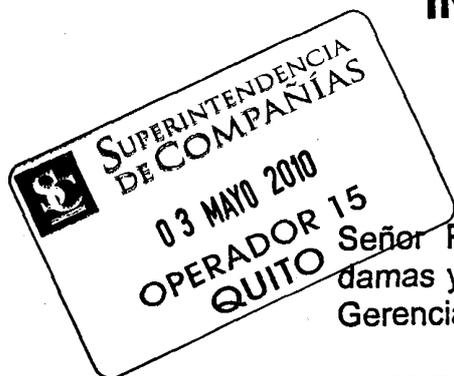


INFORME DE LA GERENCIA A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS Año 2009



Señor Presidente del Directorio, señores Directores, señores Accionistas, damas y caballeros, a continuación pongo a su consideración el informe de la Gerencia sobre los principales hechos que se presentaron en el año 2009.

1.- PRESUPUESTO DE VENTAS:

Para el año 2009 se realizó un Presupuesto de Ventas que alcanzaba un valor de US \$ 754.320, es decir, se consideró un incremento del 17,4 % en ventas, en relación con el 2008. Se tomó en cuenta el presupuesto de las cremas y se consideró la regulación de los precios de venta al público, para nuestros productos tradicionales de Traguito, tanto en 38 como en 35 ° GL, los mismos, que se fijaron en un valor único para cada una de las cuatro categorías, que fueron establecidas para nuestros Distribuidores.

También se tomó en cuenta, que a partir de enero del 2009 se elevaron los Precios Referenciales, para el cálculo del ICE en el 22%.

En lo referente a los licores dulces para Alpacific S. A., se proyectaron ventas por US \$ 70.989 y Ron Isla del Tesoro por US \$ 24.212, tanto en el ron oro, como en el ron blanco.

El presupuesto del 2009 contemplaba una utilidad de US \$ 108.212. Las ventas reales del 2008 fueron de US \$ 642.455,40, a las cuales debemos añadir US \$ 268.240 del ICE, y los 62.778,40 del IVA dando una venta de US \$ 973.473,80 a nivel de nuestros Distribuidores.

En el año 2009 las ventas netas alcanzaron un valor de US \$ 754.164, el pago de ICE fue por US \$ 362.589,02 y el IVA alcanzó la cantidad de US \$ 101.078 con lo cual la facturación a nuestros Distribuidores durante el 2009 fue de US \$ 1'217.831. Estas ventas del 2009 representan un incremento del 25 % sobre las ventas del 2008.

Se alcanzaron ventas en licores dulces por US \$ 32.445,08 con un cumplimiento del 45,7 % y US \$ 6363,70 en rones, con un cumplimiento del 28,65%. Se hicieron ventas de otros productos como Gallito Anisado, (US \$ 7.996,08); Gallito Seco (US \$ 13.444,56) y Ron suave (US \$ 7.395,60), los mismos que elevaron las ventas a US \$ 67.645,02 y el cumplimiento de los productos para Alpacific. S.A al 70,98 %.

El cumplimiento del Presupuesto de Ventas fue de 100,99 %.

1.1.- GESTIONES EN VENTAS

Durante el año 2009 se eliminaron las promociones a nuestros Distribuidores y se les mantuvo un descuento del 3 %, por pronto pago, lo que significaba un trabajo con su capital de trabajo para bajar en lo posible nuestra cartera. Se otorgaron descuentos por US \$ 807, en lugar de los US \$ 7.543, que estaban presupuestados.

En el año 2009 cosechamos lo sembrado en el año 2007 y 2008, ya que con la regularización de los precios a nuestros Distribuidores, el descuento por pago al contado y la colocación de los precios de venta al público en nuestros productos, nuestros clientes finales se vieron favorecidos con estas medidas y logramos cumplir con nuestro presupuesto de ventas, en lo referente al Traguito, en sus diferentes presentaciones.

Durante el 2009 mantuvimos los cuatro niveles de Distribuidores, que son: Nivel A, con los clientes con compras superiores a 200 cajas por mes; Nivel B con los clientes con compras superiores a 100, pero inferiores a 200 cajas por mes; Nivel C con los clientes cuya compra es mayor que 50, pero inferior a 100 cajas por mes y finalmente Nivel D, con los clientes con compras menores a 50 cajas por mes.

ACTIVIDADES AÑO 2009

1.2.- ALPACIFIC S. A.

Diversificación de cartera de productos. -

Con Alpacific S. A. Y con la comercializadora, Colsemur, se diversificó la cartera de productos. Dentro de las Cremas Barman, se lanzó al mercado un nuevo sabor: Café Barman. Para comienzos del año, nuestro Distribuidor pudo concretar negociaciones con la cadena de Supermercados Santa María, pudiendo colocar en percha y en todos los puntos de venta del autoservicio las Cremas Barman.

Acercamientos con Supermaxi.- También volvieron a tener un acercamiento con la cadena La Favorita "Supermaxi", pero lamentablemente no se pudo concretar ningún tipo de negociación. Esperamos que el mes de marzo de este año la cadena La Favorita "Supermaxi" acepten la cartera de los productos Barman.

Reposicionamiento del Gallito.-

Se realizó un trabajo conjunto con Alpacific S.A. presentando una campaña publicitaria, la misma que utilizó algunos medios de comunicación.

Productos para Pydaco. -

Para el mes de Agosto se desarrollaron dos nuevas líneas de producto Caña Líder (Aguardiente) y Nisterlands (Licor de Whisky). Estas marcas se desarrollaron para la empresa de distribución PYDACO. Se entregaron algunas cajas como muestras de cada producto para poder evaluar la respuesta, del consumidor final, en cada punto de venta a nivel nacional. Una de las condiciones de PYDACO para lanzar nuevos productos al mercado es contar con una campaña publicitaria de por lo menos 6 meses al aire. Razón por la cual se contactó a la Agencia de Publicidad de Pydaco para desarrollar lineamientos de campaña, (relacionados principalmente con los costos de la misma). Lamentablemente, el costo de esta campaña tiene un alto costo para ILEPSA, ya que sobrepasa los US \$ 50.000.

Otros.-

A finales del año perdimos la marca del Ron Patacruzado, por cuanto los derechos de la misma, los tenía una compañía extranjera. Dicha marca la reemplazaremos por la marca Caribbean`s Island, en la que se está desarrollando su imagen.

Nuestra colonia tradicional, Triple llepsa, también ha estado sujeta a cambios en el año 2009, ya que la esencia con la cual se había venido fabricando esta colonia, se discontinuó en el mercado, y nos vimos en la obligación de cambiarla por otra, tratando de encontrar los mismos parámetros de la anterior.

1.3.- PROYECTO PARA LA FABRICACION DE CREMA LACTEO-ALCOHOLICA

Lácteos Barman.-

El desarrollo de la línea de Lácteos Barman está en su fase final. Se pudieron solucionar todos los problemas técnicos del proceso de elaboración. Dando como resultado una excelente calidad, incluso igual a las cremas importadas como la Crema de Whisky Baileys, modelo que lo hemos tomado como un objetivo, para igualarlo o mejorarlo. Poniendo de esta forma nuestros productos, a la altura de productos importados.

Otro problema a solucionar, fueron las botellas, en que se presentará el producto al mercado y creemos que al momento estamos en condiciones similares con nuestro objetivo.

Para nuestra línea de Lácteos Barman" se desarrollarán algunos productos: Crema de Whisky, Crema de Ron, Piña Colada, Crema Catalana y otros productos similares.

Las etiquetas de estos productos deberán ser muy sofisticadas para que el producto se confunda con las cremas importadas.

Considerando los resultados obtenidos, y analizando alternativas de homogenizadores de alta presión, la Gerencia presentó al Directorio un Proyecto, para la producción de Cremas, con una inversión aproximada de US \$ 100.000, el mismo que fue aprobado por unanimidad y cuya inversión se ajustará de acuerdo a las cotizaciones de las maquinarias.

Este proyecto se desarrollará durante el año 2010 y contempla la venta de 16.880 botellas de cremas, con US \$ 92.064.

Por otro lado, el proyecto contempla la fabricación de crema lácteo-alcohólica de 12% de grasa, 12 ° GL y 20 % de azúcar para venta a los fabricantes nacionales, para lo cual se calculan 30.000 litros de aproximadamente 150.000 que se importan al país a un precio de US \$ 5,70. Nosotros estamos calculando el mismo costo FOB, de este producto, que está en alrededor de US \$ 3,55, con lo cual las ventas alcanzarían a US \$ 106.500, dando un total de US \$ 198.564, con una rentabilidad aproximada del 38 %.

Botellas y Etiquetas: Los señores Accionistas pueden observar el producto que lanzaremos al mercado, una vez que este proyecto esté operando. Podemos observar tanto la botella como la etiqueta, las mismas que no le piden favor al producto más conocido en el mercado.

1.4 DIFICULTADES PRESENTADAS

En el año 2009, se presentaron incrementos: en salarios, en los precios del alcohol y del aguardiente y en general en todos los materiales, la empresa trasladó, en gran parte el incremento de los costos a los precios de venta.

Se han realizado las gestiones que han estado a nuestro alcance para cobrar la deuda del Distribuidor de Santo Domingo de los Colorados, cuyo juicio lo está manejando el Dr. Nelson Ribadeneira, quien nos ha enviado una ayuda memoria sobre el mismo. Por otro lado también se ha planteado juicio al señor Wilson Egas. Este juicio lo está manejando el Dr. Mauricio Aguirre. Lamentablemente, los señores Accionistas conocen cómo se está manejando la justicia en nuestro país y no hemos tenido una ayuda de los jueces en estos casos.

Nuestra cartera está elevada y estamos trabajando con nuestros clientes para irnos poniendo al día y adicionalmente se están pidiendo garantías reales para evitar a futuro casos como los enumerados anteriormente.

1.5. PROYECTOS FUTUROS

En este año, como lo hice el año pasado, solicito a la Junta General la autorización respectiva para que el Directorio, debidamente autorizado por la Junta General, pueda vender las Acciones del Banco Pichincha, en el caso de presentarse un proyecto adecuado, rentable y que necesite capital fresco.

Al momento la empresa está investigando la producción de una bebida energética del tipo Red Bull.

2. - GESTIONES ADMINISTRATIVAS

2.1. AUDITORIA INTERNA

Desde febrero del año pasado está trabajando con nosotros el señor Carlos Aguirre, como Auditor Interno de la Empresa, quien nos ha venido ayudando en el Control Interno de ILEPSA, en los campos relacionados con inventarios de materia prima, materiales y suministros, producto terminado y activos fijos, para que los valores que aparecen en los balances sean un fiel reflejo de la realidad.

2.2. JUICIOS

Señores Accionistas, tengo que repetir, lo que dije el año pasado, sobre el juicio civil que la empresa está siguiendo a los herederos del Lcdo. Hernán Boada Heredia que hasta el momento, no hemos tenido sentencia.

2.3. JUICIOS CON EL SRI

Durante el año 2009, los juicios con el SRI de los ejercicios económicos del 2001 y 2003 tuvieron los respectivos informes de los peritos y las partes hicieron observaciones a los mismos.

Con fecha 12 de enero del 2010, dentro del juicio N° 23796 que se sigue por las glosas establecidas por el SRI, por el ejercicio económico 2003, El Tribunal Distrital de lo Fiscal N° 1, Cuarta Sala emite la resolución N° 005/10 de mayoría (2 contra 1) que en su parte resolutive dice: "ADMINISTRANDO JUSTICIA, EN NOMBRE DEL PUEBLO SOBERANO DEL ECUADOR, Y POR AUTORIDAD DE LA CONSTITUCIÓN Y DE LAS LEYES DE LA REPÚBLICA", acepta la demanda contencioso tributaria formulada por Patricio Alberto Tamariz Valdiviezo, en su calidad de Gerente General y como tal Representante Legal de INDUSTRIA LICORERA EMBOTELLADORA DEL PICHINCHA S.A. ILEPSA, en contra del Director Regional Norte del Servicio de Rentas Internas. Deja sin efecto el acto administrativo impugnado, esto es la Liquidación de Pago por Diferencias en la Declaración N° 1720050200207 del 28 de diciembre del 2005, que establece diferencias del impuesto a los Consumos Especiales ICE; y, del Impuesto al Valor Agregado IVA, a cargo de la empresa ILEPSA por el período de Enero a Octubre del año 2003.- Sin costas.- Notifíquese."

Con relación al juicio del ejercicio económico del 2001 los Magistrados no se han pronunciado hasta la fecha.

Con fecha 8 de febrero del 2010 la Cuarta Sala del Tribunal Distrital de lo Fiscal N°1, ante el Recurso de Casación interpuesto por el SRI el 5 de febrero del 2010 le contesta en resumen: Que no solamente se debe enunciar la Falta de cumplimiento a normas establecidas sino fundamentar dichas aseveraciones.

2.4. INCREMENTO DE SALARIOS

A partir del mes de enero del 2010, el Salario Básico Unificado se incrementó de US \$ 218, a US \$ 240, la Empresa ha dado estricto cumplimiento a este decreto y también se ha elevado la cantidad de US \$ 22 a aquellas personas que están por debajo de US \$ 450, considerando tiempo de 8 horas de trabajo.

2.5. EQUIPOS DE COMPUTACION

Gracias A las gestiones del señor Presidente, Ernesto Timpe, ILEPSA ha adquirido 5 máquinas marca HP DC 5100 y un servidor con un switch para 24 puertos. Equipos de segunda mano, pero superiores a nuestros equipos actuales, ya que estas máquinas tienen 1024 mega bites de memoria ram, en lugar de 256 que tienen las actuales y con una velocidad de procesamiento de 3000 herzios en lugar de 2400 y 2800 herzios, de nuestros equipos actuales. Esto nos permitirá instalar equipos de computación en los sitios de control como bodegas y recepción de envases, con lo cual nuestra información estará al día, facilitando un adecuado control de las operaciones de ILEPSA.

3. GESTIONES EN PRODUCCION

3.1. PROGRAMACION DE LA PRODUCCION

En el año 2009 los programas de producción se cumplieron adecuadamente, los costos de producción se incrementaron por la elevación de salarios y el incremento en los precios del Aguardiente y del Alcohol.

Durante el año 2009 se produjeron 621.766 unidades, las mismas que traducidas a unidades de 750 cc, sumaron 594.427.

Se ha seguido manteniendo la política de que las producciones realizadas cubran siempre el punto de equilibrio, con el objeto de mantener controlados los costos.

3.2. MANTENIMIENTO DE LAS MAQUINAS

El costo de mantenimiento del año se incrementó en US \$ 5.274, debido principalmente a un mantenimiento a fondo que tuvimos que realizar en la máquina capsuladora, a la que se le realizó un overhaul total, con construcción de nuevas piezas dejándola en condiciones aceptables de trabajo. También se tuvo que realizar un cambio de todas las planchas metálicas de la lavadora de botellas, ya que las mismas estaban totalmente oxidadas. También se realizó el mantenimiento anual del caldero.

Por otro lado se realizó un trabajo en el filtro Seitz de la bodega de aguardiente, con el objeto de que los elementos filtrantes queden totalmente paralelos y los empaques trabajen adecuadamente en el filtrado

4. PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

A mediados de año, se realizó una campaña de reposicionamiento de la marca Gallito en conjunto con Alpacific S. A. Esta campaña tuvo como objetivo principal, la modernización y cambio de imagen de la marca. Esto implicó un rediseño de la etiqueta, botella y presentación. Este esfuerzo estuvo acompañado de una campaña publicitaria de 3 meses. Agosto, Septiembre y Octubre abarcando como cobertura principal a las ciudades de Quito y Guayaquil. Esto le permitió a Alpacific S. A. abrir nuevas plazas en Guayaquil. Bajo la marca de Gallito se promocionó al Gallito Anisado y Gallito Seco, rescatando el concepto de: "un par a todo dar", slogan que se ha mantenido por años. Fue una campaña de expectativa que abarcó medios, como radio, prensa y la revista Estadio, apoyada por material POP entregado a los Distribuidores.

5. RESERVA PARA JUBILACIÓN PATRONAL

Al 31 de diciembre del 2009, la cuenta de pasivo para Jubilación Patronal se mantiene en US \$ 35.201, ya que como ustedes recordarán, señores Accionistas, la empresa, ha optado por una política de pagar por una sola vez la jubilación patronal y no en forma mensual, hasta la muerte del jubilado y un año adicional a los deudos. Estos arreglos se los ha hecho en tres pagos, con lo cual se va a ir regularizando este pasivo a futuro.

La empresa cuenta con 20 trabajadores jubilados que reciben Jubilación Patronal en forma mensual. El año 2009 se jubiló 1 persona con la cual se ha venido hablando para llegar a un acuerdo y pagarle la jubilación patronal, por una sola vez. Como he mencionado en otras oportunidades, creo que el momento en que ILEPSA cuente con los recursos requeridos, se deberá proponer una solución similar a los trabajadores que cobran jubilación patronal, para ir eliminando este pasivo sistemáticamente.

6. RESULTADOS: VENTAS-COSTOS Y MARGENES

Ventas: Las Ventas en unidades, durante el año 2009 fueron de 648.959 superando muy poco a las del 2008.

Las ventas en dólares del 2009 fueron de US \$ 754.164, lo que significó un aumento de un 17,8 % con respecto a las ventas del 2008, en que se vendieron US \$ 642.455.

Los precios de venta promedios por unidad subieron en US \$ 0,1713, lo que significó un aumento del 17,3%, con el objeto de recuperar los márgenes promedio de la empresa.

Costos: Los costos promedio por unidad en el 2009 se incrementaron en un 12,3 % con respecto a los similares del 2008, debido principalmente a los incrementos de mano de obra, materias primas, e insumos. Se pasó de un costo de US \$ 328.130, en el 2008 a un costo de US \$ 368.685,35 en el 2009

Márgenes: como consecuencia del incremento de los precios de venta, aunque los costos promedio de los productos se incrementaron en US \$ 0,062, en cambio los márgenes se elevaron en US \$ 0,1090. Este incremento de los márgenes dio como resultado una utilidad Bruta en ventas de US \$ 385.479 que superó el margen total del año 2008 en un 22,6 %. (ANEXO 1)

6.1 BALANCES DE RESULTADOS COMPARATIVOS:

Producción a Estándar: Para fines prácticos, analizaremos las diferencias entre el 2009 y el 2008.

Materia Prima: Debido al incremento en los precios de alcohol y aguardiente se incrementa la Materia Prima en US \$ 6.588,79

La mano de obra directa más la mano de obra indirecta y más los beneficios sociales se mantienen casi iguales en los dos años.

Los materiales y suministros bajaron de US \$ 61.744,75 en el 2008, a US \$ 47.254,58 lo que significó una disminución de US \$ 14.490,17 debido principalmente a la disminución en la producción de licores, cuya botella no es retornable y además a etiquetas y tapas guala para estos productos.

Reparación y mantenimiento en este rubro se han incrementado US \$ 5.274,09 debido principalmente a los trabajos de mantenimiento preventivo y correctivo, mencionados anteriormente. En general, en la producción se bajaron los gastos en US \$ 5.516,99

Gastos de Administración

Los gastos del año 2009 y 2008 son similares. En el año 2009 se bajaron los gastos en US \$ 966,31.

Gastos de Ventas

Los rubros de retribuciones y beneficios sociales pasaron de US \$ 53.500,76 en el 2008, a US \$ 38.616,05 lo que significó una disminución de US \$ 14.884,65 debido principalmente a la salida de los dos vendedores.

Las cuentas de promoción y publicidad e introducción de mercado se han incrementado en US \$ 4.577,15 y US \$ 4.238,65, respectivamente. Incrementos que se deben a la campaña de introducción de Gallito.

Ingresos no Operacionales

Estos valores, De US \$ 20.434,60, para el año 2009, provienen principalmente de: los intereses pagados por Produbank, de dividendos de las Acciones del Banco Pichincha, de los parqueos y de la recuperación de gastos y otros.

Egresos no Operacionales

Egresos por US \$ 34.450,61 los mismos que se deben principalmente a los siguientes rubros: intereses pagados a Produbank por los préstamos de Panamá, Jubilación Patronal, provisión para cuentas incobrables, diferencia de inventarios en producto terminado y diferencia de inventarios en bodega general. Estos dos últimos rubros se han ajustado luego de un pormenorizado inventario físico, realizado por nuestro Auditor Interno.

Utilidad antes de Impuestos y Participaciones: Durante el año 2009, la Empresa obtuvo una utilidad de US \$ 118.801,95, superior en US \$ 36.580 a las utilidades obtenidas en el 2008 que fueron de US \$ 82.221,35, lo que significa un incremento del 44,4 %. (Anexo 2)

7. INFORMACION Y RECOMENDACIÓN A LA JUNTA GENERAL

7.1 ACCIONES DEL BANCO PICHINCHA

Al 31 de diciembre del 2008, ILEPSA tenía en la cuenta acciones un valor en libros de contabilidad de US \$ 207.009,54 para las 118.971 acciones, con que contábamos en el 2008, valoradas a razón de US \$ 1,74 por acción, ya que ese era el precio en la Bolsa de Valores de Quito.

Durante el año 2009 recibimos 33.201 Acciones liberadas del Banco Pichincha que sumadas a las 118.971 nos daban la cantidad de 152.172 acciones. De estas acciones vendimos 51.121 con lo cual nos quedaron las 101.051 acciones, al 31 de diciembre del 2009. Conforme a lo que indica la Superintendencia de Compañías, la empresa debe ajustar el valor de las acciones, de acuerdo a la información de las cotizaciones de la Bolsa de Valores de Quito, por este motivo hemos registrado, en la cuenta de Inversiones, Acciones del Banco del Pichincha las, 101.051 acciones a un valor de US \$ 1,34, dando un total de US \$ 135.408,34.

7.2 COMPRA DE UN TERRENO PARA ILEPSA

Como ustedes recordarán, señores Accionistas, con fecha 25 de septiembre del 2009, tuvimos una Junta General Extraordinaria, en la cual los señores Accionistas autorizaron al Directorio, para que éste, pueda vender las Acciones del Banco Pichincha con el objeto de adquirir un terreno para la compañía.

En primer lugar, este terreno no se ha comprado hasta la presente fecha, por cuanto los que se han ofertado no han llenado los requisitos de ILEPSA, la misma que puede instalarse en un sitio, donde se permitan empresas de alto impacto. El terreno de 15.948 metros que se nos ofrecía, en septiembre 2009, en el Parque Industrial del Sur y del cual ILEPSA tomaría 8.000 metros cuadrados, era un terreno en el cual lamentablemente, según el Ilustre Municipio de Quito, solamente se podía instalar una empresa de mediano impacto, motivo por el cual se desechó esta oferta.

Por otro lado, para comprar el terreno se vendieron 51.121 Acciones al valor de US \$ 1,51 dándonos un valor neto de US \$ 76.428,06, luego de las comisiones, los mismos que depositamos en Produbanco, en una Póliza de Acumulación, la misma que al 31 de diciembre sumaba la cantidad de US \$ 78.128,69.

En el año 2007, para impulsar el Proyecto Cremas, sobre todo para comprar las botellas, se vendieron acciones del banco Pichincha, hasta completar US \$ 50.000, los mismos que se depositaron, como garantía de dos préstamos por US \$ 22.500 cada uno, dando un total de US \$ 45.000. Estos préstamos se vinieron pagando en un plazo de dos años. En el un caso, capital e intereses y en el otro, solamente intereses. En el mes de septiembre del 2009 se terminó de pagar el primer préstamo y se trajeron los US \$ 25.000 más intereses, dinero que respaldaba el préstamo ya cancelado. Este dinero también se depositó en Produbanco, en una Póliza de Acumulación, que al 31 de diciembre sumaba US \$ 29.815,97.

En definitiva, al 31 de Diciembre del 2009, la empresa cuenta con US \$107.944,66 en Pólizas de Acumulación en el Produbanco, incluidos los respectivos intereses.

Debo informar a los señores Accionistas que no se han seguido vendiendo las acciones del banco Pichincha, ya que su cotización fue cayendo paulatinamente hasta llegar al mes de Diciembre del 2009 a US \$ 1,34 por acción, lo que significa que disponemos de las 101.051 acciones con un valor de US \$ 135.408,34. Esta disminución paulatina en la cotización de las acciones del Banco Pichincha dio como resultado un ajuste negativo en la cuenta Reserva de Capital, por la cantidad de US \$ 27.599,49.

En la Junta General del año pasado, los señores Accionistas aprobaron: "La Asamblea aprueba facultar al Directorio una venta de acciones para inversión en un proyecto concreto, debidamente analizado por el Directorio".

En vista que el "Proyecto para la fabricación de Cremas Lácteo-Alcohólicas" es muy importante para el crecimiento y desarrollo de ILEPSA, el Directorio ha considerado que este proyecto se lleve a cabo en el 2010, sin quitar la posibilidad de seguir buscando el terreno para la compañía.

7.3 PRESUPUESTO 2010

En el presupuesto del 2010, estamos considerando ventas netas por US \$ 844.534, un pago de ICE por US \$ 408.873 y un pago aproximado de IVA por US \$ 112.806 lo que significa una facturación a nuestros Distribuidores De US \$ 1'366.213 lo que representa un incremento del 12, 2 % con respecto al año 2009. En este incremento solamente se está considerando la venta de licores crema por US \$ 97.000. Si llegamos a colocar la crema lácteo-alcohólica con los productores de licores locales, el incremento del presupuesto se elevaría al 22,5 %.

7.4 REPARTO DE UTILIDADES

Me permito sugerir, conforme al criterio del Directorio, que el Reparto de Utilidades a los señores Accionistas, sea del 15 % del Capital de la Compañía, es decir US \$ 45.000 y que se lo haga, de ser posible, en un solo pago, el mismo que se lo podría realizar en el mes de junio. Es importante anotar que el reparto del año 2008 fue del 12 %.

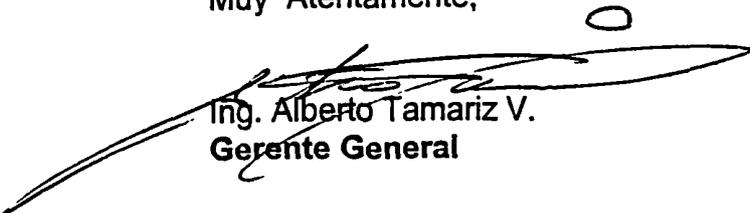
Este pedido se lo hace, considerando que la Empresa necesita un capital de trabajo más alto para solventar sus obligaciones tributarias, disponer del capital de trabajo, para el nuevo proyecto de Cremas Lácteo-alcohólicas y también para cubrir nuestras mayores necesidades con los proveedores.

AGRADECIMIENTO

Muchas gracias a Dios, por habernos permitido seguir trabajando en ILEPSA, al Presidente de la Empresa y a los señores Directores por su ayuda, sus ideas y su estrecha colaboración y apoyo con la Gerencia.

Gracias a todos los funcionarios, empleados, trabajadores y proveedores por su ayuda colaboración y comprensión.

De los señores Accionistas
Muy Atentamente,



Ing. Alberto Tamariz V.
Gerente General

INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA GENERAL 26 FEBRERO 2010
VENTAS, COSTOS Y MARGENES

ANEXO 1
VENTAS

PRODUCTO	AÑO 2007			AÑO 2008			AÑO 2009		
	CANTIDAD	VALOR	PRECIO UNITARIO PROMEDIO	CANTIDAD	VALOR	PRECIO UNITARIO PROMEDIO	CANTIDAD	VALOR	PRECIO UNITARIO PROMEDIO
Traguito 38 * GL x 750	42.886	43.641,00	1,0176	30.837	33.315,50	1,0804	31.644	38.522,85	1,249
Traguito 38 * GL x 375	260	163,16	0,6275	84	-21,85		54	37,57	0,696
Galito 42 *GL x 750	570	564,22	0,9899	580	638,37	1,1024	612	799,83	1,307
Galito Sem 750 y 375 (anisado)	188	144,59	0,7691		-43,69			9,601	7,997,32
Galito seco 750 cc								4,806	5,132,81
Galito seco 375 cc								14,400	8,740,80
Galito Durazno 21 *GL x 750				2,561	3,195,39	1,2477	744	783,47	1,053
Whisky Herkes									
Colonia 500c.c.	810	1.449,95	1,7901	736	1.317,38	1,7899	673	1.376,38	2,045
Traguito 35 * GL x 750	537.898	510.149,61	0,9484	508.002	513.722	1,0113	529.838	621.748,72	1,173
Traguito 35 * GL x 375	27.095	14.404,69	0,5316	21.242	11.837,83	0,5573	20.405	13.224,01	0,648
Traguito Caña 375 x 35*	33.804	17.960,37	0,5313	8.533	5.322,22	0,6237	5.814	3.136,01	0,539
Traguito Caña 375 x 35* Sr. Salazar				20.403	8.655,62	0,4242			
Traguito Caña 375 x 40*	2.568	1.778,00	0,6924		-544,71				
Colonia 250 cc Masculina									
Colonia 250 Femenina	106	203,84	1,9211	31	71,82	2,3168	25	98,00	2,640
Traguito 44* x 750 Y 375									
Ron Isla del Tesoro Oro 750							2,459	3,748,76	1,524
Ron Islas del Tesoro Blanco							1,812	2,724,34	1,503
Ron Patricuzado y Blanco	4.561	6.589,65	1,4448	1.084	1.064,01	0,9816	290	557,14	1,921
Ron Patricuzado 375	5.067	4.279,82	0,8446	1.331	2.667,06	2,0038	28	34,52	1,233
Ron Suave 35 * GL x 750				61	23,16		3,590	4,637,00	1,292
Ron Suave 35 * GL x 375				27.240	15,273,55	0,5607	3,560	2,634,35	0,740
Muestras	227	734,94	3,2378				90	550,43	6,116
Cremas Am. Ch y Tr	2.753	5.662,71	2,0569	24.514	43.969,47	1,7936	18.015	36.311,49	2,016
Lemonchelo				810	1.952,59	2,4106	28	110,90	3,961
Cocteles	102	76,18	0,7469		-112,20				
Colonas Espirituales	446	1.024,87	2,2979	305	712,48	2,3360	350	924,00	2,640
Carbu y Sensación	2.570	13.758,36	5,3534	67	401,74	5,9961	21	173,92	8,282
Descuentos en Ventas		-5.660,18			-962,93			-806,75	
TOTALES	681.911	616.925,58	0,9320	648.421	642.454,40	0,9908	648.959	754.163,87	1,162

PRODUCTO	AÑO 2007			AÑO 2008			AÑO 2009		
	CANTIDAD	VALOR	COSTO UNITARIO PROMEDIO	CANTIDAD	VALOR	COSTO UNITARIO PROMEDIO	CANTIDAD	VALOR	COSTO UNITARIO PROMEDIO
Traguito 38 * GL x 750	42.886	22076,05	0,5148	30.837	16735,98	0,5427	31.644	18.119,83	0,5726
Traguito 38 * GL x 375	260	55,15	0,2121	84	-31,88		54	17,44	
Galito 42 *GL x 750	570	278,55	0,4887	580	321,89	0,5550	612	402,07	0,6570
Galito Sem 750 y 375	188	64,02	0,3405		-22,8			9,601	5,148,77
Galito seco 750 cc								4,806	4,006,28
Galito seco 375 cc								14,400	6,763,68
Galito Durazno 21 *GL x 750				2,561	1987,98		744	615,66	
Whisky Herkes									
Colonia 500c.c.	810	571,43	0,7055	736	588,82	0,7730	673	583,95	0,8380
Traguito 35 * GL x 750	537.898	232401,77	0,4321	508.002	254074,48	0,5001	529.838	294.658,83	0,5560
Traguito 35 * GL x 375	27.095	7.149,42	0,2639	21.242	3343,72	0,1574	20.405	6.305,14	0,3090
Traguito Caña 375 x 35*	33.804	9548,04	0,2824	8.533	2739	0,3210	5.814	2.623,76	0,4513
Traguito Caña 375 x 35* Sr. Salazar				20.403	5085,95	0,2493			
Traguito Caña 375 x 40*	2.568	932,22	0,3630		-356,21				
Colonia 250 cc Masculina									
Colonia 250 Femenina	106	121,44	1,1457	31	54,58	1,1457	25	47,70	1,1457
Traguito 44* x 750 Y 375									
Ron Isla del Tesoro Oro 750							2,459	2.208,15	
Ron Islas del Tesoro Blanco							1,812	1.559,95	
Ron Patricuzado y Blanco	4.561	3304,65	0,7245	1.084	481,61	0,4443	290	307,05	1,0588
Ron Patricuzado 375	5.067	2350,81	0,4639	1.331	466,65	0,3506	28	15,31	0,5468
Ron Suave 35 * GL x 750				61	48,26	0,7911	3,590	3.161,72	0,8807
Ron Suave 35 * GL x 375				27.240	13567,29	0,4961	3,560	1.886,80	0,5300
Muestras	227	299,21	1,3181				90	182,70	2,0300
Cremas Am. Ch y Tr	2.753	2844,67	1,0333	24.514	27541,47	1,1235	18.015	19.468,73	1,0807
Lemonchelo				810	994,64	1,2280	28	38,36	1,3700
Cocteles	102	45,16	0,4427		-54,06				
Colonas Espirituales	446	572,25	1,2831	305	397,36	1,3028	350	495,38	1,4154
Carbu y Sensación	2.570	5639,75	2,1945	67	184,69	2,7566	21	90,09	4,2900
Descuentos en Ventas									
TOTALES	681.911	288.252,59	0,4355	648.421	328.129,74	0,5060	648.959	388.685,35	0,5881

PRODUCTO	AÑO 2007			AÑO 2008			AÑO 2009		
	CANTIDAD	VALOR	MARGEN UNITARIO PROMEDIO	CANTIDAD	VALOR	MARGEN UNITARIO PROMEDIO	CANTIDAD	VALOR	MARGEN UNITARIO PROMEDIO
Traguito 38 * GL x 750	42.886	21.564,95	0,503	30.837	18.578,80	0,538	31.644	21.403,02	0,676
Traguito 38 * GL x 375	260	108,01	0,415	84	9,81		54	20,13	0,373
Galito x 750	570	285,67	0,501	580	317,48	0,547	612	397,78	0,650
Galito Sem 750 y 375	188	80,57	0,429		-20,89			9,601	2.848,55
Galito seco 750 cc								4,806	1.128,53
Galito seco 375 cc								14,400	1.977,12
Galito Durazno 21 *GL x 750				2,561	1.207,41	0,471	744	167,81	0,226
Whisky Herkes									
Colonia 500c.c.	810	878,52	1,085	736	748,48	1,017	673	812,43	1,207
Traguito 35 * GL x 750	537.898	277.747,84	0,516	508.002	258.847,01	0,511	529.838	327.091,89	0,617
Traguito 35 * GL x 375	27.095	7.255,27	0,268	21.242	8.494,11	0,400	20.405	8.918,87	0,339
Traguito Caña 375 x 35*	33.804	8.414,33	0,249	8.533	2.583,22	0,303	5.814	512,25	0,088
Traguito Caña 375 x 35* Sr. Salazar				20.403	3.588,67	0,175			
Traguito Caña 375 x 40*	2.568	845,78	0,329		-188,50				
Colonia 250 cc Masculina									
Colonia 250 Femenina	106	82,20	0,781	31	17,28		25	18,30	0,676
Traguito 44* x 750 Y 375		0,00			0			0,00	
Ron Isla del Tesoro Oro 750							2,459	1.538,61	0,626
Ron Islas del Tesoro Blanco							1,812	1.184,39	0,643
Ron Patricuzado y Blanco	4.561	3.285,00	0,720	1.084	582,40	0,537	290	250,09	0,862
Ron Patricuzado 375	5.067	1.929,01	0,381	1.331	2.200,41	1,653	28	19,21	0,686
Ron Suave 35 * GL x 750				61	-28,10		3,590	1.478,28	0,411
Ron Suave 35 * GL x 375				27.240	1.708,28	0,063	3,560	747,55	0,210
Muestras	227	435,73	1,920		0,00		90	387,73	4,086
Cremas Am. Ch y Tr	2.753	2.818,04	1,024	24.514	18.428,00	0,670	18.015	16.842,78	0,935
Lemonchelo				810	957,85	1,183	28	72,54	2,591
Cocteles	102	31,02	0,304		-58,14			0,00	
Colonas Espirituales	446	452,62	1,015	305	318,12	1,033	350	428,62	1,225
Carbu y Sensación	2.570	8.118,61	3,159	67	217,05	0,712	21	83,63	3,992
Descuentos		-5.660,18			-962,93			-806,75	
TOTALES	681.911	328.672,99	0,497	648.421	314.325,66	0,485	648.959	385.478,52	0,594

INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA GENERAL: 26 FEBRERO 2010

ANEXO 2

	AÑO 2007		AÑO 2008		AÑO 2009		AÑO 2009		AÑO 2009	
	DOLARES	%	DOLARES	%	DOLARES	%	DOLARES	%	DOLARES	%
VENTAS	616925,58	100,00%	642455,4	100,00%	754163,87	100	754163,87	100	111.708,47	
COSTO DE VENTAS	288252,59	46,72%	328129,74	51,07%	368685,35	48,89	368685,35	48,89	40.555,61	
UTILIDAD BRUTA	328672,99	53,28%	314325,66	48,93%	385478,52	51,11	385478,52	51,11	71.152,86	
MATERIA PRIMA	144976,08	23,50%	166245,44	25,88%	172834,23	22,917	172834,23	22,917	6.588,79	
MANO DE OBRA DIRECTA	33691,59	5,46%	51420	8,00%	49756,8	6,598	49756,8	6,598	-1.663,20	
GASTOS DE PRODUCCION MO/	37322,58	6,05%	27368,75	4,26%	26706,06	3,541	26706,06	3,541	-662,69	
BENEFICIOS SOCIALES	10679,86	1,73%	10508,75	1,64%	12514,47	1,659	12514,47	1,659	2.005,72	
MATERIALES Y SUMINISTROS	51507,73	8,35%	61744,75	9,61%	47254,58	6,266	47254,58	6,266	-14.490,17	
SERVICIOS	19975,56	3,24%	16797,66	2,61%	14416,62	1,912	14416,62	1,912	-2.381,04	
REPARACION Y MANTENIMIENT	456,97	0,07%	5351,54	0,83%	10625,63	1,409	10625,63	1,409	5.274,09	
ACUMULACIONES	14914,02	2,42%	13523,27	2,10%	12895,01	1,710	12895,01	1,710	-628,26	
CARGAS LEGALES Y OTROS		0,00%	0,00	0,00%	0,00		0,00			
GASTOS	504,04	0,08%	457,2	0,07%	851,97	0,113	851,97	0,113	394,77	
RENOVACIONES	86,5	0,01%	130	0,02%	175	0,023	175	0,023	45	
DUCCION ESTANDAR	-81,32		0		0		0			
VARIACIONES ESTANDAR	-314196,25	-50,93%	-353547,36	-55,03%	348030,37	46,148	348030,37	46,148	-5.516,99	
	-81,32		0							
RETRIBUCIONES	93.586,69	15,17%	84.799,64	13,20%	81928,85	10,864	81928,85	10,864	-2.870,79	
BENEFICIOS SOCIALES	11519,14	1,87%	19233,2	2,99%	22503,63	2,984	22503,63	2,984	3.270,43	
MATERIALES Y SUMINISTROS	4453,94	0,72%	3830,97	0,60%	4104,33	0,544	4104,33	0,544	273,36	
SERVICIOS	11201,25	1,82%	12535,36	1,95%	9786,81	1,298	9786,81	1,298	-2.748,55	
REPARACION Y MANTENIMIENT	1499,44	0,24%	4892,97	0,76%	3314,71	0,440	3314,71	0,440	-1.578,26	
ACUMULACIONES	4939,17	0,80%	3193,25	0,50%	3547,51	0,470	3547,51	0,470	354,26	
PROMOCION Y PUBLICIDAD CA	327,54	0,05%	632,4	0,10%	1317,51	0,175	1317,51	0,175	685,11	
IMPUESTOS PRED.CONTRATOS	15049,24	2,44%	15291,8	2,38%	15233,91	2,020	15233,91	2,020	-57,89	
CARGAS LEGALES Y OTROS		0,00%	0,00	0,00%	0,00		0,00			
HONORARIOS DE TERCEROS	9734,22	1,58%	3320,49	0,52%	5855,22	0,776	5855,22	0,776	2.534,73	
GASTO JUICIOS AÑOS ANTERIO	5461,56	0,89%	4121,76	0,64%	2048,04	0,272	2048,04	0,272	-2.073,72	
GASTOS NO LIQUIDADOS 2003		0,00%	0,00	0,00%	0,00		0,00			
GASTO EMISION MARCAS		0,00%	0,00	0,00%	0,00		0,00			
20% DESCUENTO COMISARIATO		0,00%	0,00	0,00%	380,24		380,24			
AGASAJO NAVIDENO	3579,08	0,58%	4317,44	0,67%	5182,21	6,864	5182,21	6,864	864,77	
GASTOS DE ADMINISTRACION	161.351,27	26,15%	156.169,28	24,31%	155.202,97	20,58%	155.202,97	20,58%	-966,31	
RETRIBUCIONES	47975,44	7,78%	37716,48	5,87%	25562,42	3,390	25562,42	3,390	-12.154,06	
BENEFICIOS SOCIALES	10453,33	1,69%	15784,28	2,46%	13053,63	1,731	13053,63	1,731	-2.730,65	
MATERIALES Y SUMINISTROS	7624,7	1,24%	5490,68	0,85%	3672,96	0,487	3672,96	0,487	-1.817,72	
SERVICIOS	5498,15	0,89%	4090,8	0,64%	1803,58	0,239	1803,58	0,239	-2.287,22	
REPARACION Y MANTENIMIENT	3002,41	0,49%	7707,57	1,20%	11710,37	1,553	11710,37	1,553	4.002,80	
ACUMULACIONES	8464,98	1,37%	12331,77	1,92%	9559,38	1,268	9559,38	1,268	-2.772,39	
PROMOCION Y PUBLICIDAD	8517,4	1,38%	10033,3	1,56%	14610,45	1,937	14610,45	1,937	4.577,15	
CARGAS LEGALES ICE Y OTROS		0,00%	0,00	0,00%	0,00		0,00			
INTRODUCCION DE MERCADO	3369,48	0,55%	6727,35	1,05%	10966	1,454	10966	1,454	4.238,65	
GASTO DE ICE		0,00%	0,00	0,00%	0,00		0,00			
DEFENSA DE PATENTES	4374,44		6534,38		6518,8	0,864	6518,8	0,864	-15,58	
GASTO ANALISIS VARIOS		0,00%		0,00%						
GASTOS DE VENTAS	99.280,33	16,09%	106.416,61	16,56%	97.457,59	12,923	97.457,59	12,923	-8.959,02	
UTILIDAD O(PERDIDA) EN OPERAC	68.122,71	11,04%	51.739,77	8,05%	132.817,96	17,611	132.817,96	17,611	81.078,19	
INGRESOS NO OPERACIONALE	19521,79	3,16%	53095,39	8,26%	20434,6	2,710	20434,6	2,710	-32.660,79	
GASTOS NO OPERACIONALES	-15156,32	-2,46%	-22613,81	-3,52%	-34450,61	-4,568	-34450,61	-4,568	-11.836,80	
UTILIDAD(PERDIDA) ANTES PARTICIPA	72.488,18	11,75%	82.221,35	12,80%	118.801,95	15,753	118.801,95	15,753	36.580,60	