157715

DIDECOBEAUTE S. A.

Quito, 26 de Marzo del 2009

Señores
Accionistas
DIDECOBEAUTE S. A.

Presente

De mis consideraciones:

Me permito presentar a la Junta General de Accionistas de DIDECOBEAUTE S. A., a realizarse el 27 de marzo del 2008 a las 15:00 horas en las oficinas de la empresa, el presente informe de gestión sobre el ejercicio económico que corresponde al año 2008.

Como es de su conocimiento, la mercadería ingreso a bodega en octubre del 2007 y esperábamos lograr resultados positivos en el año 2008, que sería nuestro primer año normal de operaciones, sin embargo, nos enfrentamos a una gran competencia internacional, conformada principalmente por: UNILEVER, COLGATE PALMOLIVE, HENKEL SCHWARZKOPF, L´OREAL, JOHNSON & JOHNSON, PROCTER & GAMBLE, LABORATORIOS LANSEY, PRODUCTOS ADAMS, PRODUCTOS AVON, WELLA, HENKEL, GLAXO, GILLETTE, BRISTOL, IMPROBELL, ROEMMERS, BEIERSDORF, quienes captan más del 90% del mercado y cuyos representantes nacionales cuentan con el soporte financiero y de marketing de sus filiales en el exterior, mediante agresivas y multimillonarias campañas publicitarias que no estamos en posibilidad de emular, por lo que, no hemos logrado los resultados esperados.

Cabe mencionar al respecto, que cuando analizamos el potencial del mercado para incursionar en esta línea, no había la competencia ni la participación descrita, lo cual hacia atractivo el segmento de mercado. No podíamos imaginar, que paralelamente, las firmas internacionales se encontraban analizando el incursionar en el mercado nacional. Tal es así que nadie puede negar hoy en día, la presencia de una gran diversidad de marcas y productos y, además, continuamente salen nuevos productos al mercado.

El breve análisis expuesto anteriormente, nos permite concluir que, los productos de cremas y tratamientos corporales y faciales en el Ecuador, presentan en la actualidad, las siguientes características:

1. Dominio de las marcas de empresas multinacionales. Estas empresas manejan el comercio de sus productos y sus estrategias comerciales de acuerdo a las características regionales de cada una de éstas. A su vez quiere decir, que los productos que conforman esta categoría se ven beneficiados de una producción de economía de escala.

2. Dependencia de la producción internacional. Como consecuencia de la anterior característica, esto ha incidido en que la producción local represente en promedio el 10% del consumo nacional.

ALPALLANA 289 Y DIEGO DE ALMAGRO
TELEF: (593) (2) 2 905 - 925 / 2 905 - 949
www.didecoecuador.com

3. Dependencia de los canales de distribución de productos de consumo masivo, ya que un alto porcentaje de la venta de estos productos, se realiza a través de las cadenas de supermercados, las cuales se encuentran dominadas ampliamente por las cadenas Supermaxi, Mi Comisariato, Almacenes Tía, Comercial Mery, entre las principales.

En tal virtud, los esfuerzos realizados para conseguir ventas con nuestros principales clientes, no ha tenido los resultados esperados, por lo que, el ejercicio económico presenta pérdidas por USD 38.136,38.

El resultado financiero negativo afecta la posición patrimonial, por lo que, me permito recomendar a la Junta General de Accionistas, se analice la posibilidad de realizar aportes futuras capitalizaciones, mediante la transferencia de las obligaciones que la compañía tiene con accionistas.

Para el ejercicio económico del 2009, esta Administración se encuentra analizando alternativas de comercialización y ventas, que nos permitan realizar el inventario existente.

Agradezco a la Junta de Accionistas la confianza y el apoyo demostrado.

Atentamente,

Norberto Mendiola Moreno
Gerente General

DidecoBeaute S.A.