INFORME DE LA ADMINISTRACION A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS POR EL EJERCICIO ECONOMICO 2009

Indiscutiblemente el año 2009, no ha sido un año bueno para las empresas licoreras ecuatorianas, ha habido la consigna por parte de importantes sectores del gobierno, de reducir nuestra industria.

Fue un año muy afectado por la crisis económica internacional, realmente los problemas financieros del mundo hicieron mella en la economía nacional y el impacto mayor se vio reflejado en el sector productivo y en el poder adquisitivo de la población de nuestro país.

El Ecuador, además de haber sido impactado por esta crisis global, políticamente ha experimentado un nuevo sistema de gobierno, basado en un control absoluto por parte del ejecutivo a todos los poderes del Estado, con la finalidad de radicalizar la aplicación de su proyecto ideológico y de gobierno.

Basado en esta consigna el gobierno nacional a través del SRI, pasó alrededor de 7 meses del año 2009 discutiendo su tercera Reforma Tributaria, en la que se proponían cambios extremos en la tributación del país, especialmente para el sector licorero. Tales como el cambio de las normas para el pago de los impuestos al licor producido en el país, lo que en resumen pretendía elevar en un 125% adicional la aportación de nuestras empresas, pues en el mes de enero del 2009 ya se había incrementado más de un 20 % el impuesto con respecto al 2008, causando esta subida muchos problemas al sector licorero formal.

La nueva Reforma Tributaria se constituyó en un "empecinamiento" por parte del SRI en contra del sector licorero, a tal punto que se ocultó por parte de éste organismo ante las diferentes autoridades del gobierno, la información respecto de la gravísima afección de los incrementos de impuestos, que hicieron perder hasta un 30 % del mercado a los productores formales.

Ante la actitud "incomprensible" del SRI respecto a una industria que aporta de manera importante al Estado, nos vimos obligados a encaminar nuestros esfuerzos para lidiar con estos problemas, que desde hace muchísimos años estaban superados. Quienes hacemos las empresas tuvimos que dedicar la mayor parte de nuestro tiempo y trabajo a luchar contra las pretensiones absurdas de los organismos tributarios y algunos otros del gobierno.

Las consecuencias de esta subida de enero sumada al desentendimiento e indiferencia del SRI respecto al control a los productores y comercializadores informales, llegó a tal extremo que lo que antes había estado tipificado como un "delito tributario" que era sancionado penalmente, pasó a ser simplemente una "falta administrativa"; pretendiéndose incluso que el organismo de control pase a ser el Ministerio de Salud.

Una evidencia "descarada" del punto a que llegaron las cosas, es que se expendía en las calles de las ciudades del país, a vista y paciencia de las autoridades, licor que no cumplía ninguna norma de calidad en su producción, embotellado, tributación, etc.

Ante estos hechos y tras una gestión incesante, se accedió a la Asamblea Nacional, donde hubo relativa apertura; luego se recurrió donde la Ministra Coordinadora de la Producción, Nataly Cely, y donde ella se encontró un apoyo real, y en base a sus informes, en los que se documentaba y evidenciaba la incongruencia y los intereses creados de sectores como el de la industria cervecera, que sostenían la propuesta, la Presidencia de la República decidió no dar paso a la propuesta del SRI , sobre las empresas licoreras nacionales.

En todo caso, se ha afectado gravemente a la industria licorera ecuatoriana formal, la cual además de aportar significativamente al presupuesto del Estado, ofrece muchos puestos de trabajo y precautela la salud de la población ,pues las inversiones que hacemos en tecnología y control de calidad son muy importantes; en contraposición con aquellos productos que han tomado el lugar de los nuestros; debido a las medidas inconsultas del SRI, y que son , sin lugar a dudas, un peligro desde todo punto de vista.

Como lo habíamos previsto hace un año, la subida absurda de los impuestos a los licores importados ocasionó en el año 2009, una reducción muy fuerte en el volumen de nuestras

ventas de ellos, llegando realmente el contrabando de éstos productos a superar todo límite lógico.

Según ADILE, la situación de las empresas licoreras asociadas en el año 2009, ha sido absolutamente dura, pues han tenido una baja en su volumen de ventas de alrededor del 30%. Nuevamente, al igual que el año pasado para lograr controlar de alguna manera el precio de venta tuvimos que recurrir a entregar, vía promoción, botellas adicionales por caja, objetivo que se consiguió hasta un cierto grado, pero a costa de incrementar significativamente el gasto en promoción.

La administración de Celyasa, acatando la disposición de los accionistas de la empresa, y cómo una estrategia comercial, dejó de vender en este año, nuestra marca Trópico; que ya ocupaba el segundo lugar en el volumen total de nuestras ventas; lo que ha repercutido obviamente en la reducción de las ventas.

Así mismo, pensando en optimizar los recursos de la empresa y de mejorar los márgenes de utilidad, Celyasa dejo la distribución de "Productos Familia", pues se determinó que dicha distribución no convenía a los intereses de la empresa.

Con estos antecedentes debemos señalar que las ventas netas totales de nuestra empresa, disminuyeron con respecto al año pasado sólo en un 4,7%. La disminución de los productos propios un 3,8%; y la de los productos en distribución, de un 8%.

Al haber decidido que Celyasa se dedique exclusivamente a la distribución y cobertura; ésta dejó de manejar el mercadeo y publicidad de los productos de EASA, la cual asumió la gestión; para lo que Celyasa debió trasladar dicho margen de contribución a EASA, para que ésta pueda afrontar dicho gasto; Como consecuencia el costo de ventas de Celyasa se vió incrementado.

Como resultado de lo anterior la utilidad bruta disminuye en un 19,6 %.

En lo referente a Gastos Operacionales, tenemos una reducción del 10% con respecto al 2008, lo cual es resultado de lo siguiente: Gastos de "Personal de Ruta" un incremento del 4,1%; "Gastos de distribución" presenta un incremento del 12,1%, este rubro se ve afectado por una elevación importante en el rubro "Mantenimiento de Vehículos", más 10,18% con respecto al 2008; El gasto de "Ventas" se incremento en un 18%, pero cabe señalar que por un error involuntario en este rubro se ha incluido el costo de estudios de mercado realizado a inicios del 2009, tanto de la marca Cristal como Trópico, usd $55.438,00, y un evento mal clasificado por usd $8.926,50; los mismos que no deberían estar en esta cuenta de Celyasa. Además se creyó conveniente dotar a la fuerza de ventas de equipos celulares para hacerle mas eficiente; estos tres son valores importantes que afectan a la cuenta "Gastos de Ventas", pues si no los consideraríamos, existiría una disminución en ella del 0,36% con respecto al ejercicio 2008.

En cuanto al Gasto de Publicidad tiene una reducción del 81,6% que se explica por lo anteriormente anotado.

El Gasto de Administración presenta un incremento de un 19,6%, debido a que se ha cambiado la estructura administrativa, nombrándose un Gerente, y en cada agencia se mejorado el nivel profesional de los responsables de ellas para optimizar la gestión.

Resultado de lo expuesto, la utilidad operacional llega a usd $1.064.949,88, lo que con relación al año pasado significa una reducción del 40,2%.

El Gasto Financiero se incrementa en un 214%, debido ha que se debió financiar los incrementos de los impuestos y, lamentablemente no se pudo acceder a créditos a largo plazo, porque el mercado no los otorga al momento. Pero en todo caso el Gasto Financiero respecto a las ventas sólo representa un 1,8%. A pesar de ser un valor pequeño en el 2010, este se verá reducido prácticamente en un 35%.

Finalmente y a pesar de que ha sido un año muy difícil, las cifras mencionadas, demuestran un empeño grande en controlar y mantener a la empresa dentro de parámetros de eficiencia.

En nombre del equipo de trabajo de Celyasa, y en el mío propio, agradezco la confianza y apoyo de nuestros accionistas y directores.

CELYASA
CORPORACION ECUATORIANA DE LICORES Y ALIMENTOS S.A.

Luis Alberto Monsalve-Duran
Presidente Ejecutivo CELYASA