

INFORME DE GERENCIA A LA JUNTA DE ACCIONISTAS DE DIMABRU CIA. LTDA. PERIODO 2012.

Señores Socios,

En conformidad con los Estatutos y a la Ley de Compañías vigente, presento ante ustedes señores Socios el informe correspondiente a la eficiente administración por el periodo comprendido del 01/ de enero al 31 de diciembre del 2012.

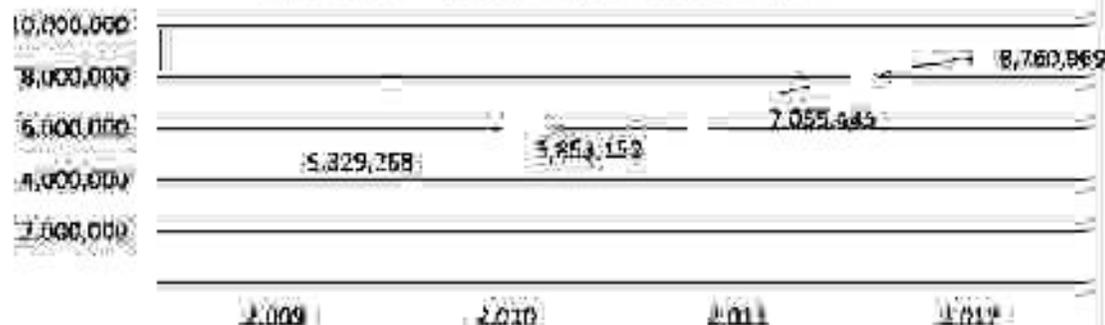
Debo informar que el Señor Carlos Pacheco Zeas, administró magistralmente la compañía hasta el 3 de diciembre del 2012 e inmediatamente tome a mi cargo la administración.

El presente informe considera la revisión gerencial que se realiza a la gestión de los diferentes procesos de la organización, cuyo objetivo es garantizar la eficiencia, eficacia, efectividad, adecuación y conveniencia del sistema de gestión en DIMABRU Cia. Ltda. lo cual se sustenta en el en el balance auditado del periodo 2012, entregado a ustedes y que es de su conocimiento.

1. Dirrecciónamiento estratégico

En el periodo 2012 se planeo una estrategia enfocada a aumentar las ventas en un 20% lo cual se sustenta de nueve objetivos estratégicos que se fueron cumpliendo en el transcurso del periodo y se sustentan con indicadores de gestión que a continuación se detallan:

VENTAS TOTALES 2009-2012



Objetivo General Aumentar ventas en 20%

Objetivos Estratégicos:

Se llegó a incrementar cerca del 10% de distribuidores en la mayoría de las zonas de cobertura lo cual apalancó el crecimiento sostenido de las ventas para el cumplimiento del objetivo principal.

Clientes captados:

- Cesar Montalvan
- Jorge Nieto
- DISKAT
- Infood Service
- Fajón Food
- DIFASA
- Armijos Htble
- Entre Otros

Otro objetivo estrechamente ligado al desempeño de ventas fue el mejor posicionamiento de la marca ESTRELLA en el mercado de Ecuador para lo cual se llegó a cumplir con el 95% del cambio de imagen en toda la línea de productos construyendo el pilar fundamental para el desarrollo de estrategias de marketing.

Las acciones tácticas obtenidas en el desarrollo de marketing web y redes sociales lanzaron a la marca hacia un concepto de limpieza para el ama de casa moderna entregando como resultado la red social en Facebook de ESTRELLA SIEMPRE LIMPIO con más de 8.000 seguidores y cerca de 400 publicaciones con más de 5000 respuestas afirmativas de la marca. Se logró convertir la página www.11nuevas.com en la primera opción de búsqueda para productos de limpieza en el Ecuador en el buscador Google junto con su página web hermana www.11nuevas.com de la cual se convirtió en una revista digital dedicada al ama de casa ofreciendo soluciones y entretenimiento a la mujer ecuatoriana con más de 1000 visitantes activos por mes.

Continuando con la estrategia de posicionamiento de marca se impulsó en el punto de venta la contratación de mercaderistas adicionales para las zonas foráneas y dentro de ciudades importantes como Quito y Guayaquil, los cuales han logrado impulsar el espacio en fercha de los principales autoservicios apoyados con material POP.



A inicios del 2012 se planteó como objetivo, conjuntamente con el Director de producción, el reducir las quejas de los clientes en productos específicos, el cual se ha cumplido obteniendo mejores formulaciones en productos químicos desarrollados por la empresa, compra de materia prima de calidad para cumplir con especificación de los

materiales apegados a los puntos de la norma ISO 9001:2008 entregando acciones correctivas y preventivas para la solución de conflictos de calidad.

Se logró tener el crecimiento en costos de producción mediante la automatización de líneas de producción haciendo inversiones dentro del departamento de mantenimiento para mejorar su infraestructura a un ambiente de trabajo más grande y adecuado para la automatización de maquinaria que actualmente la empresa posee como:

Desarrollo de máquina contadora de cimas, mejora del sistema de super brillo, implementación del cono transversal en guillotina, elaboración de máquinas para canales de esponja, cambios en sistemas de circuladoras.

Referente al costo de productos vendidos mejoramos con relación al período 2011, aún así tuvimos un incremento 0.96% con relación al año anterior debido a factores externos como es el incremento del costo en nuestras materias primas, y variación en el sueldo de nuestra mano de obra.

En el año 2012 se completó al 100% todas las fases de implementación de las Normas internacionales de Información Financiera cumpliendo con las políticas contables establecidas por los socios, así como también la capacitación concedida al personal de apoyo del proceso. La etapa de implantación y formación de balances se cumplió en las fechas programadas a pesar de tener inconvenientes con el sistema informático que actualmente poseemos.

Se alcanzó el plan de desarrollo de software y hardware planteado a principio de año el cual ha sido de mucha ayuda para el buen desenvolvimiento de la gestión integral implementando en el sistema de gestión nuevas herramientas y procesos para todos los involucrados. Las tácticas del objetivo incluyen el levantamiento de bases de datos seguros, restricción de accesos, cámaras de vigilancia, políticas de grupos bajo el dominio, mantenimiento de hardware y software.

Uno de los objetivos principales de este año fue el desarrollo de nuevos productos para el canal y generar ventas así como nuevos nichos de mercado. Se avanzó con cautela en el desarrollo de productos colocando en el mercado más de 10 productos nuevos entre los cuales se destacan:





Instrumentos de Mecánica Universal 250g
Ergonómica Repetida

Escopel No.
1510A-Lance 21

Escopel No.
1510B-Lance 21



Camisa 80 Pizze
Mujeresporte



Fibras Super Abrasiva
ergonómica x2 (Grande)

Fibras Super Abrasiva
ergonómica x2 (Práctica)



Paño Rollo
Pequeño
22 cm x 55 cm
50 Unds.



Paño Hogar
33 cm x 55 cm
7 Unds.



Cloro
Rolo 1.1L / 1.1L (2X) x 4
Cabece 150g



Umami Alentante Arroz Limon
Lavavajilla Liquido
450 ml / 730 ml

El mayor éxito alcanzado, por su acelerado crecimiento, es el pato hogar rollo que se mantiene en crecimiento.

Para lograr todos estos objetivos fue indispensable capacitar al personal para toda la ejecución de la estrategia usando como técnicas para la preparación del talento humano la implantación de los talleres semanales de capacitación y motivación a todos los ejecutivos, seguido por la capacitación mensual a líderes de planta de producción y sus equipos de trabajo en todo el sistema y plantas de DIMABRU, Cía. Ltda. en temas estratégicos para el cumplimiento de objetivos reforzando lo aprendido con el sistema de afochos Bath and Warch que se lo mantiene en toda la organización. Además se reforzó la capacitación del personal con cursos fuera de la empresa en temas puntuales como salud y seguridad, normas internacionales de información financiera, calidad y productividad, servidores y nuevas tecnologías entre otros.

Es importante recalcar que las adecuaciones realizadas en nuestra planta de producción número 1 ha sido significantes pues contamos con un nuevo laboratorio químico construido bajo la norma de buenas prácticas de laboratorio, además se hicieron rampas para personas con capacidades especiales, espacios verdes y rias de 1200 mts. libras para la ampliación de toda la línea química.

Los nueve objetivos estratégicos mencionados describen levemente el trabajo realizado por todo el equipo de trabajo de DIMABRU, Cía. Ltda. dirigidos por su gerente general el finado Sr. Carlos Enrique Pacheco Zúñiga y su fantástica gestión y ejecución de todos los planes y proyectos.

2. Resumen de auditoría

El resultado del ejercicio 2012 generó una utilidad contable de Q15.571.738,14. de este monto se efectuaron las siguientes deducciones: el 15% para participación de los trabajadores en las utilidades de la Compañía, lo cual corresponde a la suma de \$1.073.607,21 el impuesto a la Renta causado es de \$138.766,00, la Reserva Legal por \$23.480,57 tenemos el valor de \$44.130,85 menos el salario digno de \$1.639,23 da como resultado la utilidad a distribuir a los señores Socios por un valor de \$444.491,62.

La Auditoría de la Empresa fue efectuada de acuerdo con normas Internacionales de Auditoría. Dichas Normas Internacionales de Auditoría requieren que su Auditoría sea planificada y realizada bajo procedimientos que permitan obtener pruebas y validaciones suficientes para obtener seguridad razonable de los estados financieros e informar que los mismos estén libres de errores materiales.

La Auditoría también incluye la evaluación de lo apropiado de los principios de contabilidad utilizados y de la razonabilidad de las estimaciones contables hechas por la gerencia, y su evaluación general de los estados financieros, los mismos que según el informe de Auditoría se presentan en forma razonable en todos los aspectos importantes al 31 de diciembre del 2012.

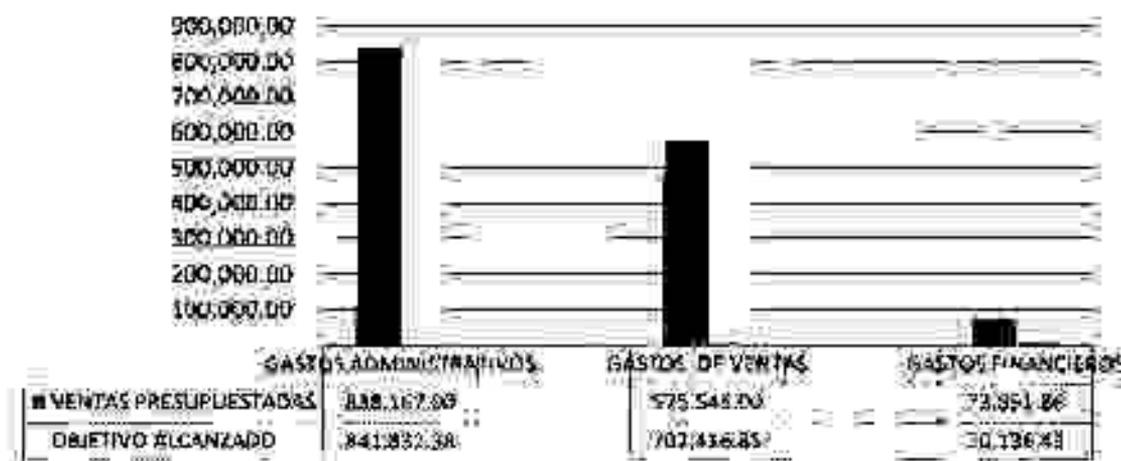
Estos Estados Financieros son los primeros Estados Financieros preparados en base NIIFs completas y para efectos comparativos se incluyen los estados financieros del año

2011, tanto al cierre del año (diciembre 2011) como al inicio del año (enero 2011) ajustados extracontablemente a NIIFs.

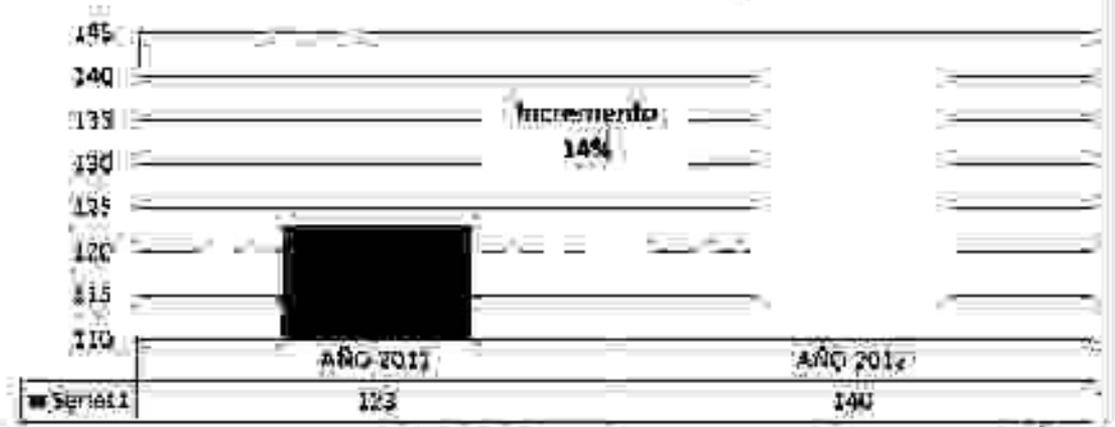
Desempeño de gastos

Los Gastos Administrativos y de Ventas se modificaron debido al incremento de sueldo a nuestra personal y el ingreso adicional de personal nuevo requerido aumentando las plazas de trabajo de 120 en el año 2011 a 140 en el año 2012, cumpliendo con los requisitos de ley que esto con lleva y adecuando nuestra cultura operacional hacia la salud y la seguridad laboral.

Relación Gastos Presupuestados Vs. Gastos 2012



Incremento Neto de Empleo 2010-2012



Propósito 2013

Para el año 2013 la junta de socios ha decidido continuar con el rumbo que la empresa ha mantenido durante los últimos años para lo cual ha tomado como pilares estratégicos los siguientes puntos:

- Generar una cultura de Ejecución
- Capacitación constante a todo el personal
- Desarrollar productos innovadores
- Aplicar tecnología en la reducción de procesos
- Manejar los controles como indicadores de procesos
- Mejorar la eficacia de nuestros procesos productivos
- Evitar rupturas en el abastecimiento de materiales
- Producir calidad en un entorno de calidez
- Eliminar las quejas de los clientes
- Distribuir los productos con puntualidad
- Servir con alegría y calidez

Las tácticas empresariales empleadas para este año son de carácter agresivo contra la competencia nacional pues este año nos encontramos con fuertes contrincantes en el mercado de precios para lo cual hemos buscado mantener el océano azul que ha caracterizado a la empresa durante todo este tiempo pero se necesitará el apoyo del todo el staff administrativo y sus colaboradores para lograrlo

Atentamente,



Ing. BRUNO JOSUE PACHECO
GERENTE GENERAL