oficiales" del Real Madrid y lo daremos a conocer a través de una rueda de prensa para medios y clientes. Al consumidor final se le comunicará a través de los productos, de comerciales de televisión, material promocional y material en punto de venta. Las líneas de productos que hacen parte del convenio son: desodorantes masculinos, productos para afeitado y para después del afeitado.

El proyecto clave de la compañía a nivel mundial, regional y nacional para 2015 se llama Blue Core. El objetivo de este proyecto, que involucra a Ventas, Finanzas, Contraloría, Contabilidad, Sistemas y Supply Chain, es fomentar la transparencia mediante la estandarización de sistemas y procesos. Blue Core demandará recursos humanos y financieros adicionales los cuales ya están siendo coordinados con los directores de las áreas respectivas de la MU. Este proyecto ya se ha implementado en varias regiones/países del mundo y está previsto que inicie en nuestra MU en enero 2016.

Quito, 20 de Marzo de 2015



JORGE OSWALDO DE LA TORRE NEIRA
Commercial Manager - Representante Legal

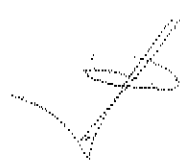
Anexo No. 1

Estados de resultados integrales

Por los años terminados el 31 de diciembre de 2014 y 2013

Expresados en miles de Dólares de E.U.A.

	Al 31 de diciembre de	
	2014	2013
Ingresos de actividades ordinarias	22.785	23.870
Costo de ventas	(6.405)	(7.947)
Utilidad bruta	16.379	15.923
Gastos operativos		
Gastos de venta	(10.624)	(11.315)
Gastos de administración	(1.593)	(815)
	(12.218)	(12.130)
Utilidad en operación	4.161	3.793
Ingresos Financieros	1	1
Otros ingresos	119	141
Gastos Financieros	(194)	(210)
Otros gastos	(23)	(2)
Utilidad antes de impuesto a la renta	4.064	3.723
Impuesto a la renta	(890)	(808)
Utilidad el año	3.174	2.915
Otro resultado integral del año:		
Ganancia (pérdida) actuarial	(20)	6
Resultados integrales del año, neto de impuestos	3.154	2.921
Utilidad por acción básica	1.77	1.64



Anexo No. 2

Estados de situación financiera

Al 31 de diciembre de 2014 y 2013

Expresados en miles de Dólares de E.U.A.

	Al 31 de diciembre de	
	2014	2013
Activos		
Activos corrientes:		
Efectivo y equivalente de efectivo	2.533	2.209
Deudores comerciales neto	5.503	4.729
Otras cuentas por cobrar neto	48	22
Impuestos por cobrar	42	0
Cuentas por cobrar a compañías relacionadas	11	8
Inventarios neto	2.522	2.166
Total activos corrientes:	10.660	9.135
Activos no corrientes:		
Propiedad, equipo, mobiliario y vehículos neto	781	720
Activos por impuestos diferidos	110	104
Total activos no corrientes:	892	824
Total activos	11.552	9.959



Anexo No. 3

Estados de situación financiera

Al 31 de diciembre de 2014 y 2013

Expresados en miles de Dólares de E.U.A.

	Al 31 de diciembre de	
	2014	2013
Pasivos y patrimonio neto		
Pasivos corrientes:		
Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar	2.303	1.426
Cuentas por pagar a compañías relacionadas	1.233	1.127
Beneficios a empleados	844	791
Provisiones	90	90
Impuestos por pagar	882	746
Total pasivos corrientes:	5.352	4.180
Pasivos no corrientes:		
Obligaciones por beneficio a empleados	196	155
Total pasivos no corrientes:	196	155
Total pasivos	5.549	4.335
Patrimonio neto:		
Capital emitido	1.783	1.783
Reserva Legal	853	707
Utilidades Retenidas	3.367	3.134
Total patrimonio neto	6.003	5.624
Total pasivo y patrimonio neto	11.552	9.959