

**Informe de Gestión
2013
Beiersdorf Ecuador**

Marzo 2014

Preparado por:
Jorge Oswaldo de la Torre Neira

Índice

1. Entorno General, Economía y Política	3
2. Resultados Beiersdorf S.A. Ecuador	5
2.1. Desarrollo de las Ventas	5
2.2. Desarrollo de las Marcas	6
2.3. Resultados Financieros	7
2.3.1. Estado de Resultados	7
2.3.2. Estados de Situación Financiera	8
3. Planes para 2014	9



1. Entorno General, Económico y Político

El mejor estimado de crecimiento para la economía ecuatoriana en 2013 es de 4.0% sin embargo muestra una clara desaceleración frente al 5.01% en 2012 y 8.0% en 2011.

La actividad económica del país se aceleró en el tercer trimestre del 2013. El Producto Interno Bruto se expandió 4,9% marcando una aceleración con respecto al segundo trimestre y fue el mejor resultado en los últimos 5 trimestres. Esto se debe principalmente a una mejora en el sector petrolero.

En diciembre de 2013, la tasa de inflación del Ecuador (2,70%) se ubicó por debajo del promedio de América Latina (7,24%). Este porcentaje fue inferior al del año 2012 que fue de 4,16%. Por divisiones de consumo, seis (6) agrupaciones se ubicaron por sobre el promedio general, siendo los mayores porcentajes los de bebidas alcohólicas, seguido de restaurantes y hoteles, y educación; las comunicaciones registraron deflación.

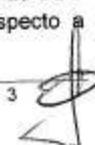
Al analizar la estructura de la población económicamente activa urbana, a diciembre de 2013 la tasa de ocupación plena representó el 51,5%; la tasa de subocupación el 43,3%; la tasa de desocupación el 4,9% y finalmente en mínimo porcentaje los ocupados no clasificados (0,3%). Las ramas que más aportan en la ocupación plena son Comercio, Industria Manufacturera y Construcción.

Con respecto al sector externo de la economía, durante el año las exportaciones totales alcanzaron USD 24,957 millones, lo que significa un incremento del 4,4% al comparar con las exportaciones realizadas en el mismo periodo del año 2012. Las exportaciones petroleras registraron un aumento de 2.2% y las exportaciones no petroleras crecieron en 7.3%.

Las importaciones totales alcanzaron USD 26,040 millones, representando un incremento de 8,4% al comparar con las importaciones realizadas en el mismo periodo del año 2012. Las compras petroleras y no petroleras del exterior, fueron superiores frente a las importaciones realizadas en el año pasado tanto en valor FOB como en cantidad (toneladas métricas).

El saldo de la balanza comercial del Ecuador a finales del año 2013 fue -1,084 millones de dólares. Este resultado evidencia un comportamiento muy desfavorable para la economía de nuestro país. Debido a esto, el Comité de Comercio Exterior emitió la resolución No. 116 que entró en vigencia el 3 de diciembre de 2013 en la cual se incluyó a 293 partidas arancelarias, entre ellas productos de cuidado de la piel y cuidado personal, la cual exige que los productos tengan un certificado de reconocimiento y cumplan con una serie de reglamentos y normas técnicas emitidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización. A partir de la fecha de entrada en vigencia de la norma, muchas importaciones quedaron retenidas en los diferentes puertos por no poder cumplir inmediatamente con esta normativa.

Al 31 de diciembre de 2013 las reservas internacionales registraron un saldo de USD 4,360 millones lo que representa un incremento de USD 1,878 millones con respecto a



diciembre de 2012, variación que se explica principalmente por mayores movimientos de depósitos del sector público.

La liquidez del sistema financiero mantiene su tendencia creciente, para 2013 fue de USD 35,051 millones. En el año 2013 la oferta monetaria y la liquidez total presentaron tasas de crecimiento anual de 12.1% y 13.4%, respectivamente. Los depósitos de empresas y hogares en el sistema financiero alcanzaron en el mes de diciembre el valor de USD 27, 465 millones (29,4% del PIB). El volumen de crédito total otorgado por el sistema financiero se situó en USD 22,773 millones.

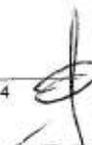
El resultado de las elecciones para Presidente y Vicepresidente que se llevaron a cabo en el mes de febrero 2013, indica que el Presidente Correa continúa siendo muy popular y mantiene un fuerte liderazgo. Los resultados electorales han permitido también que surja una nueva figura pública como líder de la oposición; se trata de Guillermo Lasso, líder del partido CREO, que representa la ideología política de una derecha liberal conservadora, que podría aglutinar en el futuro al grueso de la oposición.

Las elecciones legislativas se celebraron en la misma fecha y se eligieron 137 asambleístas que componen la Asamblea Nacional de la República del Ecuador, órgano encargado de ejercer el poder legislativo en el país. El partido de gobierno, Movimiento País, consiguió 100 escaños equivalentes al 52.3%.

Esta nueva situación hizo posible que el Gobierno pueda llevar adelante algunas leyes que habían encontrado oposición en el poder legislativo anterior, como la ley de comunicación.

En el mes de febrero de 2014 se elegirán alcaldes, prefectos, concejales municipales, consejeros provinciales y demás dignidades seccionales.

Fuentes: LATIN FOCUS CONSENSUS FORECAST, Enero 2014; CIFRAS ECONOMICAS DEL ECUADOR, Banco Central del Ecuador (Enero 2013); INEC; INFORME ECONÓMICO y COMERCIAL, Oficina Económica y Comercial de España, Noviembre 2013;



2. Resultados Beiersdorf S.A Ecuador

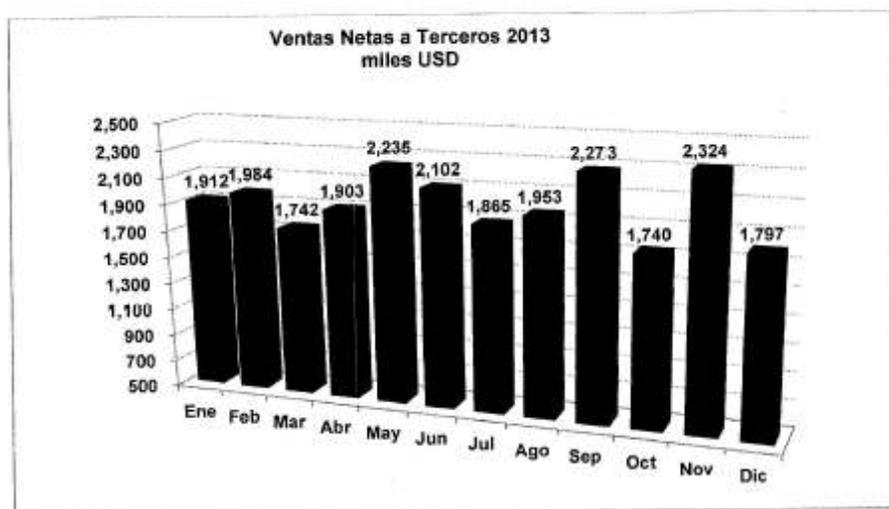
2.1. Desarrollo de las Ventas y Clientes

El inicio del año 2013 representó cierto riesgo por los altos niveles de inventario que mantuvieron dos clientes a finales del año 2012. A pesar de esto, logramos un crecimiento de 5.8% en el primer trimestre en las ventas netas.

En el segundo trimestre hubo una buena recuperación alcanzando un crecimiento de 15.7% versus el mismo período del año pasado, principalmente sustentado en las ventas de la temporada promocional del Día de la Madre, Día del Padre y por el lanzamiento de NIVEA Deo Stress Protect.

En el tercer trimestre el evento más importante fue que el cliente Corporación El Rosado S. A. decidió unilateralmente cancelar las compras de nuestros productos a partir del 20 de agosto debido a que no logramos un acuerdo con respecto a condiciones comerciales. En consecuencia, en los siguientes trimestres se evidenció este efecto y por lo tanto los crecimientos fueron -1% en el tercer trimestre y -4.2% en el cuarto trimestre comparado con los mismos periodos del año pasado

Las Ventas Netas a Terceros de la compañía totalizaron 23.8 millones de dólares y crecieron 3.7% versus el año pasado.



El 2013 no fue un muy buen año para el Canal de distribución Moderno que comprende Cadenas de Supermercados, Cadenas de Farmacias y Tiendas Departamentales, ya que decreció 2.2% vs. el año 2012. Este comportamiento estuvo principalmente afectado por reducción de niveles de inventario en el cliente número uno, Grupo Farcomed y a que el cliente Corporación El Rosado S.A. decidió suspender las compras de nuestros productos.

Los clientes del Canal de Distribuidores tuvieron un comportamiento bastante positivo con tasas de crecimiento muy relevantes llevando a este canal de distribución a crecer 14.3%, salvo el caso de Ecuaquímica que decreció 6.1% vs. el año pasado.

El detalle del comportamiento de los clientes locales se presenta a continuación:

Rk	Cliente	2012 miles USD	2013 miles USD	desarrollo (en %)
1	GRUPO FYBECA	6,459	6,190	-4.2
2	CORPORACION FAVORITA C.A.	4,742	5,214	10.0
3	DIFARE S.A.	2,011	2,462	22.4
4	QUIFATEX S.A.	1,670	1,923	15.2
5	GRUPO FARMAENLACE	1,361	1,739	27.8
6	ECUAQUIMICA	1,678	1,576	-6.1
7	ALMACENES DE PRATI S.A.	722	994	37.8
8	CORPORACION EL ROSADO S.A.	1,657	802	-51.6
9	ALMACENES TIA	637	717	12.6
10	MEGA SANTA MARIA	572	548	-4.2
11	ARMUJOS ROMERO CIA. LTDA.	380	443	16.8
12	SUMELAB	249	287	15.1
13	GERARDO ORTIZ E HIJOS CIA. LTDA.	259	285	10.2
14	MODESTO CASAJOANA CIA. LTDA.	266	281	5.9
15	IMPORTADORA SHINGS TRADING S.A.	117	188	60.3
16	IMPORTACIONES SELECTAS	102	142	38.6
17	DIST. JUAN DE LA CRUZ S.C.C	84	19	-77.5
18	ADISA	22	13	-42.2
Total Ventas Netas a Terceros		22,984	23,824	3.7
	Exportaciones	123	47	-61.8
Total Ventas Netas ECUADOR		23,107	23,871	3.3

2.2. Desarrollo de las Marcas

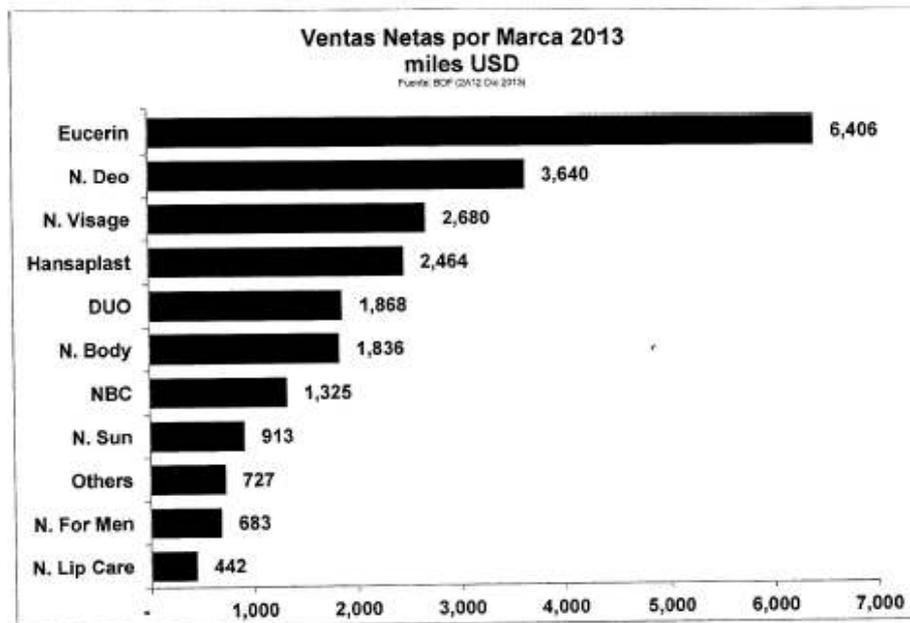
El año 2013 fue excelente en ventas para pocas marcas, entre ellas NIVEA Deo (+16%) por el desempeño de las líneas de Silver Protect, Aclarado, Invisible – B&W y por el lanzamiento de Stress Protect. Adicional debemos mencionar los esfuerzos realizados en punto de venta. Igualmente Eucerin tuvo un crecimiento relevante del 22% empujado por la línea de Anti-edad (+49%) y la línea de Protección Solar (+24%). Finalmente, entre las marcas de buen crecimiento está NIVEA Lip Care (+14%).

Las ventas de otras marcas como NIVEA Visage (-3.3%), Body (+0.2%), For Men (-10.6%) fueron afectadas por los altos inventarios del cliente Grupo Farcomed a inicios del año, a un plan de reestructuración de su portafolio y a lo sucedido con Corporación El Rosado.

NIVEA Sun tuvo problemas en sus ventas por la falta de inventario de varias referencias y a que las actividades y estrategia de ventas implementadas durante la temporada de verano de la región costa (enero a abril 2013) no dieron los resultados esperados.

La marca Hansaplast decreció 10% (en ventas) debido a la falta de registro sanitario para la venta de dos presentaciones de algodón (Pomitos y Cuadritos).

Las ventas de las demás marcas estuvieron en el mismo nivel del año pasado.



2.3. Resultados Financieros

Los presentes estados financieros de la Compañía al 31 de diciembre de 2013, han sido preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF, emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés).

2.3.1. Estado de Resultados (Anexo No. 1)

Los **Ingresos de Actividades ordinarias** (Venta Neta a Terceros y Exportaciones) alcanzaron la cifra de USD 23,871 mil, lo que significó un crecimiento de 3.3%.

La Utilidad Bruta aumentó en 4.3pp de 62.4% en 2012 a 66.7% en 2013 debido a una disminución en los costos de importación, eficiencias en Rebates y a ahorros generados en Varianzas.

Los Gastos Operativos crecieron 7.3% vs. 2012, dentro de los cuales los Gastos Administrativos decrecieron 12.7% y los Gastos de Ventas crecieron 9.1% comparado con el resultado de 2012.

Como parte integrante del rubro Gastos de Venta, el presupuesto de Marketing tuvo un crecimiento de 8.0%. La inversión en medios masivos tuvo un incremento de 25.7% y el presupuesto destinado para otras actividades decreció 12.4%. Las Regalía se incrementaron en el mismo porcentaje de la venta, 3.3%, alcanzando un valor en 2013 de USD 1,430 mil.

La Utilidad antes de Impuesto a la Renta creció 22.7% pasando de USD 3,043 mil a USD 3,723 mil. Esto se vio principalmente impulsado por la mejora en la Utilidad Bruta.

El Impuesto a la Renta pasó de USD 708 mil en 2012 a USD 808 mil en 2013, lo que significó un crecimiento de 14.1%.

Por lo tanto, la Utilidad Básica por Acción para el 2013 es de 1.64 frente al 2012 que fue de 1.30.

2.3.2. Estados de Situación Financiera (Anexo No. 2 y 3)

El total de Activos presenta un incremento del 3.6%, se debe principalmente al incremento de Efectivo/Equivalente (+42%). Las Cuentas por Cobrar se mantienen casi en el mismo nivel del año 2012 con un valor de USD 4,729 mil en 2013. Debido a la política para mejorar indicadores de Supply Chain, los Inventarios Netos se redujeron a USD 2,327 mil (-8% vs 2012).

El Pasivo Corriente se redujo en 8% pasando de USD 4,720 mil en 2012 a US\$ 4,340 mil en 2013. La cuenta de Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar se redujo en 31.8% alcanzando un valor de USD 1,426 mil. Los otros rubros que hacen parte del Pasivo Corriente se incrementan por encima del 10% si los comparamos con el 2012.

El Patrimonio Neto aumentó 14.6% afectado principalmente por el incremento de utilidades retenidas que incrementaron en el mismo porcentaje.

En resumen, el Pasivo y Patrimonio Neto creció 35.5%

3. Planes para 2014

Debido a las nuevas normas para importar productos cosméticos de acuerdo a la Resolución No. 116 del Comité de Comercio Exterior, al Reglamento Técnico RTE INEN 093 y al convenio firmado con el Ministerio de Industrias y Productividad para reducir nuestras importaciones en un 25% del promedio importado entre los años 2012 y 2013, deberemos ajustar nuestras estrategias de promoción y ventas con la finalidad de ser mucho más eficientes y proteger la rentabilidad.

Esto también nos obligará a explorar nuevas alternativas para recuperar parte de lo que no podemos importar. Una de ellas es la de buscar fabricación local para algunos productos. Para ello buscaremos el soporte del equipo de Supply Chain de nuestra región (MU Northern Cone).

A pesar de lo mencionado anteriormente seguiremos con la estrategia de la compañía, **Somos Cuidado de la Piel y Somos Cercanos a los Mercados**. Debemos trabajar muy focalizados con nuestras marcas NIVEA Visage, Body, Deo, Sun, Lip Care y Eucerin.

Finalmente hay que mencionar que en el 2014 saldremos al aire por primera vez con comerciales de televisión producidos en nuestro país. Esto debido a la nueva Ley de Comunicación que tramitó y aprobó la Asamblea Nacional, la cual exige que toda la publicidad que se difunda en nuestro país deba ser producida localmente. Así damos fiel cumplimiento a la normativa ecuatoriana.

Quito, 25 de Marzo de 2014

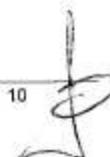


JORGE OSWALDO DE LA TORRE NEIRA
Gerente Comercial - Representante Legal

Anexo No. 1

Estados de resultados integrales
 Por los años terminados el 31 de diciembre de 2013 y 2012
 Expresados en miles de Dólares de E.U.A.

	Al 31 de diciembre de	
	2013	2012
Ingresos de actividades ordinarias	23,871	23,107
Costo de ventas	(7,947)	(8,680)
Utilidad bruta	15,924	14,427
Gastos operativos		
Gastos de venta	(11,316)	(10,371)
Gastos de administración	(815)	(933)
	(12,131)	(11,305)
Utilidad en operación	3,793	3,122
Ingresos Financieros	1	2
Otros ingresos	140	154
Gastos Financieros	(209)	(243)
Otros gastos	(2)	(2)
Utilidad antes de impuesto a la renta	3,723	3,034
Impuesto a la renta	(808)	(708)
Utilidad el año	2,915	2,326
Otro resultado integral del año:		
Ganancia (pérdida) actuarial	6	(6)
Resultados integrales del año, neto de impuestos	2,921	2,320
Utilidad por acción básica	1.64	1.30



Anexo No. 2

Estados de situación financiera
Al 31 de diciembre de 2013 y 2012
Expresados en miles de Dólares de E.U.A.

	Al 31 de diciembre de	
	2013	2012
Activos		
Activos corrientes:		
Efectivo y equivalente de efectivo	2,209	1,555
Deudores comerciales neto	4,729	4,748
Otras cuentas por cobrar neto	22	41
Impuestos por cobrar	-	19
Cuentas por cobrar a compañías relacionadas	8	33
Inventarios neto	2,327	2,527
Total activos corrientes:	9,295	8,921
Activos no corrientes:		
Propiedad, equipo, mobiliario y vehículos neto	721	742
Activos por impuestos diferidos	104	110
Total activos no corrientes:	825	852
Total activos	10,120	9,773



Anexo No. 3

Estados de situación financiera

Al 31 de diciembre de 2013 y 2012

Expresados en miles de Dólares de E.U.A.

	Al 31 de diciembre de	
	2013	2012
Pasivos y patrimonio neto		
Pasivos corrientes:		
Acreeedores comerciales y otras cuentas por pagar	1,426	2,091
Cuentas por pagar a compañías relacionadas	1,127	1,069
Beneficios a empleados	791	688
Provisiones	250	216
Impuestos por pagar	746	656
Total pasivos corrientes:	4,340	4,720
Pasivos no corrientes:		
Obligaciones por beneficio a empleados	155	146
Total pasivos no corrientes:	155	146
Total pasivos	4,496	4,866
Patrimonio neto:		
Capital emitido	1,783	1,783
Utilidades Retenidas	3,841	3,124
Total patrimonio neto	5,624	4,907
Total pasivo y patrimonio neto	10,120	9,773

