

INFORME DE GERENCIA 2009

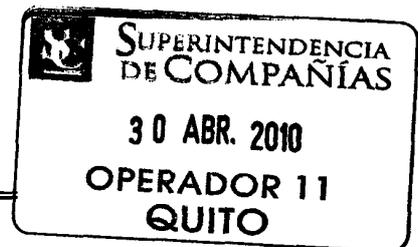
Estimados Accionistas:

A fin de cumplir con las obligaciones que establece la Ley y los Estatutos de la Compañía, me es grato someter a su consideración el presente informe, a través del cual puedo compartir con ustedes los acontecimientos más importantes que influyeron en la operación de VIRUMEC S.A. durante el año 2009.

1.- Resultados

El presupuesto de ventas planteado para el 2009 fue de \$ 7'954M
Así pues, al cierre del año 2009, logramos hacer los siguientes números:

	U\$S
Presupuesto	7'954
Ventas	7'248
Cumplimiento	91%



CUMPLIMIENTO PRESUPUESTARIO POR LÍNEA

	Presupuesto	Real	Cumplimiento
Reckitt Benckiser	6'496	6'018	93%
Jaspe	248	212	85 %
Licores	1'209	951	79 %

La gestión de ventas fue satisfactoria, si tomamos en cuenta que fuimos objeto de una serie de medidas gubernamentales que afectaron el normal desarrollo de nuestro negocio.

Nuestro principal proveedor, RB, tomo medidas que nos afectaron y que las explicaré más adelante.

Basados en esta realidad, la administración definió como objetivo lograr las ventas con el portafolio existente, iguales a las del 2008. Obteniendo los siguientes resultados:

	2008	2009	Variación
Reckitt Benckiser	6'240	6'018	- 0,2%
Jaspe	170	212	+ 24%
Licores	860	951	+ 12%
	7'270	7'181	- 2%

2.- Estrategias de ventas productos Reckitt Benckiser:

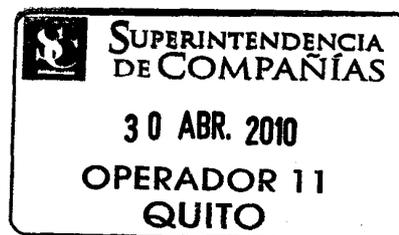
El 23 de enero del 2009, El Comexi decide implementar cupos al 70% de las importaciones históricas del año 2008, además en ciertas partidas arancelarias aplica aranceles del 20% y salvaguardas del 35%.

Por otro lado, RB toma la decisión, de que el 70% autorizado por el Comexi, el 50% lo destinaría al producto Vanish distribuido por Quifatex, debido a la inversión que tenían realizada y contratada en medios publicitarios para el 2009, como producto de esta decisión Virumec apenas nos asignan el 20% de este cupo, lo que nos obligó a enfocarnos nuevamente en concentrar nuestro negocio en otras categorías generando un crecimiento como lo describe el cuadro a continuación:

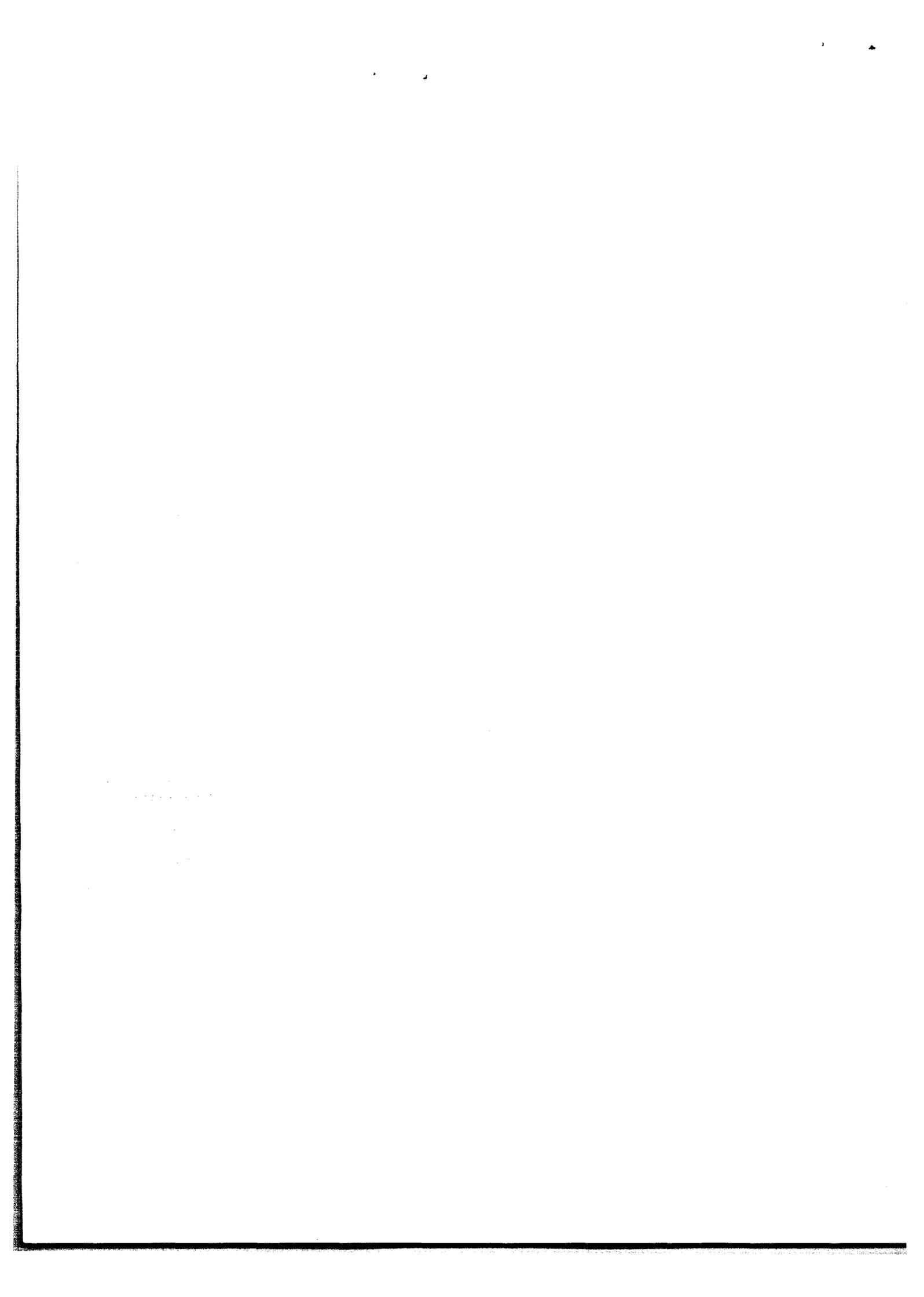
CATEGORIA	% CRECIMIENTO VS 2008
SHOE CARE	8,7
AIR CARE	13,0
LAVATORY CARE	12,4
PAN SCOURSES	14,3
METAL POLISH	7,0
FURNITURE	4,8
PEST CONTROL	5,8
TOTAL	9,4

Esta restricción ocasionó, un deterioro en el volumen de venta de las siguientes categorías en comparación con el 2008:

CATEGORIA	VARIACIÓN 2008 vs 2009
	% VALORES
SANPIC	-54,38%
EASY OFF	-27,69%
LAUNDRY CARE	-31,44%
TOTAL	-37,84%



Afectando al volumen de ventas en US\$ 650M



Si sumamos este valor \$650M, sin aplicar ningún crecimiento durante el 2009, al resultado de ventas conseguido, hubiese superado en 2% al presupuesto planteado para el año 2009 en RB y al 100% del total de la compañía.
Desafortunadamente estas amenazas no fueron predecibles.

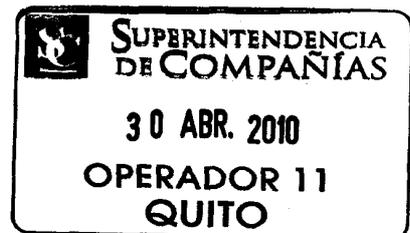
2.1.- Estrategia de ventas de Licores

La decisión del Comexi, del 23 de Enero del 2009, afecto a la línea de licores incrementando el costo de una manera absurda, ya que nos impusieron aranceles del 20% con países que con quienes manteníamos preferencias arancelarias, mas una salvaguarda del 35% llevando los productos a un incremento del 55% en los productos de nuevo mundo y 35% a los del viejo mundo.

Tuvimos inventarios y órdenes embarcadas antes de la fecha de la restricción los que nos permitió beneficiarnos de un bajo costo y alto precio de reposición, además de una austera inversión en apoyo de marca.

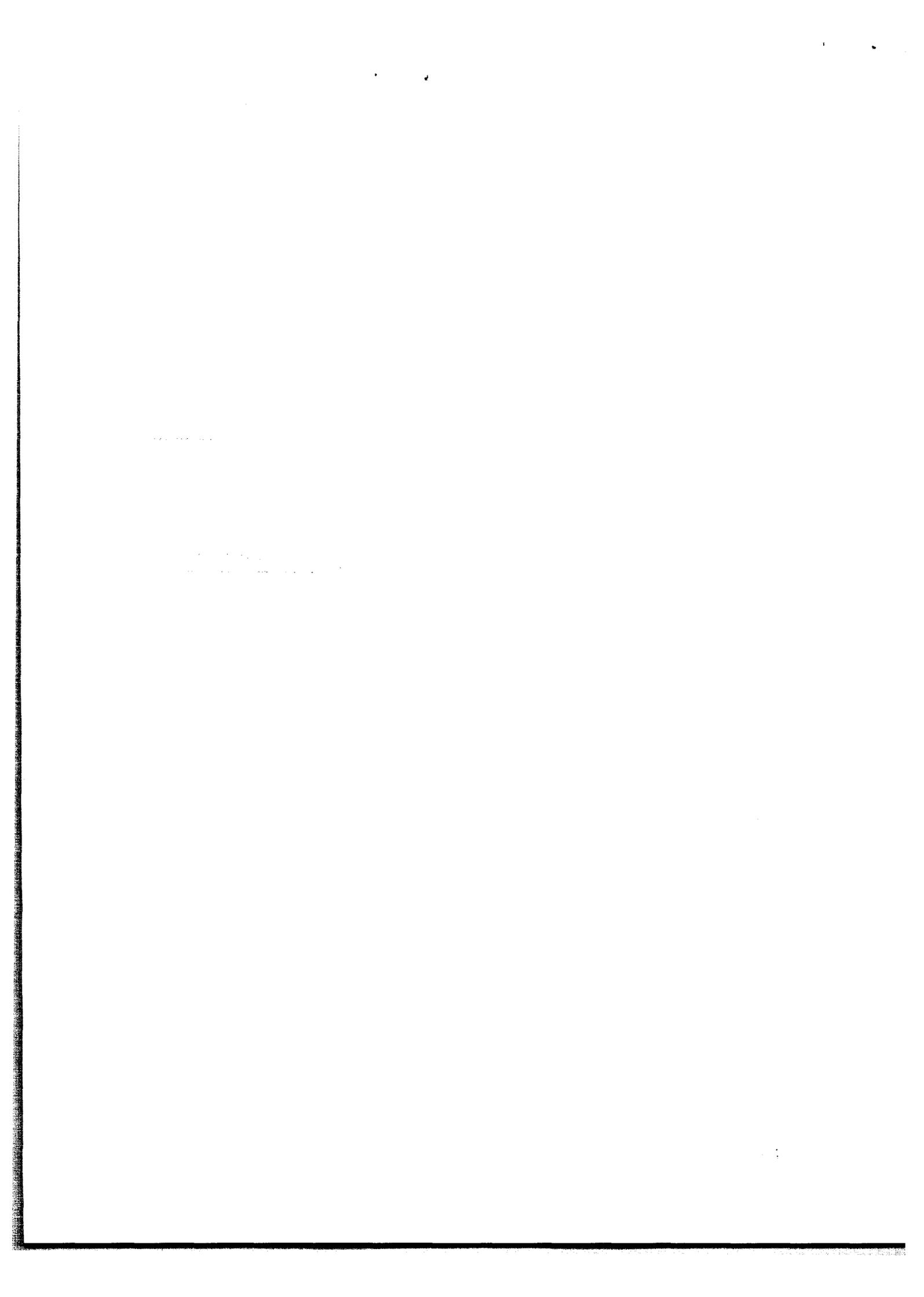
Gracias a esta estrategia logramos crecer vs el 2008 en 11,5% en valores, a continuación los resultados de esta línea de negocio.

CATEGORIA	VALORES	CRECIMIENTO
		%
		2008
FECOVITA	313.320	34,5
ZUCCARDI	318.229	4,9
TAMAYA	169	233,9
ROBINO	93.436	-32,7
CVNE	32.399	2,4
VIÑA PEDROSA	2.795	NA
VENTISQUERO	53.297	NA
INVERHOUSE	137.357	-5,8
TOTAL	951.000	11,5



2.3.- Estrategia de ventas de Jaspe.

Una vez determinado el impacto de las restricciones, enfocamos mucho esfuerzo en codificar a nivel nacional los productos que no fueron afectados por esta, esto nos llevó a que esta línea tenga un crecimiento de 24% vs el 2008.



3.- Relaciones con Reckitt Benckiser:

Las relaciones con RB no fueron del todo cordiales, pretendieron cambiar algunas cláusulas del contrato original que vence en el año 2011, lo cual no lo permitimos en todas sus cláusulas, el principal cambio fue acortar el crédito de 60 a 30 días. En un inicio logramos que nos aceptaran una reducción paulatina del plazo hasta octubre, sin embargo, en julio recibimos la notificación telefónica del director comercial para el Pacto Andino que en vista de los esfuerzos que estaba haciendo RB al no haber incrementado el precio en el 55% como se debió haber hecho, se veían en la obligación de defender su P&L ajustando el plazo de pago, y que si no aceptamos ellos tienen otro distribuidor que lo puede hacer (Quifatex), como Uds. comprenderán esta amenaza nos puso a buscar recursos, y ajustar gastos y mejorar nuestra recuperación del crédito.

Logramos cerrar el año con plazo de 30 días y en buenos términos la relación comercial.



SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑÍAS

30 ABR. 2010

OPERADOR 11

QUITO

3.1.- Relaciones con Bodega Zuccardi

Realmente fueron muy satisfactorias, en los meses de febrero, julio y octubre tuvimos la visita de Mauricio Lima, Gerente Comercial de Zuccardi, con quien organizamos un importante número de degustaciones en Quito y Guayaquil, adicionalmente participamos en la Gala del Vino 2009 y tuvimos la presencia de Ana Amitrano, Gerente de Ventas del mercado interno argentino.

Es importante señalar que debido a la crisis mundial, al incremento de precios por efectos arancelarios la exportación argentina de vinos al Ecuador se redujo en 44% del FOB y 21% en volumen, en Virumec crecimos un 5% en relación al 2008.

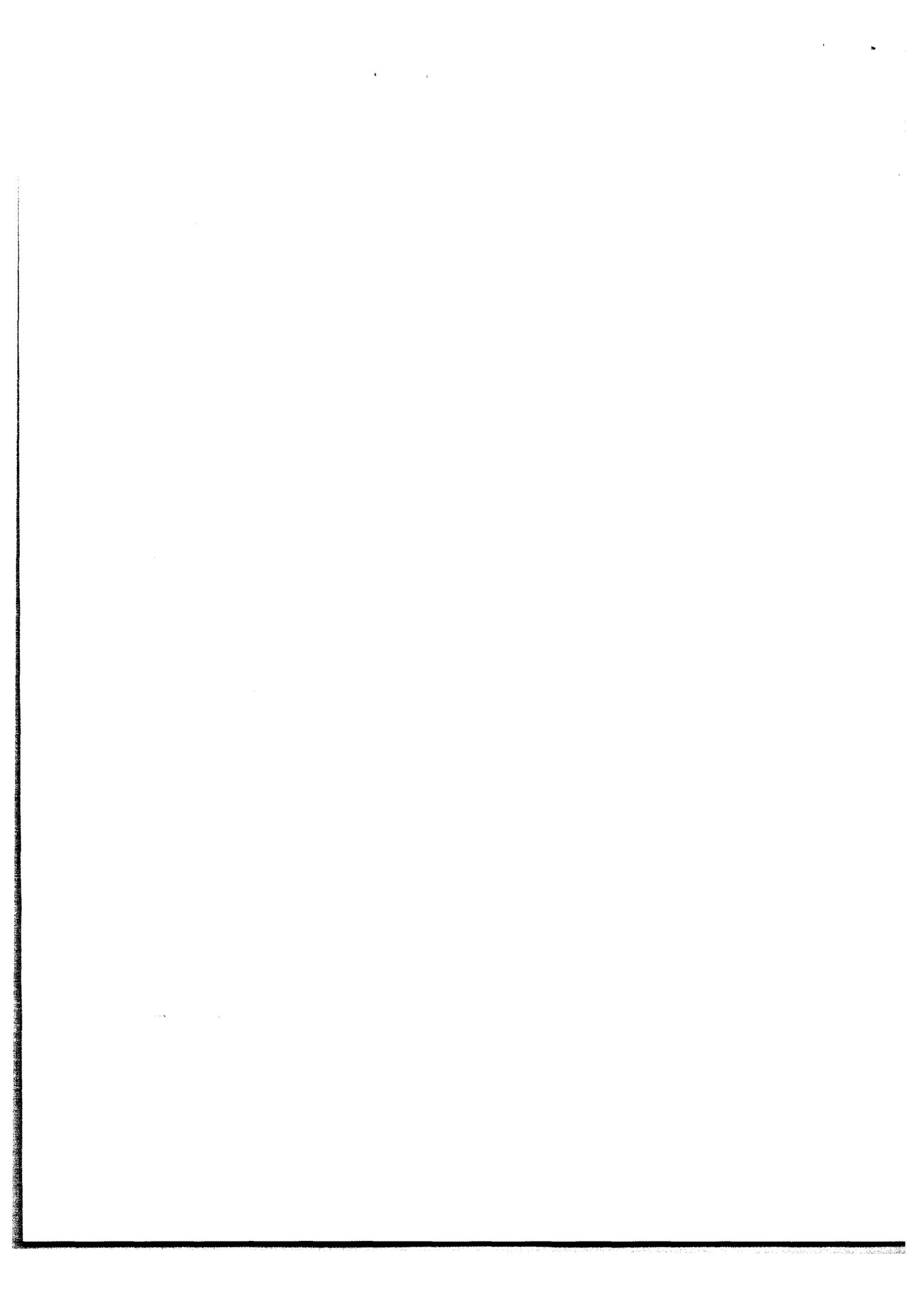
3.2.- Relaciones con Bodega Dante Robino

Con esta bodega no hemos logrado los resultados esperados, en parte debido a salida del country manager, con lo que nuestro nivel de compras y ventas fue muy inferior al del año 2008. Algunas categorías fueron descodificadas y resolvimos discontinuarlas, sin embargo, como muestra de nuestro compromiso con la marca, participamos en la Gala del Vino.

Esperamos que el 2010 podamos posicionarle a la marca como se merece.

3.3.- Relaciones con La Federación de Cooperativa Vitivinícolas de Argentina (FECOVITA)

Gregorio Mosso, el country manager nos visitó recorrimos el mercado y nos felicitó por la presencia del producto.



Introdujimos una nueva referencia, vino bivarietal en botella de marca Estancia Mendoza, ha tenido mucha acogida. En esta bodega crecimos 34,5% vs 2008.

3.4.- Relaciones con Abrasivos Deer Foss.

Decidimos discontinuar esta línea ya que no tuvimos precios competitivos.

4.- Productos Nuevos

En el eterno afán de disminuir la dependencia de productos RB, la gerencia identificó una enorme oportunidad de negocio que nos va a ayudar a conseguir este objetivo, en el mediano plazo.

AGROSUPER holding de empresas chileno, que produce carne de pollo, pavo y cerdo, en este año no enfocamos en subproductos de cerdo como: grasa, cuero, patas y manos, trimming 20%-80%. Para el 2010 ampliaremos el portafolio a productos a cortes. El gran problema que tiene esta línea es que estamos en manos del MAGAP para obtener las autorizaciones previas.

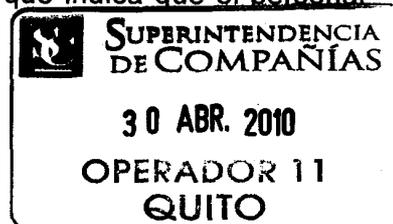
BODEGA VENTISQUERO.- Pertenece al holding AGROSUPER, iniciamos nuestra relación asumiendo el inventario de Pronaca quien fue su antiguo representante, estamos codificado en Supermaxi y en un grupo de restaurantes de Quito y Guayaquil.

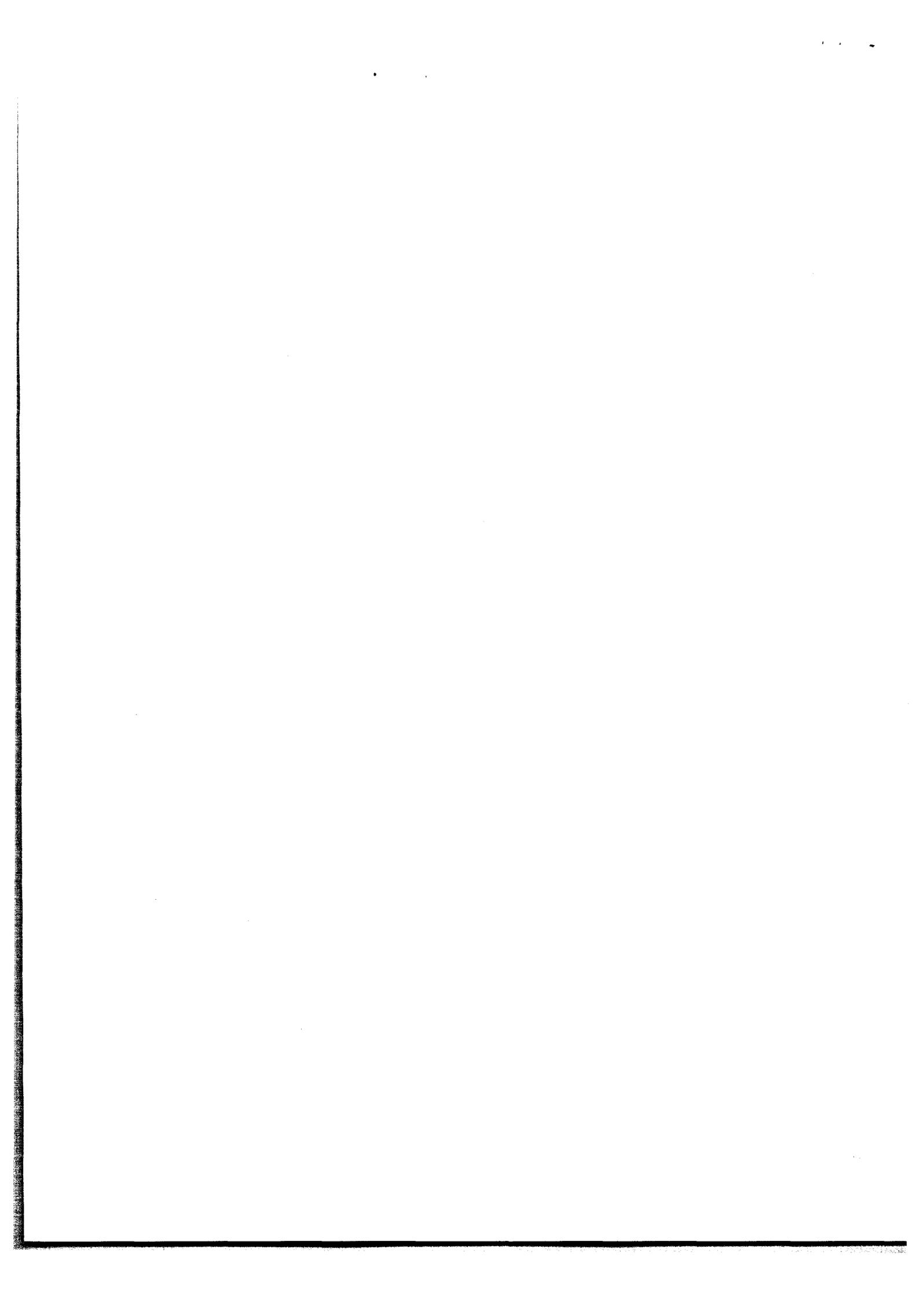
5.- Personal

- Se realizó 8.26% de incremento salarial anunciado por el gobierno, únicamente para el personal de que recibe el salario básico.
- En Julio entregamos un bono de eficiencia a las gerencias y fuerza de ventas por los cumplimientos de metas.
- Se liquidó algunas personas que habían ingresado con contrato por medio de Personal Temps como efecto del mandato #8.
- En noviembre tuvimos una desagradable noticia, la demanda por despido intempestivo de la Gerente de Ventas de la Sierra. Estamos defendiéndonos de la misma ya que la demanda fue totalmente injusta y programada por el empleado.

Para el nuevo departamento de alimentos se contrató un ejecutivo con amplia experiencia, y un equipo de vendedores y un camión refrigerado para auto venta.

En general la rotación de personal ha sido muy baja, lo que indica que el personal está muy identificado y dentro del mercado salarial.





6.- Infraestructura

Centro Logístico

Para analizar la factibilidad del proyecto contratamos al Ing. Fernando Andrade, una vez analizado el nivel de inversión, la administración decidió que no era el mejor momento para realizar esta inversión.

7.- Situación Financiera

Los requerimientos de apoyo financiero necesarios para mantener el crecimiento logrado el 2009 hizo necesario que mantengamos un nivel de endeudamiento de US \$ 1'426 M. adicionalmente tuvimos que financiar 30 días de inventario adicionales debido a la reducción de los días crédito de RB.

Se concluyó el aumento de K de US\$ 360M en numerario más las utilidades no repartidas de años anteriores de US\$59M resultando en aumento de US\$ 419M que fue inscrito el 21 de julio 2009.

El Capital social de Virumec al 31 de diciembre del 2009 es de US\$ 907.228

Se han mantenido el sistema de reclamos al SRI para obtener la devolución vía nota de crédito de los recursos que generó el pago en exceso originados por la retención en la fuente de los años anteriores, y puedo informarles que gracias al extraordinario manejo de la contabilidad en VIRUMEC S.A hemos obtenido la devolución de US\$ 79M. que corresponde al período 2007 y US\$34M que corresponden al período 2008. Total US\$113M

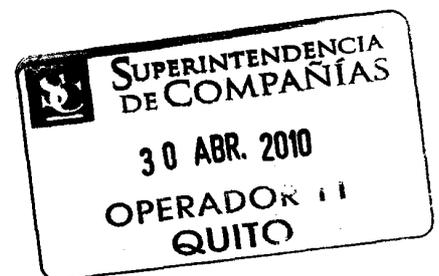
8.- Estado de Pérdidas y Ganancias

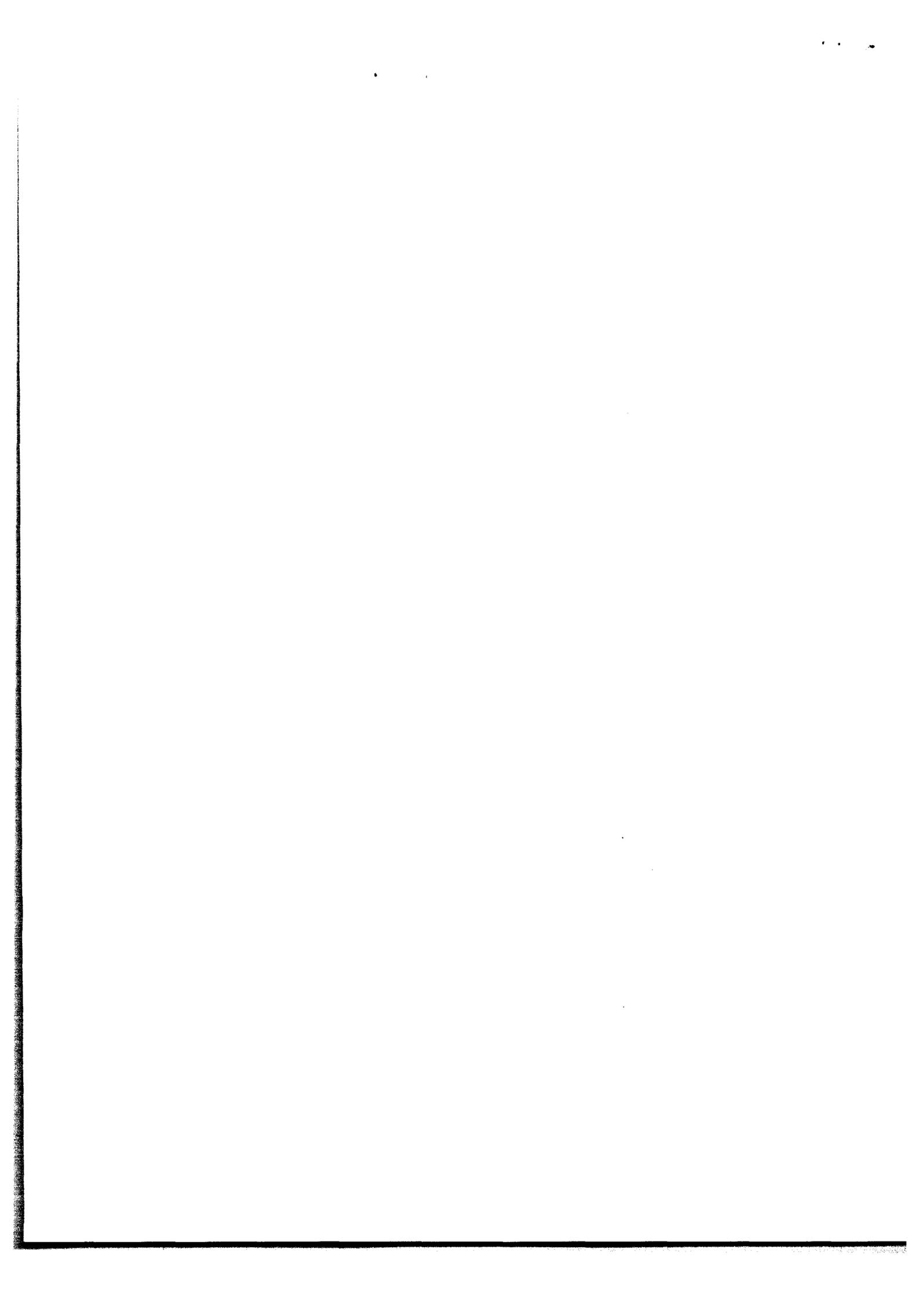
Resumen

Utilidad del periodo	US\$ 248M
15% trabajadores	US\$ 37M
25% IR	US\$ 65M
Reserva legal	US\$ 14M
Utilidad Neta	US\$ 130M

Detalles

Ver en el informe de Auditoría adjunto a este informe





8.2.- INDICES

	2008		2009	
RAZON CORRIENTE				
Activo corriente	3.026.395	1,29	3.134.736	1,48
Pasivo corriente	2.346.336		2.122.758	
PRUEBA ACIDA				
Activo corriente – inventario	2.411.906	1,03	2.446.077	1,15
Pasivo Corriente	2.346.336		2.122.758	
ROTACION DE INVENTARIO				
Inventario x 360 días	614.489	39	688.659	45
Costo de ventas	5.605.152		5.557.468	
DIAS DE CARTERA				
Cuentas x Cobrar x 360 días	2.064.533	105	2.108.254	106
Ventas	7.111.498		7.129.767	
DIAS A PROVEEDORES				
Cuentas por Pagar (proveed.) x 360 días	970.940	62	406.764	26
Costo de ventas	5.605.152		5.557.468	

9.- Conclusiones

Puedo concluir que estos resultados de US\$ 248.621 se consiguieron gracias a:

- 1.- Gran apoyo y compromiso que recibimos del equipo humano,
- 2.- Recuperación del precio de venta en RB 5% en Licores 25%
- 3.- Disminución de los Gastos Financieros en un 30%
- 4.- Nivel de inventario en adecuado 4 semanas RB; 8 semanas licores
- 5.- Disminución del pasivo corriente en 10%

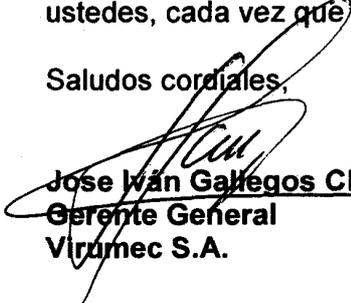
Podemos apreciar un aumento de la utilidad por acción 76%
Aumento del patrimonio de los accionistas en 46%

10.- Destino de utilidades

La gerencia recomienda que capitalicemos el 100% de la utilidades netas generadas en el 2009 es decir US\$ 130.972

Agradezco mucho a los señores accionistas por la atención prestada a la presentación de este informe y por el continuado apoyo que la Gerencia recibe de ustedes, cada vez que se lo requiere.

Saludos cordiales,


Jose Ivan Gallegos Chiriboga
Gerente General
Virumec S.A.

