

## **INFORME DE GERENCIA GENERAL 2018**

Estimados Señores Accionistas:

Dando cumplimiento a lo que establecen los Estatutos y la Ley de Compañías, a continuación me permito hacer un informe de los temas más relevantes que han influido en el desempeño del negocio de Ecuador Premium Brands EPB S.A., durante el año 2018.

### **1. INICIOS**

Nuestra compañía empezó sus actividades formales a partir del 14 de Septiembre de 2018, sin embargo, sus operaciones comerciales arrancaron el 1 de Octubre de este mismo año.

Debido a que la compañía se originó de la escisión de la división de licores de VIRUMEC S.A., arrancó sus operaciones con un negocio en marcha, lo que implicó que recibió una relación comercial construida por muchos años con 8 bodegas proveedoras de vino de Argentina, Chile, Uruguay y España, cuyo portafolio representa 15 marcas, que sumadas a 2 marcas propias de licores, constituyen un portafolio de 17 marcas ya posicionadas en el mercado ecuatoriano.

Adicionalmente, arrancó con un equipo comercial de amplia experiencia compuesto por 18 personas, desde niveles operativos hasta gerenciales, que además de conocer el portafolio de productos y el mercado, tenía una relación comercial construida con los clientes de vinos y licores de Virumec S.A.. Complementariamente, la compañía arrancó con una base de clientes establecida con historial de ventas y crediticio de varios años.

En cuanto a procesos administrativos, financieros, logísticos y de recursos humanos, la compañía ha contado con el servicio que le presta Virumec S.A., cuyo conocimiento y experiencia en el manejo de estos procesos ha sido clave para un óptimo arranque de las operaciones de nuestra empresa.

Desde el inicio de las operaciones comerciales, la empresa contó con inventarios nacionalizados y disponibles para su comercialización, así como de una planta de producción operativa para producir las dos marcas de licores nacionales, lo que le permitió seguir surtiendo de manera regular al mercado que había sido desarrollado por Virumec S.A. durante varios años.

### **2. DESARROLLO DE LAS OPERACIONES**

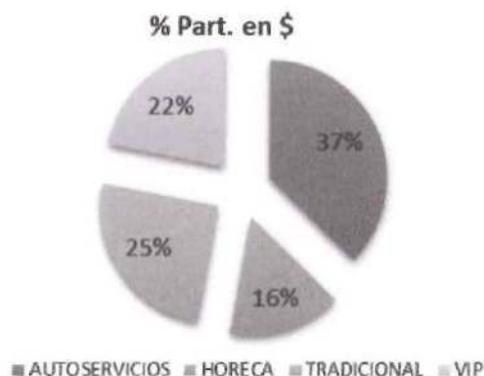
El arranque de un nuevo negocio en estas condiciones tan ventajosas no es usual y estas se tradujeron en resultados positivos desde el primer mes de operación de la empresa, sin embargo, es necesario señalar que el comienzo de operaciones comerciales coincidió con la época de mayor venta del año en el mercado de vinos y licores, lo cual evidentemente ayudó a alcanzar los buenos resultados antes mencionados.

Las ventas mensuales entre los meses de Octubre y Diciembre de 2018 tuvieron el siguiente desempeño:

CATEGORIA	EN CAJAS DE 9 LTS.				EN USD \$			
	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL	oct-18	nov-18	dic-18	TOTAL
<b>VINOS</b>								
FECOVITA	1.997	2.093	1.852	5.942	\$ 99.445	\$ 115.163	\$ 105.777	\$ 320.386
ZUCCARDI	675	1.014	303	1.991	\$ 87.345	\$ 120.738	\$ 46.031	\$ 254.113
ROBINO	453	882	562	1.898	\$ 45.722	\$ 92.201	\$ 59.858	\$ 197.781
CVNE	22	105	66	192	\$ 4.962	\$ 18.311	\$ 13.691	\$ 36.964
VIÑA PEDROSA	5	6	4	14	\$ 1.310	\$ 1.745	\$ 1.739	\$ 4.794
DON PASCUAL	28	30	9	67	\$ 4.801	\$ 6.484	\$ 1.539	\$ 12.824
JUVE CAMPS	1	3	2	6	\$ 611	\$ 1.031	\$ 603	\$ 2.244
ANAKENA	136	191	156	483	\$ 9.606	\$ 13.930	\$ 12.070	\$ 35.607
DE MARTINO	110	186	75	372	\$ 18.178	\$ 27.020	\$ 12.375	\$ 57.573
SANTA RITA	-	395	142	537	\$ -	\$ 35.447	\$ 11.841	\$ 47.287
<b>TOTAL VINOS</b>	<b>3.427</b>	<b>4.904</b>	<b>3.172</b>	<b>11.503</b>	<b>271.980</b>	<b>432.070</b>	<b>265.524</b>	<b>969.574</b>
<b>LICORES</b>								
ECUALIQUORS	447	443	152	1.042	\$ 29.127	\$ 26.949	\$ 10.210	\$ 66.287
<b>TOTAL LICORES</b>	<b>447</b>	<b>443</b>	<b>152</b>	<b>1.042</b>	<b>29.127</b>	<b>26.949</b>	<b>10.210</b>	<b>66.287</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>3.874</b>	<b>5.347</b>	<b>3.323</b>	<b>12.544</b>	<b>301.107</b>	<b>459.019</b>	<b>275.734</b>	<b>1.035.860</b>

La participación de las ventas por canal ha sido la siguiente:

Canales	Cajas 9 Lts.	% Part. Cajas	US \$	% Part. US \$
AUTOSERVICIOS	5.584	45%	385.744	37%
HORECA	1.834	15%	160.628	16%
TRADICIONAL	3.320	26%	261.671	25%
VIP	1.806	14%	227.818	22%
<b>Total general</b>	<b>12.544</b>	<b>100%</b>	<b>1.035.860</b>	<b>100%</b>



Se lograron estos resultados en ventas a pesar de la creciente competencia de vinos y espumantes de bajo precio provenientes de la Comunidad Económica Europea, que están ingresando a nuestro mercado sin pagar aranceles, amparados en el acuerdo comercial que mantiene el Ecuador con ese bloque comercial, desde inicios del año 2017.

### **3. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS.**

A partir de Noviembre de 2018, se incorporó al portafolio de la compañía la tercera marca de vino chileno de mayor volumen en el mercado ecuatoriano: Santa Rita. Inicialmente se introdujeron las presentaciones que ya estaban presentes en el mercado, tales como: Santa Rita 120, Estate, Medalla Real y Casa Real. Luego de pocas semanas, en el mes de Diciembre se lanzó una nueva etiqueta: 3 Medallas, para competir en un segmento de precio por debajo de los US \$ 8 por botella, lo que representa entre un 25% y 30% por debajo del precio de Santa Rita 120; de esta forma empezamos a competir en un segmento de precios en el cual no se había atacado con el portafolio heredado de Virumec S.A..

Durante los últimos meses de 2018 se realizó la importación de los vinos Boones de E&J Gallo, lo cual permitió arrancar con su comercialización desde inicios del año 2019.

### **4. NUEVAS INCORPORACIONES.**

Durante los primeros meses de operación de la empresa se negoció y cerró acuerdos de distribución con importantes empresas proveedoras tales como: Lucas Bols (Holanda), Flor de Caña (Nicaragua), Empresa de Licores de Cundinamarca (Colombia), Campari (Italia), Inverhouse (Escocia), Marquez del Atrio (España) y Pisco Viñas de Oro (Perú); todos estos nuevos productos están en proceso de obtención de registro sanitario y se incorporarán al portafolio de la compañía a lo largo del año 2019.

Por pedido de Viñas Santa Rita, la empresa ha accedido a discontinuar la distribución de los vinos Anakena de Chile, para concentrar sus esfuerzos detrás de una marca de origen chileno con mayor potencial de volumen como lo es Santa Rita.

### **5. RELACION CON SOCIOS COMERCIALES.**

Para implementar la transición del portafolio de Virumec S.A. a Ecuador Premium Brands EPB S.A., todos los proveedores fueron informados con anticipación y estuvieron de acuerdo en que nuestra compañía ofrece una estructura más sólida para el desarrollo de sus marcas en el mercado ecuatoriano, esto ha permitido que la relación con todos los proveedores se haya mantenido en muy buen nivel.

Particular atención se ha prestado a la relación con los proveedores claves de la compañía que son: Zuccardi, Fecovita, Dante Robino y Santa Rita, con cuyos representantes hemos mantenido reuniones personales para acordar los caminos para seguir desarrollando el negocio conjunto que tenemos con cada uno de ellos. Las relaciones han quedado muy saludables y la imagen que ha transmitido nuestra empresa es de ser un aliado confiable, con experiencia y con capacidad de hacer crecer las marcas que maneja.

### **6. PERSONAL.**

Entre los meses de Octubre y Diciembre se ha mantenido en 18 el número de personas del equipo, aunque hubo un cambio en dos cargos, salió una vendedora de canal VIP y entró un Asistente de Marketing Digital.

Durante el mes de Diciembre se realizó el proceso de selección que permitió incorporar al equipo a la vendedora de canal VIP a inicios del año 2019.

## **7. LOGISTICA.**

Para minimizar posibles roturas de stock en los inventarios, se ha mejorado la exactitud de las proyecciones de venta que alimentan el modelo de abastecimiento de productos, mediante la incorporación al proceso a las áreas de Mercadeo, Ventas y Logística. Durante los tres meses de operaciones, que coincidieron con la época más alta en ventas del año, se presentaron mínimas roturas de stock.

## **8. SERVICIOS DE FINANZAS, ADMINISTRACION, RECURSOS HUMANOS Y LOGISTICA.**

Los servicios de gestión de estas áreas los provee Virumec S.A. a nuestra compañía por un valor mensual de \$ 23.518, esta figura le ha permitido a EPB contar con un equipo de profesionales con mucha experiencia en el negocio, sin tener que incrementar la nómina y sus consecuentes riesgos laborales. El servicio recibido ha sido de buena calidad.

## **9. FINANZAS.**

Adjunto a este informe se encuentran los Estados Financieros de la compañía.

A nivel financiero la compañía empezó operaciones con activos de US \$ 800,000, de los cuales el 87.7% eran Inventarios y el 11.8% Activos No Corrientes, lo que implicó un arranque del negocio con liquidez muy reducida.

En estos 3 primeros meses de operación la empresa ha sido capaz de ir ganando liquidez para sustentar parcialmente su operación, pero ha necesitado el apoyo de Virumec S.A. para solventar las necesidades que no pudieron ser cubiertas como resultado del giro del negocio.

Al cierre del año los Activos Corrientes de la Compañía han pasado de \$705.744 a \$ 1.482.305, lo que representa un crecimiento de \$ 776.561. Por otro lado, el crecimiento de Pasivos Corrientes es de \$ 695.747, de los cuales \$ 580.593 es deuda por pagar a los Proveedores, dentro de este valor la deuda a Virumec S.A. asciende a \$546.760; en otras palabras, la compañía ha obtenido la liquidez que necesita para operar, de sus Proveedores dentro de los cuales Virumec S.A. es el principal con un 94% de la deuda total a Proveedores.

Las cuentas de Activos y Pasivos no Corrientes no han sufrido movimientos significativos.

El Patrimonio crece en \$ 77.368 que es el resultado del presente ejercicio.

En cuanto al Estado de Resultados los datos más relevantes son:

Ingresos operativos:	\$ 1.124.019
Utilidad Bruta:	\$ 563.584 (50.14% sobre las Ventas)

Gastos Operacionales: \$ 442.223  
Resultado Neto Operacional: \$ 121.361 ( 10.8% sobre las Ventas)  
Utilidad Neta (luego de Impuestos y participación): \$ 77.368 (6.88% sobre las Ventas)

El nivel de Ingresos Operativos se ha visto afectado por la agresividad promocional de los competidores, lo que nos obligó a otorgar importantes descuentos en precio durante la temporada alta de ventas que son los meses de Noviembre y Diciembre. A pesar de esta presión competitiva el Margen Bruto de la empresa es muy bueno (50.14%).

Los Gastos Operacionales, se componen de Gastos de Venta y Mercadeo, en los que se generó un ahorro aproximado del 22% frente al presupuesto, el otro componente son los Gastos Administrativos, en este rubro se logró generar un ahorro del 8%; estos ahorros contribuyeron a mejorar el Resultado Operacional Neto.

## 9. UTILIDADES

Las utilidades netas de la compañía ascienden a US \$ 77.368, al respecto la Gerencia recomienda no repartirlas debido a que la compañía está apenas empezando a operar y tiene un plan de crecimiento muy agresivo en términos de tamaño de portafolio y volumen de ventas durante el año 2019, por lo que las necesidades de liquidez van a ser crecientes en este próximo período fiscal.

## 10. CONCLUSIONES

La compañía ha empezado sus operaciones en unas condiciones muy ventajosas para un negocio nuevo, esas condiciones han sido aprovechadas para generar rentabilidad durante el primer trimestre de funcionamiento de la empresa.

Adicionalmente, se han cerrado acuerdos para incorporar al portafolio de la compañía, un grupo muy importante de marcas de reconocido prestigio internacional, cuyo beneficio se verá reflejado en un crecimiento muy importante del tamaño del negocio durante el año 2019 y los años siguientes.

Cordialmente,



Jorge Castellanos C.

Gerente General

ECUADOR PREMIUM BRANDS EPB S.A.