

KUEN SA.
INFORME DE LABORES DEL EJERCICIO ECONÓMICO 2017

Señoras Accionistas,

Presento a ustedes, en los términos previstos por la legislación vigente, el informe de la gestión del ejercicio del año 2017, al mismo que adjunto los informes del Comisario de la Compañía. En términos generales, se debe indicar que el esfuerzo de gestión y financiero nos dieron mejores frutos que el año 2016. El documento que se presenta a continuación contiene los aspectos más destacables del mercado y del ejercicio 2017.

1. MERCADO INTERNACIONAL

LA TENDENCIA INTERNACIONAL ESTA CENTRADA EN DOS ASPECTOS QUE ESTAN RELACIONADOS ENTRE SI Y SON: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBLE Y LO NATURAL.

La tendencia se inició en el año 2001, con la publicación del *Libro Verde sobre Responsabilidad Social Empresarial* de la Unión Europea, y desde entonces, todas las acciones van encaminadas en ese sentido, junto con una mayor sensibilización ciudadana por conseguir influenciar políticas a través de las decisiones de compra como consumidores. Por lo tanto, la incorporación de estas nuevas demandas de naturaleza económica, social o medioambiental es fundamental para seguir manteniendo cuota de mercado.

Un 33% de los consumidores deciden comprar a marcas que realizan acciones sociales o medioambientales. El 53% de los consumidores en Reino Unido y el 78% en Estados Unidos manifiestan que se sienten mejor cuando compran productos que son producidos de forma sostenible.

Natural y sostenible

Los consumidores valoran un 15% más los productos cosméticos de etiqueta "sostenible", (estudio del sector cosmético realizado por *ainiaforward*). Dentro de esta tendencia, la cosmética *healthy* es la que está en plena moda. Cada vez son más las personas que prefieren la cosmética natural y ecológica en detrimento de la cosmética convencional.

Entre los beneficios que destaca el consumidor están:

- La relación calidad-precio. Hay disminución de eslabones en la cadena de comercialización.
- Menos químicos. Hay un aumento de tendencia a cosméticos solo derivados de vegetales y con certificación orgánica. Los productos en general, menos agresivo y resulta más apto para cualquier tipo de piel.

2. SECTOR NACIONAL

El sector de belleza en Ecuador cerró el año con US\$594 millones en ventas. El país es uno de los mayores compradores de productos de belleza, con un gasto per cápita anual de más de US\$3.09 dólares. Según datos oficiales del Gobierno, las ventas en esta categoría crecieron 6% en el 2017. (<https://www.peru-retail.com/sector-belleza-ecuador-preve-cerrar-ano-us594-millones-ventas>).

Al igual que el año pasado, el canal de venta directa de belleza, continúa siendo la principal vía de distribución, obteniendo US\$820,2 millones de dólares en facturación. A este le sigue otros canales de venta como las farmacias y comercios de grandes superficies, que venden dentro de la categoría de belleza: maquillaje, perfumes y cuidado facial.

Algunas de las empresas más fuertes y de mayor crecimiento en este sector son Belcorp, Oriflame y Yanbal, cuya facturación en el país supera los 150 millones de dólares anuales.

Algunos ejemplos de lo que esta pasando en el sector:

- Perfumes Factory, empresa de origen venezolano ha sido exitoso en territorio Ecuatoriano. Comercializa perfumes que se preparan y envasan según el gusto del cliente, en el momento en que estos se solicitan en cada local comercial o isla. Alessandro Bonaiuto, gerente de la oficina de representación en Ecuador de la empresa, explicó que las primeras tiendas las abrieron en Quito y ahora están en 10 ciudades del país: Guayaquil, Ibarra, Ambato, Cuenca, Manta, etc. (revista Lideres del 28 de noviembre de 2017).
- Otro competidor en el área de los perfumes y Body Splash, es René Chardon que invirtió alrededor de USD 1 millón y medio en capital humano, maquinaria e insumos que servirán para el desarrollo de 24 nuevos productos, como labiales, sombras, polvos compactos, perfumes, 'body splash' entre otros. Con estos segmentos prevé en dos años lograr un crecimiento del 40% de la empresa. (<http://www.revistalideres.ec/lideres/empresa-rene-chardon-lanzara-linea.html>.)
- La empresa Producosmetic, tiene 90 marcas en el mercado ecuatoriana. Esta empezó produciendo, talcos, perfumes, colonias, cremas, desodorantes, vaselinas y más. Entre los principales clientes figuran Corporación Favorita, Almacenes De Prati y Grupo El Rosado. Desde el 2009, Producosmetic maquila para el Grupo Belcorp, una multinacional productora y comercializadora de artículos de belleza. El año pasado, el monto llegó a los USD 2,4 millones. (<http://www.revistalideres.ec/lideres/producosmetic-traves-90-marcas-muestra.html>.)

1. VENTAS KUEN S.A.

En 2017 se vendió un total de \$144.952 cifra que representa un aumento del 10.51% con relación a las ventas de 2016 (\$131.171.51). Este aumento se debió a los siguientes factores:

- Las Ventas de KUEN a Fragancias aumentaron en un 12.53%
- Las exportaciones subieron en 612% estamos vendiendo en portal internacional ETSY.
- La venta a los Hoteles disminuyo en un 52%

Cuadro # 1



Fuente: KUEN S.A.

De acuerdo con el reporte enviado por FRAGANCIAS las ventas de Amazon aroma subieron un 3,6% en comparación con el 2016.

Cuadro # 2

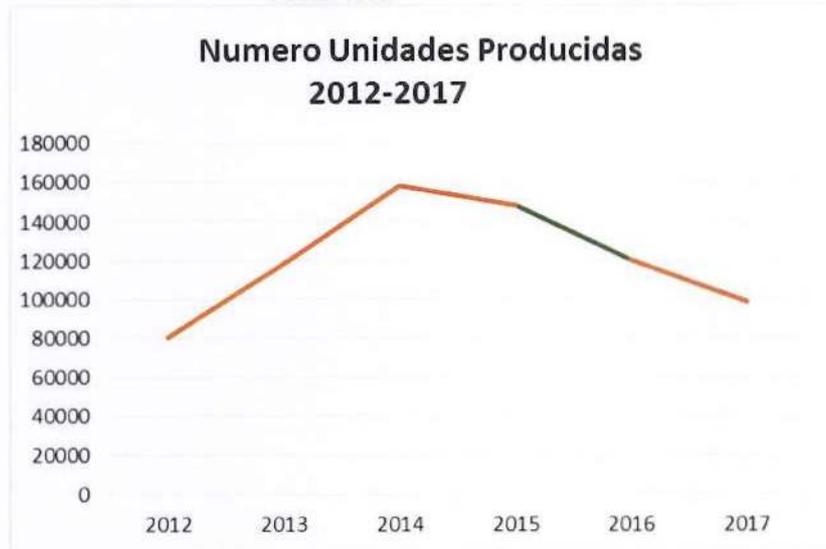


Fuente: Fragancias

Fuente: Fragancias

La producción en número de unidades vendidas por KUEN S. A., alcanzó un total de 98.045 unidades. Lo que significó un 18.29% menos que el 2016. Esto se explica por la disminución de las ventas a Hoteles.

Cuadro #3.



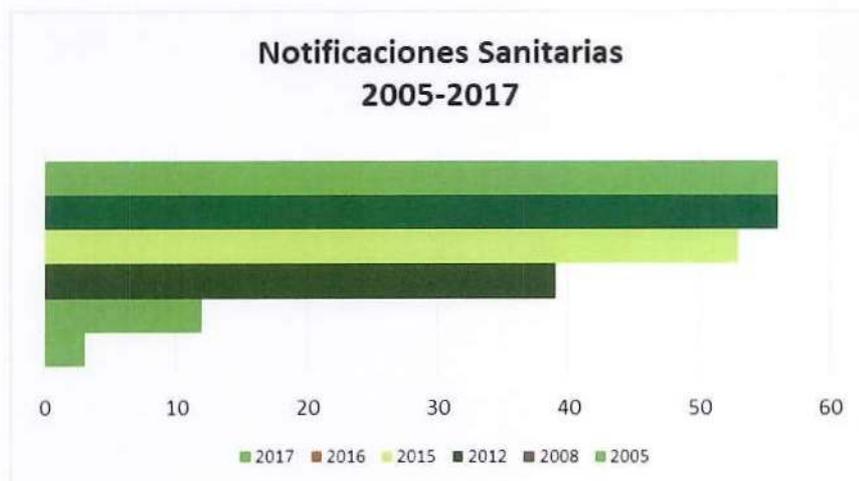
Fuente: KUEN S.A.

2. INVERSIONES

5.1. ACTIVOS

Al 31 de diciembre de 2017 el total de activos fue de \$ 125.111.00. Actualmente tenemos 59 productos con notificaciones sanitarias en el 2017 solamente se hicieron modificaciones a las notificaciones sanitarias (Cuadro 4).

Cuadro #4.



Fuente: KUEN S.A.

3. PASIVOS

6.1 CUENTAS POR PAGAR

Para este año las cuentas por pagar disminuyeron un 49% con respecto a 2016 (cuadro 5). La empresa no tiene deudas a largo plazo.

Cuadro # 5



Fuente: KUEN S.A.

ASPECTOS LABORALES Y LEGALES

7.1. LABORAL

En el campo laboral se redujo el personal administrativo. En la empresa trabajaron 3 personas tiempo completo y 1 parcial (6 horas).

3.2. LEGAL

Se ha dado cumplimiento a las normas legales en los actos y contratos que ha celebrado la compañía y en las disposiciones que se han impartido. La empresa está al día SRI, IESS y con las demás entidades de regulación estatal.

4. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y DE LA JUNTA DIRECTIVA.

La Compañía ha dado cabal cumplimiento a lo resuelto por la Junta General de Accionistas de abril del 2016.

5. RESULTADOS Y PATRIMONIO

9.1. RESULTADOS

El Ejercicio 2017 concluyó con una utilidad de \$3888.00 antes del impuesto a la renta.

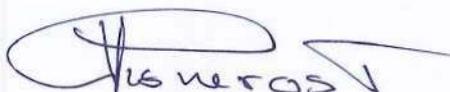
5.2. PATRIMONIO

A 31 de diciembre de 2017 el Patrimonio de la Compañía es de **\$125.111.00** dólares

6. RECOMENDACIONES

- 1) Retomar sello verde y desarrollar productos ambientalmente amigables.
- 2) Hacer ventas por internet
- 3) Tomar a cargo la comercialización de los productos orgánicos que se desarrollen.
- 4) Retomar los nichos de mercado especialmente los relacionados a WFTO

Queda a consideración de los señores Accionistas el presente Informe de Labores, reiterando el agradecimiento a todas las personas que colaboraron con la Compañía durante el año 2015.



Dra. Tatiana Cisneros Toledo
Gerente General CUENCA,
20 de Abril del 2017