

INFORME DE GERENCIA GENERAL 2018

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 2018.

1. ASPECTOS GENERALES

Entorno Económico Nacional:

Si bien la economía ecuatoriana mejoró su desempeño el año 2018 vs el 2017, aún continúa en procesos de recuperación, dada la alta inestabilidad de los precios del petróleo, los bajos índices de inversión, así como el alto endeudamiento del estado y el déficit fiscal que por ahora sigue cubriendo con la contratación de deuda adicional.

Ante esto el gobierno ha implementado algunas reformas que pretenden reordenar las finanzas públicas, a través de la eliminación y optimización de los ciertos subsidios, la obtención de financiamiento más conveniente en tasa y plazo.

2. ASPECTOS OPERACIONALES

En Junta de accionistas celebrada en febrero 1 del 2018, resuelve por estrategia comercial, crear una nueva empresa por escisión, denominada Ecuador Premium Brands, EPB, con el objeto de esta se enfoque en la importación y comercialización de bebidas alcohólicas. Por lo expuesto en este informe únicamente se explicará la operación basada en Reckitt Benckiser y Jaspe. Aunque los resultados monetarios incluyen ventas y costos de V&L hasta septiembre.

2.1. Resultados de Ventas Frente al Año Anterior

El resultado de ventas del año 2018, fue mucho mejor que el año 2017 generando un crecimiento de ventas del 9% en valores, es un buen resultado de ventas siendo que el país creció a ritmo menor al 1%. Lo negativo es la reducción del Margen Bruto, que se produce debido a la separación del negocio de licores a partir del mes de septiembre.

VENTAS COMPARTIVAS 2017-2018			
	2018	2017	Variación %
Ventas	15.691.047	14.705.271	9%
Costo de ventas	11.145.227	9.863.457	+13%
Utilidad Bruta	4.545.821	4.841.814	-7%
Utilidad operacional	141.904	404.473	-65%

2.2. Participación de Ventas por Línea y Canal

CATEGORIA	AS	FARMA	TRAD	TOTAL
RECKITT BENCKISER	64%	11%	25%	100%
JASPE	75%	0%	25%	100%
SUPER-MAX	54%	0%	46%	100%
TOTAL	64%	11%	25%	100%

La participación del Canal Moderno representa 64%, Canal Farma 11%, el Canal Tradicional mantiene su participación en el negocio del 25%. Conocedores que la oportunidad de crecimiento está en este canal que participa en el 40% del mercado de productos de consumo masivo.

2.3. Variación de ventas en % 2017 vs 2018 por línea

VARIACION DE VENTAS vs AÑO PASADO (%)				
CATEGORIA	AS	FARMA	TRAD	TOTAL
RECKITT BENCKISER	10%	-1%	9%	9%
JASPE	22%	0%	28%	24%
SUPER-MAX	-57%	0%	31%	-37%
TOTAL	11%	-1%	9%	9%

El desempeño de las líneas de negocio en el 2018, podemos apreciar un Canal Moderno recuperándose en + 10%; canal Farma un leve decrecimiento del 1%; Canal Tradicional crece 9%, este desempeño genera un crecimiento total del 9% a nivel compañía.

3. RECKITT BENCKISER:

Fue un año con algunos cambios importantes en la administración de Rb a nivel regional, con cambio de 2 Gerentes Generales regionales por un gerente comercial del país. Como Uds. saben todos los cambios requieren de un tiempo de adaptación al nuevo estilo gerencial impuesto.

3.1. Ventas Comparativas 2017 vs 2018 por Categoría

VENTAS COMPARATIVAS RECKITT		
2017 vs. 2018		
CATEGORIA	UN	% VARIACION
SEXUAL WELLBEING (Durex, KY)	12	(2)
AIR CARE (Air Wick)	16	15
FABRIC TREATMENT (Vanish)	5	12
GARMENT CARE (Woolite)	33	57
FURNITURE CARE (Mansion)	(3)	(3)
SHOE CARE (Cherry, Griffin)	(1)	(13)
DESINFECTIION (Lysol)	118	96
LAVATORY (Harpic)	(13)	(12)
PEST CONTROL (Rodasol, Mortein)	21	34
POWERCLEANERS (Easy Off)	(10)	(7)
SPECIALTY CLEANERS (Brasso, Silvo, EO Hornos)	(8)	(5)
HAIR REMOVAL (Veet)	(7)	(4)
TOTAL	6	9

Del cuadro anterior se desprende la recuperación del negocio en relación al año 2017, aunque no logramos los objetivos de presupuesto, apreciamos un crecimiento importante en unidades y valores de las siguientes categorías: Air Care, Fabric Treatment, Garment Care, Desinfection y Pest Control.

3.2. Mix de Productos

En cuadro a continuación podemos apreciar que el 69% del negocio está concentrado en 4 categorías, ganado participación en relación al año 2017, Air Care, Fabric Treatment, Garment Care, no así Shoe Care que pierde 5% pero es una categoría importante para Virumec

VENTAS COMPARATIVAS OTRAS LINEAS		
2017 vs. 2018		
CATEGORIA	UN	% VARIACION
PAÑOS DE SECADO	22	15
LIMPIEZA DE COCINA	(5)	12
LIMPIEZA DE AUTOS	(24)	(29)
LIMPIEZA DE ZAPATOS	139	49
TOTAL JASPE	38	24
SINGLE 6 TWIN	(97)	(97)
TRIPLE BLADE	(39)	(12)
TOTAL SUPER-MAX	(52)	(37)
TOTAL	35	18

A continuación, los resultados de ventas del 2018 donde apreciamos un crecimiento del 38% en unidades y 24% en valores, lo que genera un MB del 37,4%, hemos perdido 3,5% de MB vs el 2017 para nivelarnos con los precios del mercado. Supermax es una línea descontinuada y la gestión de ventas está enfocada en liquidar el inventario existente.

4. PRODUCTOS JASPE

MEZCLA DE PRODUCTOS RECKITT			
CATEGORIA			
(%)			
2017 (R)	2018 (P)	2018 (R)	
SEXUAL WELLBEING (Durex, KY)	10%	10%	9%
AIR CARE (Air Wick)	18%	18%	19%
FABRIC TREATMENT (Vanish)	18%	19%	19%
GARMENT CARE (Woolite)	8%	8%	12%
FURNITURE CARE (Mansion)	3%	3%	3%
SHOE CARE (Cherry, Griffin)	24%	23%	19%
DESINFECTION (Lysol)	2%	2%	4%
PEST CONTROL (Rodasol, Mortein)	3%	3%	4%
POWERCLEANERS (Easy Off)	5%	4%	4%
SPECIALTY CLEANERS (Brasso, Silvo, EO Hornos)	2%	2%	2%
HAIR REMOVAL (Veet)	6%	6%	6%
TOTAL	100	100	100

5. RELACIONES CON SOCIOS COMERCIALES

- **Reckitt Benckiser** : Este año hubo cambios importantes en la dirección de la compañía en junio salió Carlos Rabón con quien mantuvimos en relación comercial durante 14 años, fue reemplazado Karim Kamal, de origen egipcio, este a su vez fue reemplazado en Noviembre por Daniel Marías de origen Brasileiro. Estos cambios generaron algo de nerviosismo en la organización, nuestros resultados avalan el trabajo y la dedicación a las marcas, porque crecer el 9% es un éxito cuando el país no crece ni al 1% esto es el resultado de un arduo trabajo en equipo.
 - **Contrato de Distribución**.-Iniciamos la negociación de la renovación por 3 años del contrato de distribución, hasta diciembre se había acordado los términos pero no se firmó.
 - **Acuerdo Logístico**.- _ Ante la decisión de Rb de cerrar sus bodegas en Ecuador, nos plantearon un acuerdo logístico que fue negociado y firmado en octubre.
 - **Reckitt Benckiser Health**.- A inicios del año nos informaron que RB Health mantendría su operación independiente de Rb HyHo, en noviembre firmamos un contrato de distribución por un año.
 - **Jaspe**.- Mantenemos una muy buena relación comercial con esta empresa.
- Nuevos Negocios.-**
- **Dulcor**.- Es una empresa Argentina, que se interesó en Virumec para que represente sus marcas, en noviembre acordamos comercializar alimento de mascotas a partir del año 2019, la oportunidad con esta empresa es también representarlos en las líneas de alimentos enlatados, salsas, etc.
 - **Zelnova**.- Tuvimos la visita de Santiago Tazón, responsable comercial de Zelnova, empresa Española fabricante de productos de limpieza, aromatizantes e insecticidas hemos evaluado algunas de estas líneas que podrían ingresar en el 2020.

6. PERSONAL

Contratamos 6 personas adicionales que ingresaron en noviembre para fortalecer el equipo de Trade Marketing, con el objetivo de apoyar a 50 de los 200 PDV que contempla el proyecto de atención directa a Mayoreistas y SMI en el canal Tradicional y en el canal Moderno, el objetivo es atender a 110 PDV y garantizar que se cumpla el MSL y poder medir el VS de las marcas.

Como parte de la optimización de recursos de personal se eliminó 2 posiciones del equipo Mercadeo.

Cerramos el año con 50 personas en nominal.

7.- OPERACIÓN LOGÍSTICA

El Operador logístico Yobel mejoró sus servicios, cerramos el año con un costo de 3,7% vs 3,8% de 2017, no hemos logrado alcanzar el objetivo del presupuesto que es 3,6% en función de las ventas. Hay algunas variables que no han podido ser controladas como ser el exceso de inventario por reducción de la demanda que genera mayor número de posiciones, horas extras que se incurre para preparar pedidos de última hora, o problemas de transmisión de facturas y adecuaciones de unidad de manejo etc.

8. SITUACIÓN FINANCIERA

Virumec mantuvo la operación completa es decir Rb, Jaspe y V&L hasta septiembre y Reckitt y Jaspe año completo, generando un resultado operativo positivo en 141M que sumado a otros ingresos US\$ 75M, resulta en un total de US\$ 216M.

El alta demanda de recursos financieros por efecto del elevado inventario generado por la contracción del consumo básicamente en el 4to Q, que produjo una reducción del 22,7% de ventas vs el 3er Q.

Hemos tenido una pérdida del margen Bruto general de la compañía de 1,9% al pasar del 25,9% en el 2017 a 24% en el 2018, siendo la principal razón la eliminación del negocio de V&L en Virumec que se resume en resultado de - US\$61M

Los principales índices financieros a continuación:

INDICADORES FINANCIEROS (PROMEDIO)		
LIQUIDEZ	Current ratio	1.4
	Quick ratio	0.93
	Working Capital Mensual (\$M)	1'386.452
RIESGO	Debt to Equity ratio	2.16
RENTABILIDAD	Margen neto de ganancia	0.00
	Retorno sobre la inversión	10.9%
	Margen EBITDA	1.9%
	Operating Free Cash Flow US\$	317,895
	Operating Cash Flow ratio	8.3%
PRODUCTIVIDAD	Ventas sobre activos	2.3
	Retorno sobre los activos	3.8%
	Rotación de Inventario	63
	Rotación de C/C	65
	Rotación de C/P	36
	Ciclo Operativo	91
	Productividad x empleado US\$	319,106

- Capital de Trabajo es óptimo para el funcionamiento de la compañía y para cubrir sus obligaciones con terceros.
- Índice de liquidez. - Virumec cuenta con suficientes recursos para cubrir sus deudas de corto plazo.
- Índice de endeudamiento. - El grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores es de 2,97 veces, es decir que tenemos más deudas que patrimonio, lo que genera la falta de liquidez.

Para más información financiera remitirse al Informe de Auditoría.

8.2. Capital Suscrito

Por resolución de la Junta de accionistas de Virumec en feb 2018 se crea la compañía Ecuador Premium Brands, EPB, a través de un proceso de Escisión con la transferencia de US\$ 800M de Virumec a EPB de la siguiente manera: efectivo US\$ 174.702, inventarios US\$ 541.493, propiedades y equipo por US\$ 13.803; y activos intangibles US\$ 70.000.

9. CONCLUSIONES

Este año no hemos generado utilidades aun creciendo el 9% vs 2017, producto de la pérdida de margen bruto de 1,9% al a transferir el departamento de licores a EPB. Virumec requiere de forma inmediata incluir en su portafolio líneas de productos que aporten margen bruto equivalente al 45%. Quiero agradecer a los accionistas, a los ejecutivos y empleados en general por el compromiso desplegado en este año.

Saludos cordiales,

Jose Ivan Gallegos Chiriboga
Gerente General
Virumec S.A.