

INFORME DE GERENCIA 2010

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 2010.

I ASPECTOS GENERALES

I.A- Entorno Económico Nacional

Según algunas cifras oficiales y estimaciones de especialistas, la economía ecuatoriana en el año 2010 creció en el 2,68 % y la inflación anual acumulada fue de 3,33%. Ambos indicadores muy cercanos a las metas oficiales.

La tasa de desempleo se situó en 6,10% la misma que representa una disminución del 1,8% con relación a la de diciembre del 2009. Según Multienlace, el mercado laboral mostró un desempeño favorable con un incremento trimestral de los ocupados plenos de 90.000 trabajadores y una disminución del número de sub empleados en cerca de 190.000 personas que solo pudieron ser absorbidos parcialmente por el mercado.

La balanza de pagos acumuló al mes de noviembre un déficit de US\$ 4.466,7 millones de dólares, es decir 4,5 veces superior al registrado en el mismo período del año 2009.

II. ASPECTOS OPERACIONALES

Las ventas fueron de US\$ 11.314.563 a las que se aplican descuentos equivalentes a US\$ 723.690, generando una venta neta de US\$ 10.590.873, que, comparadas con cifras del año 2009, alcanza un incremento en la facturación de 48,5%. La variación en términos absolutos es de US\$ 3.431.106, a los cuales hay que restar US\$ 428.000 que corresponden a gastos de trade facturados por Virumec a RB, modalidad que se aplica desde abril de 2010, realmente la gestión de ventas de productos produjo los siguientes resultados:

II.A Resultados

El presupuesto de ventas planteado para el 2010 fue de \$ 9'582.727
Así pues, al cierre del año 2010, logramos hacer las siguientes cifras:

US\$ (miles)

Presupuesto	9'582
Ventas	10'162
Cumplimiento	106%

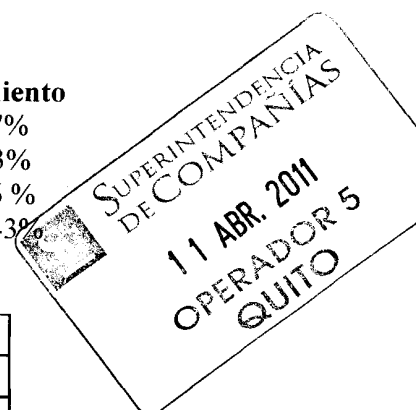
CUMPLIMIENTO PRESUPUESTARIO POR LÍNEA

	Presupuesto	Real	Cumplimiento
Reckitt Benckiser	6'840	8'227	120%
Jaspe	271	205	76%
Licores	1'150	1'304	113%
Alimentos	1'320	425	32%

La gestión de ventas fue satisfactoria, tomado en cuenta que el crecimiento del país apenas llegó al 2.68%, los resultados de ventas por línea fueron los siguientes.

CRECIMIENTO POR LINEA

	2009	2010	Crecimiento
Reckitt Benckiser	6'018	8'227	37%
Jaspe	211	205	-3%
Licores	960	1'304	36 %
Alimentos	66	425	543%



VARIACION (%) DE VENTAS vs AÑO PASADO							
ACUMULADO							
CATEGORIA	SMX	SIERRA	AS QUITO	QUITO	AS GUAYAQUIL	COSTA	TOTAL
RECKITT BENCKISER	36.5%	33.1%	70.4%	9.8%	63.9%	16.6%	36.7%
JASPE	8.0%	22.3%	-14.1%	69.6%	323.2%	-22.0%	-2.7%
SUBTOTAL	35.9%	32.8%	64.0%	10.3%	64.9%	14.3%	35.4%
VINOS Y LICORES (G)	24.6%	624.7%	-12.7%	46.1%	12.3%	29.4%	34.0%
VINOS Y LICORES (P & O)							49.8%
TOTAL	31.3%	46.2%	57.5%	14.0%	58.7%	15.1%	40.0%

II.B.-Estrategias de ventas productos Reckitt Benckiser:

Este año se lanzaron dos líneas de productos novedosos, AIRWICK FRESH MATIC y EASY OFF BANG, son dos categorías ganadoras que participaron en el mix con un 27% y un 12% respectivamente, convirtiéndose en la categoría #1 y #3 del portafolio de RB, que junto con Shoe (29%) hacen el 68% de las ventas. El desempeño de estas categorías nos ha permitido mejorar el precio promedio en 13% y romper la dependencia que teníamos de Cherry y Midas. Hemos contado con el apoyo de publicidad en medios masivos TV abierta, TV por cable, y otros medios con una inversión equivalente al 22% de volumen de compras, significando esto un 13% más de lo invertido en años anteriores. Esta inversión refleja el apoyo que Virumec está recibiendo de RB.

II.C.- Estrategia de ventas de Licores

En este canal aplicamos la estrategia de ampliar la cobertura horizontal en todos los canales, enfocándonos en el canal autoservicios, mayorista, on trade (H&R) y VIP, logrando resultados realmente extraordinarios, que se traducen en:

Crecimiento	36 %
Cumplimiento del presupuesto	113,4%

POR LINEA DE PRODUCTO Crecimiento vs 2009

Inverhouse	141%
Ventisquero	120%
Robino	23%
Zuccardi	11%
Fecovita	7%



III.- RELACIONES CON PROVEEDORES

III.A Reckitt Benckiser (Colombia):

Las relaciones con RB fueron muy buenas, debido principalmente a la exitosa implementación de lanzamientos de nuevos productos, que generó un extraordinario crecimiento del negocio, tanto en compras como en rotación.

Tuvimos la visita de Iván Barton, Director de ventas para la Región (América), y de Frederic Larmuseau, Presidente de RB para América, quien asistió al lanzamiento de EO Bang.

Recibimos felicitaciones formales por el desempeño de VIRUMEC S.A., percibimos el valor que RB da al tener una compañía distribuidora dedicada al 100% a su línea de negocio.

III.B Jaspe (Uruguay):

Esta línea de productos tuvimos serios problemas de abastecimiento, lo cual generó un decrecimiento del 24%. Lo positivo es que la dirección comercial de exportaciones fue asumida por una ejecutiva joven, con la cual tenemos muy buena comunicación. Ya a finales de 2010 se normalizaron los despachos.

III.C Bodega Familia Zuccardi (Argentina):

Las relaciones con Bodega Familia Zuccardi, son de lo mejor, más aun, después de los extraordinarios resultados del año 2010, con un crecimiento del 11% en el mercado interno y 151% en importaciones, convirtiéndonos en el 3ra. Bodega Argentina en Ecuador. Gracias a la incorporación de una Sommelier al equipo de Virumec, la presencia de un representante de la Bodega ya no fue indispensable para la realización de catas, degustaciones y capacitación al equipo comercial. De hecho este año no contamos con la presencia del ejecutivo comercial de la Bodega. Nos apoyaron en la contratación de la exhibición los Restaurantes Sur y Los Troncos.

III.D.- Bodega Dante Robino (Argentina):

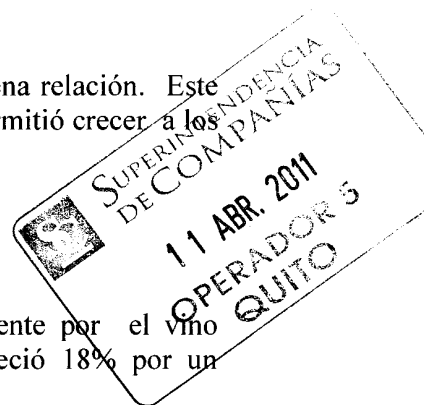
Esta bodega creció en 22,8% vs el año 2009, mantenemos una muy buena relación. Este año realizamos una importante acción promocional en on trade, lo que permitió crecer a los niveles antes mencionados.

III.E.- Bodega Fecovita (Argentina):

Esta bodega es la de menor crecimiento, 6,6%, generado principalmente por el vino Estancia Mendoza, que creció 251%, no así el Vino Toro, que decreció 18% por un problema de precio, generado por el incremento de costo FOB.

III.F.- Destilería Inverhouse (Escocia):

Whisky Catto's ha sido la categoría que más creció del departamento de licores en un 141%, gracias a un trabajo muy intenso realizado en autoservicios y provincias principalmente.



III.G.- Bodega Ventisquero (Chile):

Esta Bodega nos ha dado muchas sorpresas, el consumidor ha recibido muy bien la relación precio calidad de la línea, convirtiéndose en la bodega que obtiene el 2do lugar en crecimiento con un 120% vs 2009.

III.H.- AgroSuper (Chile):

Esta línea de negocio es un verdadero desafío, el año 2010 fue el primer año completo, alcanzamos apenas el 32% del presupuesto, debido a una serie de factores, como son el surtido, la falta de un correcto abastecimiento, un desbalance en el mix del inventario, los elevados costos de frío, que impidió que podamos mantener un stock necesario para crear una cartera de clientes.

IV.- PRODUCTOS NUEVOS

IV.A.-Reckitt Benckiser

Incorporamos Airwick Fresh Matic, Easy Off Bang, que juntos participaron en un 27% y un 12% respectivamente, convirtiéndose en las categorías de mayor crecimiento.

IV.B.-Licores

La Bodega Española Hidalgo, con sus productos Manzanilla La Gitana y Manzanilla Hidalgo en botella de 750 ml.

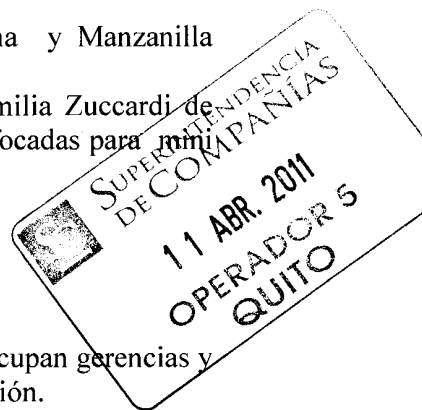
Adicionalmente incorporamos nuevas presentaciones de la Bodega Familia Zuccardi de Malamed en 187 ml. y Santa Julia Malbec en 187 ml, presentaciones enfocadas para minibares en hoteles.

V.- RECURSOS HUMANOS

Al cierre de año 2010 la empresa operó con 58 personas de las cuales 11 ocupan gerencias y jefaturas; 16 vendedores(as); 22 mercaderistas y 9 personas en administración.

Se realizó % el incremento salarial anunciado por el gobierno, para el personal de apoyo, impulsores y mercaderistas. Al personal ejecutivo se incrementó en el 8%.

El Cálculo actuarial determinó que debíamos provisionar para jubilaciones, 36M, en el 2010 provisionamos US\$ 21M, la diferencia la haremos en el 2011.



VI.- SITUACION FINANCIERA

LIQUIDEZ

Por Índice de solvencia = activo corriente/pasivo corriente

IS= $4'414.941/3'114.878 = 1,41$, representa el valor contable de activo corriente por cada unidad de deuda a corto plazo. Lo ideal es 1 pero depende la de flexibilidad de cada empresa, Virumec tiene deudas a corto plazo, por ello requiere de apoyo financiero.

ESTRUCTURA FINANCIERA

Endeudamiento= Deuda Total / Activo Total

E= $2'789.567 / 4'414.941 = 63,18\%$, lo que significa que el 63,18% del activo esta financiado por deuda y el 36,8% con patrimonio.

Apalancamiento= Activo Total / Patrimonio

A= $4'414.941 / 1'279.063 = 3,45\%$, representa el porcentaje de activos que corresponden a una unidad de patrimonio el activo se encuentra respaldado por el patrimonio.

RENTABILIDAD

Margen bruto en ventas= Utilidad bruta/ ventas

MBV= $2'767.240 / 10'590.873 = 26,12\%$

Rentabilidad del patrimonio= Utilidad Neta/ Patrimonio

RP= $193.621 / 1'279.063 = 15,13\%$

PRUEBA ACIDA

Activo Corriente-Inventario/Pasivo Corriente

$3.201.924/3.114.878 = 1.03$



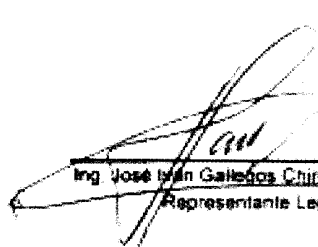
VI.- Estado de Pérdidas y Ganancias

VIRUMEC S.A.

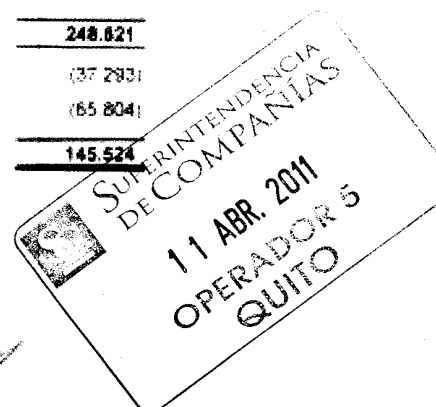
ESTADOS DE RESULTADOS

POR EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE EL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010
CON CIFRAS COMPARATIVAS ENTRE EL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009
(EXPRESADOS EN DOLARES DE LOS E.U.A.)

	2010	2009
INGRESOS OPERACIONALES		
Ventas	11 314 563	7 750 608
(-) Descuentos y devoluciones	(723 690)	(620 842)
Total ingresos	10 590 873	7 129 767
COSTO DE VENTAS	7 823 633	5 557 488
MARGEN BRUTO	2 767 240	1 572 289
GASTOS OPERACIONALES		
Gastos de venta	1 770 914	1 443 420
Gastos administrativos	521 360	473 969
Total	2 292 274	1 917 389
UTILIDAD OPERACIONAL	474 966	(345 090)
GASTOS NO OPERACIONALES		
Gastos financieros	166 116	144 175
INGRESOS NO OPERACIONALES	8 108	737 866
Utilidad antes participación trabajadores e impuesto a la renta	316 958	248 821
(-) Participación trabajadores	(47 544)	(37 293)
(-) Impuesto a la renta	(75 793)	(65 804)
Utilidad neta	193 621	145 724


Ing. José Juan Gállegos Chiriboga
Representante Legal


Sr. Guillermo Cuasapud
Contador Registro No. 021844



Las notas son parte integrante de los estados financieros

VII.- CONCLUSIONES:

Obtuvimos un crecimiento del 40% vs 2009 en el global de la compañía, esto fue posible fue gracias al:

- 1.- Compromiso del equipo humano de Virumec.
- 2.- Introducción de productos ganadores de la línea de RB, que creció 37%.
- 3.- Muy buen crecimiento de las diferentes líneas de licores, que creció 35%.
- 4.- Alimentos que creció 543%.
- 5.- Adecuado manejo de Inventarios.

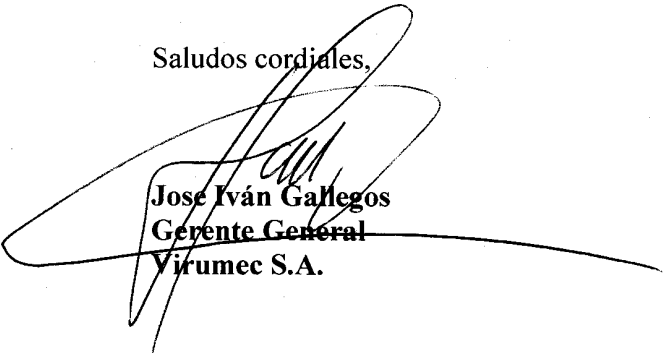
Adicionalmente logramos disminuir la participación de RB al 80%, y el objetivo es llegar al 75%.

VIII.- DESTINO DE UTILIDADES:

La gerencia recomienda que capitalicemos el 100% de las utilidades generadas en el 2010, es decir US\$ 193.621, con el fin de adquirir un terreno, donde se construirán hasta el año 2013, las bodegas y oficinas de Virumec.

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 Iván Gallegos
Gerente General
Virumec S.A.

