



## INFORME DEL GERENTE

San Miguel de Ibarra, marzo 3 del 2007.

Señores  
ACCIONISTAS DE SHAJANA S. A.  
Ciudad

Estimados Socios

Conforme a las disposiciones de la Ley de Compañías en vigencia, cúpleme presentar a ustedes mi informe de Gerencia correspondiente al Ejercicio Económico del año 2006 de la Compañía SHAJANA S. A.

Adjunto a este informe, estamos presentando los informes financieros de la gestión 2006 y si bien los resultados de ventas y recaudos logrados están lejos de las necesidades de nuestra empresa y de nuestros anhelos, debo reconocer y agradecer el esfuerzo permanente entregado las personas que han acompañado nuestra gestión, tanto en Ecuador como en Colombia.

Una de las misiones importantes para el 2006 era culminar el proceso de legalidad institucional emprendida a finales del año 2005. Luego de modificar y actualizar el Estatuto Social de SHAJANA, eliminando los vicios de forma y fondo y de trasladar el domicilio principal de la empresa de Guayaquil a Ibarra, había que legalizar la operación de la empresa en Ibarra lo que implicó realizar los siguientes trámites burocráticos:

1. Inscripción ante el sistema de Rentas Internas SRI
2. Inscripción ante el Municipio de Ibarra y solicitar la Patente Municipal
3. Certificación de los bomberos de Ibarra en lo que se refiere a seguridad de las instalaciones
4. Permisos sanitarios de funcionamiento en la Provincia.
5. Afiliación a la Cámara de Comercio de Ibarra
6. Registro de actividades económicas.

Estos trámites se terminaron en el mes de mayo del 2006.

En el mes de enero del 2006 nos aprueban las Certificaciones Sanitarias de las HENNA PLUS TONOS CLAROS Y OSCUROS y en el mes de mayo la Certificación de los TONOS ROJOS.

Debido al cambio de domicilio principal de la empresa a Ibarra, es necesario actualizar las Certificaciones sanitarias de los TONOS CLAROS Y OSCUROS y son aprobadas en el mes de mayo/06.

El 17 de julio del 2006 realizamos la primera importación de HENNA PLUS RAJASTHAN consistente en 11.760 unidades.

Consecuente con lo anterior, a partir del 15 de julio comenzamos con el sistema contable TINI ADVANCED y la contabilidad de SHAJANA S.A. principalmente con los registros de ventas y recaudos.

Para no afectar la venta de la HENNA debimos asumir el impuesto al IVA del 12% lo cual nos afecta el margen de contribución. Pero que cruzamos con el valor pagado por IVA en la importación, como crédito tributario.

En el mes de agosto se da por terminado el vínculo laboral con el Sr. Tronza como vendedor de la zona costa y en su reemplazo en el mes de septiembre, se vincula al Sr. Rubén Darío Loyo ciudadano ecuatoriano con experiencia en la comercialización de vitaminas y productos naturales.

Hemos estado vendiendo nuestro producto sin más apoyo comercial que la calidad del mismo, lo cual ha hecho difícil la gestión de las personas vinculadas, una vez lograda la legalidad sanitaria de su principal producto, lo siguiente era presentar en sociedad a la HENNA,

En los meses de septiembre, octubre y noviembre/06 se realiza el evento de lanzamiento de la HENNA PLUS RAJASTHAN en las principales ciudades ECUADOR, logrando los objetivos planteados.

Lo hemos hecho en la medida de las posibilidades económicas de la empresa, hemos dado el primer paso, pero no podemos quedarnos ahí, debemos aprovechar la experiencia obtenida en este primer evento exploratorio y preparar los siguientes, convencidos de llegar con la HENNA RAJASTHAN donde solo llegan los mejores.

#### **LOGROS DEL LANZAMIENTO DE LA HENNA PLUS RAJASTHAN**

1. Se gana confianza en la efectividad del uso de la henna plus en todas las personas que participaron en los seminarios y talleres.
2. Se involucro a nuevos estilistas en el conocimiento de un producto sustituto de los tintes tradicionales.
3. Se gana confianza y credibilidad en la henna plus de parte de los propietarios y dependientes de los centros y tiendas naturistas.
4. Se consiguieron nuevos clientes – academias de belleza
5. Se motivo y favoreció el uso de la henna de parte de los estilistas y profesionales en Guayaquil

#### **ASPECTOS A MEJORAR EN PROXIMOS EVENTOS**

1. Programar con suficiente anticipación los eventos para poder realizar una promoción del mismo.
2. Sectorizar a los participantes, para no mezclarlos
3. Escoger los salones con las condiciones adecuadas para los eventos.
4. Disponer de materiales de promoción con la suficiente anticipación. (materiales pop, obsequios, promociones)

5. Trabajar los eventos con el numero de personas adecuado, para seminarios = 50 personas máximo y para talleres = 30 personas máximo.
6. Disponer de implementos o herramientas adecuadas (lavador de cabello, capas, pendones, etc.)
7. Cobrar la participación en el evento
8. Ofrecer kits de herramientas a estilistas como promoción del evento y del producto
9. Ofrecer los kits de productos a precio promocional y teniendo en cuenta la capacidad de compra de los asistentes. Debe ser un precio atractivo y competitivo con el mercado.
10. Promocionar los eventos mediante: visita personalizada, radio, prensa escrita, TV
11. Realizar dos eventos en el año:
12. En la sierra las fechas más aconsejables serian: desde marzo y hasta agosto.
13. En la costa serian desde marzo y hasta septiembre
14. Visitar a la provincias de Esmeraldas – Loja y Cuenca
15. La capacitación y motivación con los profesionales de la belleza debe ser continuada.

Desde el 18 de diciembre del 2006 disponemos del registro sanitario de la Fibra Vida Naranja en sus presentaciones.

Estaremos solicitando los registros de: Shampoo's - Amla - Fibra vida en escama y polvo - Henas Tonos, durante este mes de enero y aspiramos a obtener sus certificaciones antes del 30 de junio/07.

#### **OTRAS ACTIVIDADES POR DESARROLLAR Y REALIZAR**

1. Dirigir eventos de aplicación a personas VIP en cada ciudad importante.
2. Seleccionar, contratar y capacitar en aplicación de la henna y en peinados a dos técnicos capilares residentes en ecuador, preferiblemente colombianos para atender las dos zonas del mercado ecuatoriano.
3. Empezar un programa de formación y capacitación en la aplicación de nuestros productos y posicionamiento de nuestra marca con cada estilista o profesional de la belleza. Este programa implicaría que nuestros técnicos trabajen medio día en cada sala o peluquería, de manera personalizada, pensamos que de esta manera logramos mayor compromiso, aceptación y confianza con nuestros productos de este importante sector influyente en el consumidor final.
4. Promover y estimular el consumo mediante campañas publicitarias en los diferentes medios como vallas gigantes en las principales ciudades; cuñas radiales, TV
5. Seleccionar y contratar un gerente nacional de ventas, para que se ocupe de la gestión de ventas a nivel nacional, con énfasis en los negocios corporativos para la henna y la fibra vida.
6. Poner en funcionamiento en el sistema de información, lo referido a la digitación de pedidos y recaudos por parte de los gerentes de ventas, así

mismo lo referente a la información gerencial y financiera para los accionistas en Colombia.

En cuanto al apoyo logístico y económico para ejecutar un plan de mercadeo que respalde la gestión comercial bajo nuestra responsabilidad, agradecemos la decisión de aprobar, que el costo sea considerado dentro del presupuesto 2007 de SANBANI S. A.

Hemos propuesto que este Plan de Mercadeo sea elaborado y discutido en reunión en Ecuador, contando con el aporte de las personas comprometidas para que con su aporte y compromiso propongamos acciones o actividades que contribuyan efectivamente al logro de nuestras metas de ventas, recaudos y cubrimiento del mercado.

Estaremos enfocando nuestras energías en; lograr clientes y canales nuevos, apoyar y asesorar a nuestros clientes (intermediarios), en el conocimiento de nuestros productos, en su excelente calidad y en una buena comercialización de los mismos, así mismo exigirles que nuestros productos estén en primera fila en sus estanterías, que sean visibles a los consumidores, la conveniencia es mutua.

Estimados accionistas, ha sido un año difícil y complejo, pero creemos que estamos avanzando en la dirección correcta, hoy en día tenemos a una empresa que puede ser presentada en sociedad y a la que le esperan días mejores, contamos con vuestra confianza y apoyo para lograrlo.

De esta manera estoy dando cumplimiento a la Ley de Compañías vigente y al Estatuto Social de la Compañía SHAJANA S. A.

Cordialmente,



Juan B. Calderón Gómez  
Gerente General  
SHAJANA S. A.

DE COMPAÑIAS  
VENTANILLA UNICA EMPRESARIAL  
IBARRA  
Sr. Ernesto Y...