I L E L S A
INDUSTRIA LICORERA EMBOTELLADORA DE LOJA S.A.
Av. Salvador Bustamante Cheli s/n
Tell. (593 7) 573192. Tealeaf: (593 7) 570435 P.O. Box. 626. Loja - Ecuador

INFORME DE OPERACIÓN ILELSA

REALIZADO POR: Administración: GERENTE GENERAL: Ing. Edwin Ripalda
PRESIDENTE: Ing. Juan Palacios

PERIODO: Enero 2009 – Diciembre 2009

Señores accionistas
Señores miembros del Directorio
Señor Comisario

Dando cumplimiento a las disposiciones de la Ley de Compañías, de las normas establecidas por la Superintendencia de Compañías, y, de los Estatutos y Reglamentos de Industria Licorera Embotelladora de Loja S.A. ILELSA, me dirijo a ustedes, señores accionistas para presentar un resumen sobre las actividades realizadas en la empresa durante el ejercicio económico del 2009.

1. ENTORNO ECONOMICO:

En el año 2009 los precios del petróleo cayeron fuertemente y se recuperaron hasta niveles intermedios en el segundo semestre de ese año. Adicionalmente luego de un período de moratoria, el gobierno central realizó la recompra de bonos 2012 y 2030 lo cual hizo caer la deuda externa y su relación al PIB, y en los últimos meses del año 2009 se intentó volver a subir la deuda externa sin mayores resultados con el objetivo de financiar el presupuesto del 2010 habiendo tenido que repatriar parte de la reserva monetaria y obtener financiamiento del IESS con el objeto de poder cumplir con el gasto corriente a finales del año. La política del gobierno se mantuvo; tratando de incrementar beneficios individuales como el pago mensualizado de los fondos de reserva, sin tener una política de apoyo industrial para aumentar la liquidez y por lo tanto el consumo, razón por la cual, el nivel de liquidez per cápita disminuyó en 0.2 respecto al año 2008 lo cual dio como resultado una restricción en el gasto para consumo, aspecto que afecta directamente a empresas como la nuestra.

En la provincia de Loja durante el año 2009 no se sintió la fuerza del invierno y más bien los períodos de sequía afectaron a las cosechas y una vez más se perjudicó la cantidad de circulante, así mismo dentro de la provincia existió aproximadamente un 25% de reducción en los valores de las remesas enviadas por los migrantes lo cual también disminuyó la cantidad de circulante y restringió el consumo. En lo referente al sistema bancario, las políticas y reglamentaciones impartidas por el gobierno obligó a repatriar capitales que se encontraban en el exterior generando una mayor liquidez que lastimosamente no vino acompañada de políticas de incentivo a la producción ocasionando que este dinero fresco no pueda entrar fácilmente en el sistema económico nacional lo que debilitó la rentabilidad de estas instituciones financieras.

Para el caso de ILELSA y las demás compañías licoreras se realizó como todos los años un ajuste estatal con una nueva fijación del Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), ajuste que fue realizado mediante registro oficial en diciembre del 2008, con vigencia desde enero del 2009. A mediados del año 2009 dentro de la ley de régimen monetario que se presentó para trámite en la Asamblea Nacional por sugerencia del SRI se pretendió implementar varios cambios en la forma de cálculo y valores del ICE, con una proyección a subidas por encima del 150% lo que hubiese sido un golpe muy fuerte para las industrias licoreras, sin embargo los diferentes sectores y entre ellos la Asociación de Industriales Licoreros del Ecuador presentó varias objeciones en las diferentes instancias involucradas en el análisis consiguiendo que esta ley sea cambiada casi en su totalidad y teniéndose un incremento recién para el año 2010 en valores superiores a la inflación pero considerados manejables para que no se restrinja aún más el consumo.

Las campañas emprendidas por las municipalidades e intendencias en todo el País para evitar el consumo de licores se han incrementado, y en la ciudad de Loja se han creado nuevos altos impuestos municipales para los comerciantes de bebidas alcohólicas haciendo que muchos pequeños puntos de venta dejen de expender licor por la imposibilidad de pagarlos. Como información quiero indicarles que de acuerdo a un estudio realizado por la Asociación de Industrias Licoreras del Ecuador, las ventas de licores (sin incluir cerveza y/o vino) han decrecido en un 18% con respecto al año 2008 lo que obviamente disminuyó el nivel de ventas de casi todas las fábricas, siendo ILELSA una de las únicas que no se vio afectada en este año.

2. PRODUCTOS Y MERCADO:

Dentro del año 2009 la cartera de productos comercializados por ILELSA casi no se ha incrementado y solamente han variado ciertas presentaciones por cambios comerciales o de mercado realizados por nuestros proveedores Cuenca Bottling y AmBev Ecuador en su afán de mejorar su participación de mercado.

En cuanto a la comercialización de cerveza, las ventas en el año 2009 fueron aproximadamente 20% inferiores a las del año 2008 y esto se debió principalmente a la variación en el precio que implementó AmBev en Enero del 2009 haciendo que el margen de diferencia con Pilsener se haya reducido. Adicionalmente en el mercado de Loja se notó un importante apoyo de nuestra marca competidora con fríos y personal propio de la empresa en la labor de ventas, es decir que Pilsener le dio mucha importancia a recuperar el mercado perdido con nuestra participación en la Provincia de Loja.

En cuanto a los otros productos provenientes de Cuenca Bottling que son comercializados por ILELSA, en términos globales tuvieron un importante crecimiento entre el año 2009 comparado con el 2008 pero profundizando un poco más en las cifras, la participación de bebidas gaseosas se mantuvo a los mismos niveles del 2008 y el fuerte crecimiento se dio en el agua Pure Water en las diferentes presentaciones lo cual ayudó también para mejorar el mercado de nuestra compañía hermana EMLOJA. Otra parte influyente en el crecimiento global fue la desaparición del jugo Vida y el reingreso de Jugo Sunny que tiene una mayor acogido y aunque su rentabilidad es muy pequeña nos ha ayudado para el crecimiento del Cantaclaro pues se evita la presión que hacía el distribuidor de Zhumir al ser el único distribuidor de

estos jugos. Cabe indicar que en este año se desmontó totalmente el sistema de prevendedores exclusivos de cola y solamente se aumentó un vendedor a los que ILELSA mantenía anteriormente.

En lo que se refiere al Cantaclaro, en el año 2009, las ventas se incrementaron en forma importante comparadas con el año 2008 básicamente por una estabilidad de precios que se mantuvo durante todo el año, la misma que solamente fue interrumpida por promociones temporales realizadas para evitar el ingreso de otros productos llegados de fuera de la provincia o para evitar el afianzamiento de marcas ya presentes que han hecho todo lo posible para agarrar una parte del pastel de bebidas en la provincia u ciudad de Loja.

En lo que se refiere a productos fabricados aquí, el licor "Cañita" casi no tiene presencia, sin embargo no ha parado su producción en forma total y el licor "Kantuca" que entró con gran fuerza los primeros meses del año ha sido bloqueado y su presencia a finales del año es casi nula. En cuanto a publicidad y promociones, los gastos se mantuvieron en niveles similares al año precedente y se mantuvo la política utilizada de regalar botellas de licor para lograr afianzar el producto en el consumidor final.

En relación a las agencias, estas nos han permitido manejar cada vez mejor el mercado de precios y no depender de distribuidores grandes que puedan ejercer una presión en la compañía. Las agencias de Macará y Cariamanga han crecido en ventas y no han dado problemas; sin embargo en la agencia de Catacocha no ha existido una estabilidad de personal ni una responsabilidad en el mismo a tal punto que existió un robo dentro de la agencia, robo en el que no se ha podido determinar los culpables y que ha repercutido en la rentabilidad de esa agencia y de la compañía.

En cuanto a los distribuidores tradicionales, la mayor parte de ellos se ha mantenido pero han perdido fuerza por nuestra cobertura directa. Dentro del año 2009 se incluyó como distribuidor a IMC, compañía que tuvo una importante participación en las ventas de cantaclaro.

En cuanto al Ron, en forma similar a lo explicado el año anterior, no ha existido un crecimiento, sin embargo es un producto que se continúa comercializando y contribuye para la imagen del aguardiente como un producto de mayor nivel.

En cuanto se refiere a las ventas fuera de la provincia de Loja podemos afirmar que al igual que en el 2008, el único sector en el que hemos mantenido el nivel es El Oro, y dentro de este año no se ha podido todavía iniciar con la comercialización en Guayaquil lo cual a la fecha de este informe ya ha arrancado.

Seguimos afirmando ahora con mejores resultados que la política de llegar en forma directa al punto de venta que se implementó hace algunos años y que ha continuado con la apertura de las agencias dentro de la provincia ha dado resultado a largo plazo lo cual permite afianzar tanto nuestro producto principal "Cantaclaro" como los demás productos comercializados ganándose ILELSA un prestigio que le permite mantener una influencia sobre sus proveedores.

3. ASPECTOS TÉCNICOS, DE PRODUCCIÓN Y DE INFRAESTRUCTURA:

En este año no se han realizado mayores modificaciones en la maquinaria industrial y solamente se han realizado labores de mantenimiento para garantizar una producción adecuada. En cuanto a nuevos equipos hemos incrementado un marcador de tinta para las botellas (INK Jet) con el fin de cumplir las regulaciones gubernamentales incluyendo en nuestro producto la identificación de lote y fecha de caducidad.

En este año se han realizado gastos muy importantes en cuanto a obras civiles, obras tales como modificación de oficinas, ampliación del área de mantenimiento de equipos fríos, bodegas y baños, etc.; así mismo se inició una importante ampliación de la bodega de producto terminado; todas estas ampliaciones se han realizado con el fin de mejorar el flujo de productos y dar una mayor comodidad al personal. Es importante mencionar que estas ampliaciones y/o modificaciones se han realizado porque la compañía presentó una mayor liquidez lo cual facilitó estas labores.

Al igual que todos estos últimos años, para el lavado de botellas fue necesario contratar personal externo pero solamente lo hemos realizado con jóvenes estudiantes durante los períodos de vacaciones lo cual a mas de ser una ayuda social ha conseguido reducir los costos en este rubro.

4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y DE PERSONAL:

Empezamos este capítulo del informe mencionando un año más que ha existido una inestabilidad en el departamento de contabilidad y hemos tenido que cambiar nuevamente los asistentes, lastimosamente no hemos podido conseguir personas adecuadas y con conocimiento que den una tranquilidad a esta administración y a los Srs. Accionistas.

A finales del 2009 tuvimos también un cambio en la secretaria de la compañía, puesto que debe ser ocupado por una persona de capacidad ya que su manejo no es solamente secretarial sino técnico, aspiramos que la persona que ocupa actualmente el cargo llegue a tener un rendimiento que le haga merecedora a pertenecer a una compañía como ILELSA.

En el año 2009 hemos reforzado el área de sistemas y actualmente existen 3 personas las mismas que también han rotado en varias ocasiones pues el personal nuevo que se entiende entra con muchos conocimientos no se adaptan a la responsabilidad del la realidad práctica y administrativa.

En el año 2009 se han tomado algunas decisiones importantes en cuanto a sistemas pues consideramos que esa es una falencia de ILELSA y que actualmente ninguna compañía podrá desarrollarse sin información además de que estará siempre susceptible a fallas y falencias de dinero. Se empezó un funcionamiento directo del sistema "Financial" dado por Cuenca Bottlling y que aunque no hemos realizado desembolsos tiene un valor de US$9000.00 el cual corre sobre una plataforma de Oracle que tiene un costo aproximado de US$12.000.00. Adicionalmente adquirimos 2 versiones actualizadas de Visual Fac; sin embargo de lo cual seguimos sintiendo la debilidad de información en esta compañía.

En cuanto a los conflictos con el personal, durante el año 2009 la parte mas difícil se ha presentado en la agencia de Catacocha con cambios de 4 o 5 personas y con la existencia del robo que fue mencionado en partes anteriores.

En cuanto al personal de ventas, durante todo el año hemos mantenido nuestro esquema de 5 prevendedores en la ciudad de Loja pero sin el prevendedor escoba del que dispusimos el año 2008. Adicionalmente contamos también con uno en Catamayo, y tres autoventistas en Macará, Cariamanga y Catacocha.

En cuanto al personal de producción, no han existido cambios importantes manteniéndose el mismo personal del año 2007.

En cuanto a las remuneraciones, estas fueron incrementadas en el año 2009 con un porcentaje promedio ligeramente superior al decretado por la ley y con ciertas variaciones por labores operativas individuales y por vacantes llenadas con nuevo personal.

En cuanto a las relaciones con las diferentes instituciones de control, dentro de este año tuvimos un grave problema con el SRI que ocasionó una clausura temporal de 8 días en el mes de junio. Por los resultados no hubo una influencia directa de esta clausura.

5. ANÁLISIS DEL BALANCE Y ESTADO DE RESULTADOS:

Para el año 2009 se reclasificaron ciertas cuentas con el fin de tener una distribución que nos permita mejorar el análisis en rubros específicos. Las ventas totales pasaron de US$1.295.928.16 en el 2008 a US$1.668.450.55 en el 2009, lo que significa un incremento del 28%. Los ingresos por facturación de licor alcanzaron los US$ 749.165.92, equivalente al 44.9% y los ingresos por la distribución alcanzaron los US$ 919.284.63 equivalente al 55.1%; con lo cual la distribución perdió la gran influencia de años pasados y el licor tuvo un crecimiento importante.

Conjuntamente con el incremento de ventas hemos tenido un incremento en la utilidad bruta la misma que para este año tiene un valor de US$75.313.09 comparada con los US$56.450.49, del año 2008, lo que representa una subida de aproximadamente 33%.

Cabe indicar que durante el año 2009 la compañía ILELSA ha pagado por impuestos (IVA e ICE y retenciones) un promedio aproximado de US$19.000.00 cada mes

Los aspectos principales que constan en el Balance y Estado de Resultados del año 2009 son:

- Dentro del activo corriente se tiene un valor total de US$ 50.795.06; es decir un 55% mayor al año pasado evidenciando un gran incremento en la liquidez de la compañía.
- Dentro del activo exigible se destacan las cuentas por cobrar a Clientes con un valor de US$111.106.56 que a pesar de ser alto está dentro de los parámetros normales del crecimiento de ventas y es el único rubro importante dentro de este grupo.

- El activo realizable tiene un valor total de US$71.685.21 lo que demuestra un manejo muy eficiente de los inventarios.
- En el activo fijo existe la mas grande modificación del balance pues acogiéndonos al fallo dado por el Tribunal Constitucional de Pichincha y acercándonos a las regulaciones de las normas NIIF hemos procedido a revalorizar la cuenta de "Edificios" y "Maquinaria" colocándolos en valores reales certificados por peritos calificados utilizando de contraparte la cuenta de "Aportes para futuras capitalizaciones"
- Dentro de Cuentas por Pagar la disminución es importante y solamente se destaca la Deuda a Accionistas que al no ser de corto plazo afianza considerablemente la posición de la compañía. Así mismo el endeudamiento bancario tiene niveles muy bajos.
- Debido a que la revalorización de los activos creó una cuenta elevada para aportes a Futuras Capitalizaciones y que dentro del año 2010 debe llevarse el capital suscrito a valores reales, este año se ha decidido prescindir de utilizar una cuenta de reserva facultativa y este valor se ha incrementado en las utilidades.
- En el estado de Pérdidas y Ganancias para este año se han desglosado e individualizado todos los rubros de manera que no aparece un solo valor global de Costo de Ventas sino que se identifican como Costos Generales de Distribuidora todos los rubros de los productos comprados para tener una comparación de la rentabilidad de cada línea de productos.

Luego de esta rápida presentación de las cuentas, quiero informarles que de acuerdo a las utilidades indicadas anteriormente, la compañía procederá a repartir entre sus trabajadores la suma de US$11.296.96; pagará por impuesto a la renta la suma de US$16.004.03, provisionará como reserva legal la suma de US$ 6.401.61 y que existe una cantidad de US$ 41.610.48 para ser repartida entre todos los accionistas. Esta administración sugiere a todos ustedes que en este año todo este valor sea repartido pues cualquier saldo que quede en la compañía deberá pagar nuevamente un tributo del 25% por tratarse de un movimiento perteneciente al año 2010.

6. RECOMENDACIONES:

De la experiencia obtenida en este año de trabajo nos permitimos realizar las siguientes recomendaciones:

- Este año deberá enfocarse básicamente a ampliar el mercado en la Provincia del Guayas.
- Deberán mejorarse los controles en las agencias y también en la oficina matriz para evitar problemas posteriores como los sucedidos en el 2009.
- Es prioritario que en el 2008 se afiance el sistema computacional y se complete ciertos módulos que serán parte también de la mejora general en el control.
- Se deberá programar y empezar a ejecutar la implementación de las normas NIIF aunque estas sean postergadas en su aplicación.

ILELSA
INDUSTRIA LICORERA EMBOTELLADORA DE LOJA S.A.
Av. Salvador Bustamante Cheli s/n
Tell. (593 7) 573192. Tealeaf: (593 7) 570435 P.O. Box. 626. Loja - Ecuador

Finalmente, señores accionistas, conjuntamente con el Presidente agradecemos su presencia en esta junta, y agradecemos al Directorio por su apoyo en nuestra gestión, a la Dra. Nila Córdova, por su labor como Comisario, al Personal Administrativo,

Técnico, de Planta y de ventas que permitieron con su trabajo el mejor desarrollo de la empresa durante este año de labores.

De ustedes muy atentamente

Ing. Edwin Ripalda Q.
GERENTE GENERAL

Ing. Juan Palacios
PRESIDENTE

Loja, abril del 2010