

ILELSA

INDUSTRIA LICORERA EMBOTELLADORA DE LOJA S.A.

Av. Salvador Bustamante Celi 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. Felipe Burneo

PERIODO: Enero 2014 – Diciembre 2014

Señores accionistas
Señores miembros del Directorio
Señorita Comisario

De acuerdo 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 2014.

1 ENTORNO EMPRESARIAL:

En el aspecto económico, el año 2014 mantuvo una estabilidad macroeconómica general, a pesar de la caída de los precios del petróleo en los últimos meses del año, estabilidad que permitió aumentar el poder adquisitivo del consumidor y por ende mejorar la posibilidad de ventas de las diferentes empresas, sin embargo, la política fiscal mantuvo su posición de aumentar la recaudación interna mediante un control exagerado sobre todas las compañías; en especial, sobre todas aquellas que producen productos alimenticios (es importante indicar que el licor está dentro de la clasificación de productos alimenticios para el control gubernamental) y adicionalmente que están obligados a cobrar el Impuesto a los Consumos Especiales. Dentro del plano económico, el Gobierno Nacional redujo el gasto en infraestructura, limitando la cantidad de dinero circulante, pero aumentó el gasto corriente; esto en el fondo logró el efecto de mantener la liquidez, pero teniendo como objetivo disminuir el gasto en importaciones y aumentar los ingresos por exportaciones no tradicionales.

El Gobierno Nacional contando con la Asamblea sobre la cual su influencia es directa, ha podido aprobar algunas leyes y emitir reformas fiscalistas, en el caso de los licores, se pusieron cupos de importación y diferentes controles con el fin de recaudar mas impuestos, dentro de lo mas relevante está el anuncio de la aplicación del SIMAR, aprobado en el 2014 y para aplicación el año 2015. El SIMAR consiste en una plataforma integral que contendrá información respecto a la producción, comercialización y aspectos de interés tributario, de bienes de producción nacional gravados con el impuesto a los consumos especiales, y operará a través de la colocación y activación de componentes físicos y tecnológicos de seguridad en cada producto.

Dentro del esquema antes propuesto, para disminuir la salida de divisas, se volvió a incrementar la carga impositiva para los licores importados, lo cual benefició a la industria licorera nacional.

En cuanto a los impuestos directos para la industria licorera, el mes de enero no existió un incremento en el valor del ICE manteniéndose la tasa referencial de 6.93 debido a que no existió inflación, sino mas bien deflación en el precio de los licores nacionales, este valor se mantuvo durante todo el año.

En cuanto al sector global de bebidas alcohólicas, según los datos de ADILE (Asociación de Licoreros del Ecuador), las campañas nacionales y las tergiversaciones de la ley por parte de los Gobiernos Seccionales impidiendo la venta de bebidas alcohólicas en tiendas, hizo que el consumo de estas bebidas se reduzca en aproximadamente un 15%, lo que no aconteció con ILELSA que mantuvo un crecimiento respecto al año 2013. Las prohibiciones de campañas publicitarias obligaron a que todas las empresas licoreras basen sus ventas en mejor atención al cliente, aspecto que benefició a nuestra compañía que no posee los mismos recursos para campañas televisivas muy agresivas.

Las campañas de control de Salud y del IESS con el esquema de "Seguridad y Salud" para los trabajadores se han incrementado, adicionalmente, se mantiene la necesidad de la certificación de BPM, lo cual ha requerido la creación de un departamento con el objeto de cumplir todas estas regulaciones estatales que no involucran solamente correcciones físicas sino especialmente control documentario.

Con respecto al abastecimiento de materia prima, este año ha sido muy irregular, tanto así, que en algunos meses del año existió un desabastecimiento importante en la planta industrial, habiéndose la administración visto en la necesidad durante el año de comprar este producto a otros proveedores de los generalmente aprobados.

La situación vial dentro de la provincia se mantuvo en muy buen estado durante el año 2014, lo cual facilita nuestra llegada a los diferentes puntos de venta.

2 PRODUCTOS Y MERCADO:

Con relación a la cartera de productos que veníamos manejando los años anteriores, durante el año 2014 existieron algunas novedades importantes que detallo a continuación:

- Se descontinuo la comercialización de cerveza sin alcohol "Estrella Galicia" y "Shandi". Nunca se pudo lograr afianzar el mercado, y por lo tanto no era un producto que convenga a una comercializadora de arrastre como ILELSA.
- Cuando se perdió el agua Pure Water, que mantuvo una gran influencia económica para la compañía, se arrancó con otras líneas, entre ellas las golosinas "Chupa Chups", creemos que entrar en esa línea fue un error administrativo, pues nuestro personal de ventas no estaba enfocado en ese tipo de productos, razón por la cual también se descontinuó la venta de los mismos.
- Desde los primeros meses del año 2014 se trabajó con el agua "Alben", nuestra propia marca maquilada por parte de Minaexplo Loja S.A., pero que al final del año hemos cerrado con problemas y que para la fecha de este informe podemos decir efectivamente que la relación con esta compañía ha terminado.

- Luego de que en el año 2013 habíamos perdido la distribución de Sunny por una acción algo desleal de Cuenca Bottling Co., ahora les informamos que desde el mes de Junio del 2014, empezamos a distribuir nuevamente en forma directa este producto aunque no en exclusividad, sin embargo este ha constituido un ingrediente importante dentro de las utilidades totales de la compañía.
- Es importante indicar que en el año 2014 continuaron creciendo las ventas de Canta Claro en presentación de 750cc.

La venta de cerveza en este nuevo año no creció, y mas bien sufrió un deterioro significativo, especialmente por la falta de compromiso de la compañía fabricante Ambev, con campañas publicitarias y apoyo directo para incrementar el reconocimiento de marca que conlleve a aumentar las ventas. La utilidad por la comercialización de este producto bajó dentro del año 2014.

Luego de terminar el stock de Agua Cristalina en los dos primeros meses del año, arrancamos con agua "Alben" que mantuvo un repunte, y luego un crecimiento importante habiendo sido un ingrediente fuerte en la participación de utilidades del año 2014.

Dentro de la distribución, el grupo de productos de mas alto crecimiento fue la linea de lácteos, a pesar que nosotros solamente comercializamos los productos de larga vida y es un pedido de la compañía productora que comercialicemos también los productos llamados "del día", sin embargo este tipo de productos solamente funcionan en autoventa y nuestro principal esquema es de preventa.

Dentro del año 2014 existieron dos variaciones de precios en el Cantaclaro, una en enero y otra en agosto de ese año sin embargo de lo cual las ventas de este producto crecieron durante el 2014.

Al momento, en el mercado de la ciudad de Loja y Provincia se nota un importante decremento en la presencia de Zhumir que antes fue la mayor competencia de nuestro producto, así mismo el licor Cristal casi no existe, sin embargo, al igual que el año pasado, el Cognac Montecarlo se ha constituido en la mayor competencia de nuestro producto.

En cuanto a las agencias, este año ha existido un crecimiento en las agencias de Catacocha, Cariamanga y Macará y desde mediados del año se ha logrado afianzar la agencia de Yantzaza, empezando un pequeño pero sostenido crecimiento que nos hace pensar en un desarrollo importante durante el 2015. La agencia de Huaquillas ha crecido muy poco, pero mantiene una presencia significativa en esa zona.

En resumen, y como también dijimos el año pasado, las agencias nos han permitido afianzar el posicionamiento de todos nuestros productos en la provincia, y mantener una presencia de mercado que nos ha hecho pasar a constituirmos no solamente como fabricantes sino como una de las mejores distribuidoras de la zona, lo cual nos abre algunas puertas para un desarrollo futuro.

3 ASPECTOS TÉCNICOS, DE PRODUCCIÓN Y DE INFRAESTRUCTURA:

Con el fin de cumplir la regulación obligatoria de las Buenas Prácticas de Manufactura, se ha procedido a realizar inspecciones de cumplimiento por parte del Ministerio de la Productividad, y en base a esas directrices se implementaron políticas para mejorar la infraestructura física con cambio de techos, paredes y pisos, que involucraron gastos fuertes para la compañía, pero que posteriormente nos servirán no solamente para la aprobación de BPM sino de normas ISO, y al fin del presente año, a pesar de no estar concluidas todas las obras, tenemos el orgullo de decir que contamos con una verdadera planta industrial aséptica y que dará una imagen de calidad para el producto terminado.

Dentro del esquema de mejoramiento de instalaciones físicas hemos incluido una variación total de los tanques de almacenamiento y proceso, con nuevos tanques de acero inoxidable y logrando separar el área de envasado con el área de manejo de fluidos.

Cumpliendo los requerimientos de Seguridad y Salud, hemos dotado al área de enfermería con los equipos necesarios, y tenemos atención médica dos veces por semana, y como ya se indicó, el área de comedor cumple las funciones acorde a las disposiciones reglamentarias.

En cuanto a las maquinarias y/o equipos de producción, se procedió a la importación de una etiquetadora española para la línea de 750 cc, así mismo, se compró un codificador láser para la línea de 375 cc y se dejó la impresora ink jet para la línea de 750 cc.

En el área de sistemas se ha continuado trabajando sobre el programa SAGE para darle mayor versatilidad y corregir las deficiencias, especialmente en el área de ventas y control contable. En el área de ventas, se cambiaron los túneles de transmisión, y actualmente somos de las pocas compañías que utilizan teléfonos con plataforma Android y con mayor eficiencia de control de rutas.

En este año la compañía adquirió 3 vehículos para reemplazar su flota y modernizar la misma.

En cuanto a la maquinaria industrial, como se trata de equipos que ya tienen su edad, siempre existirán problemas de mantenimiento que durante el año han sido solventados con importaciones y cambios que muchas veces requieren adaptaciones, pero en términos generales existe un buen desempeño de los mismos, haciendo que no se requieran cambios completos (solamente se ha considerado un cambio en la etiquetadora de 375 cc) al menos hasta que se necesite incrementar la producción o sacar nuevos productos..

Finalmente podemos afirmar que los objetivos planteados para la mejora de las instalaciones se están cumpliendo según el cronograma establecido.

4 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y DE PERSONAL:

En la parte administrativa, podemos afirmar que se han cumplido los objetivos previstos para el ejercicio económico en cuanto a rentabilidad de la empresa, a pesar de las diferentes circunstancias que se han presentado en el campo de las ventas; sin embargo, la rentabilidad obtenida por esta empresa está dentro de los parámetros obtenidos por otras compañías nacionales del sector de bebidas.

De igual manera quiero informarles, que las disposiciones emanadas por las Juntas Generales y Directorio se han cumplido en su totalidad, manteniéndose pendiente por un año más la disposición que nos pedía vender parte del terreno a la compañía Ecuapasta S.A., aspecto que no ha podido cumplirse debido a las incongruencias en las escrituras, lo cual ha impedido que el Municipio de Loja acepte la subdivisión. Este trámite continuará en el 2015 hasta que finalmente pueda culminar.

Dentro del 2014, aparte de las salidas normales de personal, tuvimos un inconveniente por robo de mercadería, lo cual nos obligó a prescindir de 4 personas, entre ellas el jefe de planta. Inicialmente existieron problemas legales para la liquidación de estas personas, sin embargo, el problema fue superado y tuvimos también que superar la falta de los mismos en la operatividad diaria.

En términos generales la rotación de personal en este año ha estado dentro de los parámetros empresariales normales.

A inicios del año 2014 contábamos con dos chicas impulsadoras-perchadoras, sin embargo con el fin de optimizar los recursos, se tomó la decisión de dejar una sola chica en estas labores y contratar chicas temporalmente para casos especiales en la provincia de Loja.

En cuanto a las remuneraciones, estas fueron incrementadas en el año 2014 con un porcentaje mayor al decretado por la ley para ajustarse al salario digno y evitar que a fin de año exista un cargo adicional y obviamente con ciertas variaciones por labores operativas individuales. En el año 2014 no se realizó la cancelación adicional para nivelar a salario digno con ninguno de nuestros trabajadores.

En referencia a la relación con otras instituciones como SRI, MUNICIPIO, DIRECCIÓN DE SALUD y otras, no hubieron inconvenientes, más, por el contrario se han presentado todas las informaciones necesarias para cumplir con lo dispuesto por ellas, e inclusive se pasó las inspecciones del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social sin inconvenientes ni requisitos importantes a cumplir en las nuevas inspecciones.

En el ámbito legal durante el 2014 no han existido aspectos relevantes.

Es importante informar que por requerimiento de la Superintendencia de Compañías y previa aprobación de la Junta General se procedió a contratar al Lic. Victor Albuja, contador certificado y poseedor de la autorización correspondiente para que realice la Auditoría Externa de ILELSA.

5 ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA Y ESTADO DE RESULTADOS:

Para el año 2015, como fue determinado por la Superintendencia de Compañías, los Estados Financieros han sido presentados cumpliendo las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF, además de los estados fiscales como lo requiere el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Los datos comparativos mas relevantes entre el año 2013 y 2014 se presentan en forma redondeada a continuación:

En cuanto a las ventas de Cantaclaro, estas pasaron de US\$1.405.395 en el 2013, a US\$1.832.479 en el 2014; lo que significa un incremento del 30.4%, muy superior al incremento del ICE, demostrando que si existió un crecimiento de ventas.

El valor de ventas de los productos distribuidos paso de US\$1.345.493 en el 2013 a US\$1.461.048 en el 2014 lo que significa un incremento de US\$ 115.555 equivalente al 8.6%. A pesar de la importante reducción en el rubro de cerveza que fue el producto mas importante en la distribución, ha existido un incremento en las ventas de los productos distribuidos.

Las ventas de cerveza en el año 2013 fueron de US\$772.732 en el año 2013 y de US\$578.921 en el año 2014, es decir una reducción del 25%, reducción que fue explicada y depende de la falta de apoyo de la casa matriz.

Las bebidas lácteas pasaron de US\$148.339 a US\$311.832, con un incremento del 110.2%, lo cual demuestra que la decisión de tener bebidas lácteas ha sido exitosa para la rentabilidad de la compañía.

Para terminar el esquema de ventas es importante mencionar el agua Alben por ser un producto propio, en el año 2013 no se vendió esta marca y en el año 2014 se vendieron US\$116.252 y es este producto uno de los mas influyentes para el crecimiento de ventas a pesar de la caída en la cerveza.

En cuanto a los costos del cantaclaro, cabe indicar que dentro del costo del mismo existe un valor del ICE de US\$18.711 + el IVA que se carga al producto; lo que da un total de impuestos de US\$20.96, equivalente al 40% del producto cuando se vende a precio full y llega a constituir el 47% cuando se vende a distribuidores.

El grupo denominado "costos y gastos" paso del valor de US\$2.671.021 en el 2013 a US\$3.207.959, con un incremento del 20.1% básicamente por el costo de transportación y el incremento de costo en la producción de cantaclaro.

La gastos de ventas pasaron de US\$326.162 en el 2013 a US\$381.134 en el 2014, esto debido a las bajas en rentabilidad de algunos de los productos que se distribuyen y al incremento de costos para los insumos de producción.

Luego de este rápido análisis de las cuentas del estado de resultados, procederemos a analizar las cuentas del Estado de Situación Financiera:

El activo total de la compañía pasó de US\$979.070 en el año 2013 a US\$1.920.159 en el año 2014; el cambio a mas de un millón de dólares nos ha llevado a la necesidad de contratar una auditoría externa cuyo informe se encuentra dentro de los papeles habilitantes de la compañía.

Es importante indicar que parte del gran crecimiento en el activo total de la empresa fue la necesidad de reavaluar el terreno hasta el valor catastral, requisito indispensable solicitado por la Superintendencia de Compañías y sugerido también por la Auditoría Externa.

El activo financiero de la compañía fue de US\$239.291 en el 2013 y pasó a US\$421.238 en el 2014 con un incremento del 76%. Este incremento se debe principalmente al crecimiento de la cuenta "Documentos y cuentas por cobrar clientes no relacionados".

La cuenta de inventarios en el año 2013 fue de US\$234.370 y en el 2014 de US\$224.376 cuya reducción a pesar del incremento de ventas evidencia un mejor manejo de los recursos.

El activo no corriente pasó de US\$375.585 en el 2013 a US\$1.001.921 en el 2014 siendo la cuenta de mas alto crecimiento por el reavalúo mencionado, el incremento de vehículos y por las inversiones realizadas en modificaciones para cumplir las BPM.

El pasivo pasó de US\$420.324 en el 2013 a US\$609.043 en el 2014 con un crecimiento del 44.9%, muy inferior al crecimiento del activo, lo cual fortalece la posición de la compañía.

El Pasivo Corriente en el que se encuentran las Cuentas y Documentos por Pagar tuvo un valor de US\$276.420 en el 2013 y en el 2014 fue de US\$609.043 lo que evidencia que la compañía ha crecido en obligaciones.

El patrimonio neto del año 2013 fue de US\$558.745 y en el 2014 fue de US\$1.160.693 con un incremento del 107.7%. Este rubro representa el respaldo propio que tiene ILELSA para cumplir sus obligaciones y continuar con la operación normal de la misma.

El capital suscrito y pagado pasó de US\$10.000 en el 2013 a US\$50.000 en el 2014 con el fin de ajustar su parte legal a la realidad actual.

Es importante indicar que en el año 2013 ILELSA es al momento la compañía en Loja que mas impuestos pagó al Servicio de Rentas Internas por su obligación de incluir el ICE en algunos de sus productos.

Luego de esta rápida presentación de las cuentas, quiero informarles que la utilidad bruta del ejercicio 2014 tiene un valor de US\$107.105,59 habiendo sido la misma en el año 2013 de US\$87.841.45, es decir un incremento del 21.9% entre estos dos años.

Con este resultado, la compañía procederá a repartir entre sus trabajadores la suma de US\$16.065,84; pagará por impuesto a la renta la suma de US\$22.425,77, provisionará como reservas la suma de US\$13.655,96; y que existe una cantidad de

US\$54.958,02 para ser repartida entre todos los accionistas. Esta administración sugiere a todos ustedes que en este año se reparta todo el valor entre los accionistas de la compañía puesto que la solidez del patrimonio y las cuentas del mismo por si solas pueden garantizar la completa operación de ILELSA.

6 RECOMENDACIONES:

Para el próximo año es necesario proponer y también recordar algunos aspectos que serán considerados como recomendaciones para el nuevo año:

- Se deberá finalizar con los trabajos de infraestructura física, aún a pesar de que esto involucra todavía costos extras. Esto con el fin de poder obtener la certificación de BPM que para el caso de ILELSA tiene un plazo máximo en Noviembre del 2015.
- Es de primordial importancia continuar con el registro y renovación de todos los requisitos de Gestión de Seguridad y Salud.
- Se requerirá adquirir una nueva etiquetadora para la línea de 375 cc., con el fin de utilizar papel autoadhesivo como el que se emplea en la línea de 750cc debido al muy buen resultado que hemos tenido en esta última presentación y para asegurar que la calidad nos mantenga en grandes autoservicios.
- Se deberá finalizar el área de manejo de fluidos cuyo avance al finalizar el año 2014 es de aproximadamente un 60%
- Será indispensable el abrir una agencia en la ciudad de Quito puesto que esta es la única forma de llegar a tener participación estable en las grandes cadenas de autoservicios.
- El año 2015 se deberá hacer el lanzamiento oficial del aguardiente "Reserva Especial" el cual ya tiene aprobado su Registro Sanitario.
- Debe tomarse una decisión definitiva que nos permita afianzar la disponibilidad continua del agua ALBEN, para asegurar un mercado, especialmente por tratarse de una marca propia de la empresa.
- Se sugiere también aprobar una reforma de la escritura incrementando el capital social y otras correcciones que han sido detectadas durante el movimiento de estos años.

ILELSA

INDUSTRIA LICORERA EMBOTELLADORA DE LOJA S.A.

Av. Salvador Bustamante Celi s/n

Tel. (593 7) 573192. Teleaf: (593 7) 570435 P.O. Box. 626. Loja - Ecuador



Con estos antecedentes, 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. María Enith Sánchez, 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

A large, stylized handwritten signature of Felipe Burneo A. in black ink.

.....
Ing. Felipe Burneo A.
PRESIDENTE

A handwritten signature of Edwin Ripalda Q. in black ink.

.....
Ing. Edwin Ripalda Q.
GERENTE GENERAL

Loja, marzo del 2015