ZaiMELLA
DEL ECUADOR S.A

Fábrica de Pañales Desechables y Cosmética Infantil

33019

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
11 MAYO 2010
OPERADOR 20
QUITO

INFORME DEL PRESIDENTE A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS DE LA COMPAÑIA ZAIMELLA DEL ECUADOR S.A.

Señores Accionistas:

De conformidad con las normas legales pertinentes y la Resolución de la Superintendencia de Compañías número 13 publicada en el R.O. 44 de 13 de octubre de 1992, que contiene el reglamento de informes anuales de administradores a Juntas Generales, tengo a bien presentar a vuestra consideración el informe anual de actividades de la empresa Zaimella del Ecuador S.A., que recoge el cumplimiento de todas las disposiciones emanadas de la Junta General de Accionistas y del Directorio de la empresa, así como las recomendaciones que hago para mantener la solidez de la empresa, su rentabilidad, su contribución a la sociedad y su crecimiento sustentable en el largo plazo.

ASPECTOS FINANCIEROS

Conforme consta de los balances y demás información financiera que se han puesto en conocimiento de los señores Accionistas, la compañía, durante el ejercicio económico correspondiente al año 2.009, ha continuado su crecimiento y su consolidación tal como lo ha venido haciendo durante los años precedentes. A continuación un extracto de los principales rubros, los comentarios de la presidencia y las recomendaciones pertinentes:

Resultados

Las ventas netas alcanzaron US$ 38.569 mil, presentando un incremento de casi 14% en relación con el año anterior. El margen de utilidad y los gastos de ventas se mantuvieron en los mismos niveles que los del año pasado, mientras que los gastos administrativos subieron en un 77%, principalmente por el incremento de los gastos ocasionados por la mudanza de la planta industrial y de las oficinas, cuya cifra superó el millón de dólares.

La utilidad neta correspondiente a este ejercicio fue de US$ 2.556 mil, es decir 8.2% más que la del año anterior.

Durante este año se vendieron las instalaciones y los galpones donde operaba nuestra anterior planta industrial, lo cual generó una utilidad ocasional extraordinaria de US$330 mil. Otra utilidad digna de ser destacada es la producida por nuestra filial en Venezuela, Zaimella de Venezuela, por US$ 228 mil.

Activo

El Activo total cerró en US$ 33.003 mil manteniéndose en niveles muy similares a los del año pasado.

La mudanza y el cierre de la planta durante las dos últimas semanas del año, hizo que diminuyamos los niveles de inventarios en un 22%.

La cartera de crédito se mantiene en niveles superiores a los US$ 6 millones, lo cual representa un incremento del 17% con respecto al año anterior. Este incremento esta perfectamente alineado al incremento de las ventas. La cartera es de excelente calidad y esta representada por deudas de empresas de gran prestigio y muy buen record de pagos. La cartera vencida mayor a 30 días es de US$ 359 mil, lo cual no supera el 6% del total de la misma. La empresa mantiene en cobertura, una provisión para incobrables de US$ 147 mil.

La diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente, comúnmente identificada como el capital de trabajo de la empresa, alcanza muy buenos niveles, con un monto de US$ 3.472 mil.

Pasivo y Patrimonio

El Pasivo Total presentó una disminución de US$ 2.079 mil (10%) al pasar de US$ 20.710 mil en el 2008 a US$ 18.632 mil en el 2009.
El rubro que presentó una mayor disminución es proveedores con US$ 1.340 mil.
Con la emisión de obligaciones por US$ 4.000.000, a 4 años plazo, a partir del segundo semestre del 2009, se logró reestructurar el pasivo de la empresa. El de largo plazo se incrementa en US$ 1.374, respecto al 2008; y el de corto plazo disminuye en igual medida aproximadamente.

El patrimonio presenta un incremento del 19,4% en relación con el año anterior, al pasar de US$ 12.035 mil a US$ 14.372 mil.
El capital pagado pasó de US$ 7.732 mil en el 2008 a US$ 9.639 mil en el 2009, producto de la capitalización de utilidades instrumentada por US$ 1.907 mil.

Indicadores Financieros

Con la información indicada en el punto anterior, se presenta a continuación los principales indicadores financieros de la empresa:

LIQUIDEZ		dic-08	Dic-09
Razón Corriente	veces	1,06	1,30
Razón Acida	veces	0,55	0,78
Capital de trabajo	US.$ miles	868	3.471
Ebitda	US.$ miles	5.314	5.883
Ventas/Ebitda	veces	6,37	6,56
ENDEUDAMIENTO			
Solidez	veces	0,63	0,56
Endeudamiento	veces	1,72	1,30
Endeudamiento Financiero	veces	0,31	0,27
Índice de propiedad	veces	0,37	0,44
RENDIMIENTO			
Rentabilidad Operacional	%	13,11%	11,73%
Rentabilidad del patrimonio (ROE)	%	27,3%	21,2%
Utilidad por Acción	US.$ miles	0,31	0,27
Tasa de retorno activo total	%	7,22%	7,75%
Tasa de rotación activo total	veces	1,03	1,17
PRODUCTIVIDAD			
Rotación de Activos Fijos	veces	2,26	2,39
Rentabilidad de Activos Fijos	%	15,76%	15,82%
RESGUARDOS EMISION DE OBLIGACIONES			
Indicador de Liquidez	>= 1,2	4,30	2,71
Indicador de Solvencia	<= 4,0	3,90	3,04

Cumplimiento del Presupuesto

El presupuesto trazado para el 2009 se cumplió de la siguiente manera:

Ventas	97,2%
Margen de utilidad operacional en ventas	105,6%
Gastos de Operación	110,1%
Utilidad después de 15% de trabajadores e Impuesto a la renta	127,7%

Emisión de Obligaciones

Con la debida autorización de la Junta de Accionistas, la empresa instrumentó la tercera emisión de obligaciones, la misma fue por US$4.000.000, de los cuales US$ 2.000.000 se emitieron a 3 años y US$ 2.000.000 a 4 años plazo, habiendo obtenido una

calificación "AAA", no solo para esta nueva emisión, sino también para la anteriores, que a la fecha aún seguían vigentes. Con este antecedente y dando cumplimiento a la autorización emitida por el Directorio de la Bolsa de Valores de Quito, a partir del 04 de Mayo del 2009 salió al mercado esta segunda emisión, concluyendo su colocación en menos de 30 días. Considerando la situación de crisis que se vivía en estas fechas en el sistema financiero nacional, vale destacar el prestigio que viene ganando nuestro papel en el mercado. Este se representa por la velocidad de colocación, por la tasa a la que fue colocado y por su calificación "AAA".

INVERSIONES E INFRAESTRUCTURA

Traslado a las nuevas instalaciones

A partir de octubre del 2008, se inició la mudanza a la nueva sede industrial ubicada en la calle Juan de Dios Morales Lote #1 y Panamericana Sur, Sector la Balbina, Amaguaña. El proyecto se dividió en tres fases:

1. Traslado del centro de distribución, la misma arrancó sus operaciones en las nuevas instalaciones el 01 de Octubre del 2008.
2. Traslado de las oficinas Administrativas y Comercial. Inicio Enero del 2009.
3. Traslado del área de manufactura, donde se definió un plan de mudanza para cada una de las líneas de producción, fase que se inició en Enero y concluyó en el mes de Agosto del 2009 con el traslado de la división industrial de cosmética.

Durante este período de transición, la empresa debió manejar dos operaciones paralelas, lo que representó un importante egreso en el rubro de mudanzas, el mismo que fue controlado en todas las fases del proyecto, a fin de optimizar el uso de los recursos. Se ha calculado que la mudanza con todas sus implicaciones significó un gasto de aproximadamente US$ 1.100.000, como se resume en el cuadro adjunto:

	US$
Incidencia en la producción por traslado máquinas	719.291
Gastos generados en la mudanza	107.750
Gastos al mantener doble operación	169.000
Inversiones capitalizadas	95.962
Total	**1.092.003**

La mudanza implicó concentrar todos los esfuerzos del personal a este objetivo, por lo que se vio la necesidad de postergar la instalación de las 3 líneas de producción adquiridas en el 2008. Durante el 2009 únicamente se pudo culminar con la instalación de la máquina para la producción de toallas sanitarias; las dos líneas restantes se terminarán de instalar durante el primer semestre del 2010.

Inversiones realizadas

A inicios del segundo semestre del 2009, se desembolsó el segundo anticipo por US$ 1.000.000 correspondiente a la inversión de una línea de producción para la fabricación de pañales tipo calzón para adultos. Se estima que esta línea estará en nuestras instalaciones durante el segundo semestre del 2010, y se espera arrancar su producción a finales del año. Con esta adquisición la empresa contará con la única línea de producción de protectores desechables de incontinencia tipo calzón en toda Latinoamérica.

Venta de las antiguas instalaciones

A finales del año se concretó la venta de los terrenos y galpones de propiedad de la empresa donde funcionaba anteriormente la planta industrial, así como la estructura y galpones que se construyó en los terrenos aledaños que habíamos arrendado. El producto de esta venta contribuyó a la recuperación del capital de trabajo y a la utilidad del ejercicio.

ASPECTOS COMERCIALES

Como se expuso en la parte financiera, las ventas en el 2009 crecieron respecto al año anterior en casi un 14%, que en dólares representa US$ 4.721.000.
A continuación se muestra la participación en las ventas de cada una de las líneas de negocios de la empresa.

Línea de Negocio	ventas 2009	%
Pañales desechables de Bebe	24.774.756	63%
Incontinencia	6.008.729	16%
Pañitos Húmedos	2.215.996	6%
Cosmética Infantil	3.487.423	9%
Toallas Sanitarias	1.000.112	3%
Industrial	353.830	1%
otros	728.113	2%
	38.568.958	**100%**

Durante el 2009, se hicieron importantes inversiones en mercadeo, publicidad y actividades BTL, las mismas que buscan afianzar el posicionamiento de todas nuestro portafolio de marcas.

Nuevos Lanzamientos :

- **Protección femenina Maternity**:
  - Como extensión de línea, con la marca *Maternity Anatómica*, se saca al mercado una novedosa toalla sanitaria, especialmente diseñada para fuljo abundante que incluye un pañito húmedo individualmente empacado y adherido a cada toalla. Esta solución además de ofrecer protección, brinda higiene personal con la practicidad del empaque. El producto ha tenido gran acogida y su crecimiento se esta afianzando. En esta misma línea se incorporan los siguientes lanzamientos
  - Nueva *Maternity Normal* con alas y sin alas.
  - Incorporación de cinta siliconada en Maxi Maternity.
- **Pañitos Humedos**:
  - Lanzamiento de línea de toallitas húmedas *Panolini Aloe* en presentaciones x24, x48, x100, x144 (tripack).
  - Lanzamiento de toallitas húmedas *Panolini Baby Splash*.
  - Fabricación de pañitos húmedos Supermaxi x100.
  - Fabricación de toallitas húmedas Supermaxi x80.
  - Incorporación de tapa plástica en algunos productos flow pack.
- **Papel Higiénico Húmedo Pompifresh**: Nueva caja dispensadora para el baño.
- **Cosmética infantil Para mi bebé y otros**:
  - Cambio de imagen PMB.
    - Etiquetas: se cambió el diseño y material en toda nuestra línea.
    - Cambio en coloración de tapas flip top a tipo nacarado
  - Nuevo Talco de 100g
  - Nuevo Talco de 300g
  - Jabón y Crema Miel y Avena, cambio y mejora de fragancia.
  - Jabón Líquido: cambio y mejora de tapa dosificadora.
  - Quíntuple y Trío Flex: mejora de empaque, nuevo estuche con cierre.
  - Aceite 50ml, cambio de tapa a tipo flip top.
  - Shampoo marca Supermaxi 400 y 800ml.
- **Línea de Incontinencia adulta**:
  - Incorporación de cubierta tipo tela y mejora de absorción en Prudential Total
  - Incorporación de barreras antiderrame en Prudential Confort
  - Mejora de frontal y sello de barreras.

Se sigue trabajando en el desarrollo y fortalecimiento de todo el portafolio de marcas de la empresa. En este punto vale indicar que se termina el año 2009 con el liderazgo de varias de nuestras marcas en sus diferentes segmentos en las que participan. A decir:

- **Prudential:** Líderes en la categoría de incontinencia
- **Pompis:** Líderes en la categoría de pañales desechables de bebés en el segmento económico.
- **Pompifresh:** Líderes en la categoría de papel higiénico húmedo
- **Maternity:** líderes en la categoría de toallas post parto.

- **Pañaleras Pototín:** Cadena líder en la comercialización de pañales desechables y productos afines.

Las marcas **Panolini** y **Para mi bebé** se afianzan en un sólido segundo lugar en el mercado nacional y la marca Maternity busca expandirse a nuevas categorías

Los canales de distribución se siguen consolidando mediante la estrategia iniciada hace 4 años, en la cual concentramos nuestra energía en clientes grandes y nos apoyamos en distribuidores nacionales y regionales. A decir:

- *Distribuidores Nacionales (Disna)*: Se fortalece la relación con las empresas Ecuaquimica, Pydaco, Quifatex y DIFARE. Se destaca el notable crecimiento de Pydaco y DIFARE.
- *Distribuidores Regionales (Disre)*: Se consolida la conformación de distribuidores locales y especializados en las principales regiones del país.
- *Autoservicios* : Las cadenas de autoservicios mantienen un crecimiento importante de nuestros productos y las relaciones comerciales con ellos se siguen fortaleciendo. Seguimos ganando espacios en sus perchas y cada vez más nos incorporan en la lista de sus principales proveedores nacionales.
- *Cadena de Tiendas Pototin* : Al cierre del año 2009 la cadena de tiendas sigue creciendo, alcanzando 149 puntos de venta a nivel nacional y una cobertura de 79 poblaciones en casi todas las provincias del país. Todos nuestros productos y marcas han sido los principales beneficiados de este crecimiento y de la gran cobertura que esta logrando la cadena.

A continuación se incluye información sobre la participación de los canales de distribución en las ventas totales.

Canales de Distribución	ventas 2009	%
Distribuidores	15.380.403	40%
Cadena de Franquicias	8.374.109	22%
Autoservicios	8.315.159	21%
Clientes del Exterior	6.251.177	16%
Industrial	248.109	1%
	38.568.958	**100%**

ZaiMELLA
DEL ECUADOR S.A.

Fábrica de Pañales Desechables y Cosmética Infantil

CONTRIBUCION A LA SOCIEDAD

Programa de *Sensibilidad Social Sustentable*

En el 2009 la empresa continuó activamente en su proyecto de Sensibilidad Social Sustentable, manteniendo el lema que le ha permitido enfocarse de manera adecuada: ***"No regalar el pez, sino enseñarles a pescar y ser los principales compradores de su pesca"***

Se ha podido percibir el enorme impacto que se produce cuando se generan mecanismos competitivos de generación de ingresos en la sociedad, y sobre todo, cuando estos son sustentables en el largo plazo. Zaimella esta convencida de que este modelo ofrece oportunidades más que ayuda, ofrece deseos de auto crecimiento más que limosna, ofrece largo plazo más que ayuda circunstancial, desarrolla el autoestima de la gente más que personas agradecidas a la dependencia de una donación. Esta última se ve fácilmente extinguida cuando los mercados se restringen y cuando la situación económica del país o de la empresa se complica. Sabemos todos que la ayuda social encabeza la lista de recortes en estos momentos. El nuestro es un modelo de interdependencia no de dependencia.

A continuación algunos ejemplos donde se esta aplicando este programa de *Sensibilidad Social Sustentable:*

- Se consolidó nuestro apoyo al Orfanato Vicente de Paúl y a la Guardería Cristo de Miravalle, mediante un convenio para instalar laboratorios de calidad en estas instalaciones.
- Se sigue dando mucho impulso a las caravanas en pueblos y ciudades del interior del país, así como al programa ruta colegial.
- Se incrementó los franquiciados, creciendo de esta manera el número de microempresarios en el país. Estos a su vez generan empleo para otras personas, apoyando la posibilidad de tener un trabajo digno, estable y que genere desarrollo
- a toda la familia. En este año se abrieron 21 nuevas franquicias en la cadena de tiendas Pototin.
- En este año se inició la coordinación con la Fundación General Ecuatoriana para establecer un mecanismo de colaboración mutua, a través de la generación de empleo para los integrantes de esta fundación que son niños, jóvenes y adultos con síndrome de Down. La idea es contratarles el trabajo de colocación de un pañito húmedo individualmente empacado en sachets, a las toallas sanitarias Maternity Anatómica.

- Al estar ubicada la nueva planta industrial en el sector de Amaguaña, la empresa ha contribuido de manera importante a mejorar la calidad de vida de sus habitantes; a través de la generación de alumbrado público en el sector donde está ubicada la planta, mejoras en las vías de acceso, presencia de guardias de seguridad durante 24 horas todos los días.

- Hemos dado prioridad en la contratación de nuevos empleados a los habitantes del sector y así ocupar las nuevas posiciones vacantes que se han presentado en la empresa. En el 2009 incorporamos a 40 nuevos empleados que viven en el sector.

- Se mantiene actualizado el video institucional en el que se resaltan todas estas actividades. Ver Sensibilidad Social Sustentable en el website de la empresa, www.zaimella.com

- Zaimella durante el 2009 generó empleo para aproximadamente 400 empleados, 44 más que el año pasado. La empresa pagó en el año por concepto de sueldos, aportes y beneficios sociales, aproximadamente US$ 5.200.000 y US$ 505.975 por concepto de participación de trabajadores en el 15% de las utilidades de la empresa.

- Durante el 2009 se adquirieron productos y servicios a proveedores nacionales por mas de 6 millones de dólares, generando un importante actividad empresarial derivada de requerimientos complementarios de su actividad industrial y comercial.

- El cumplimiento puntual de sus obligaciones con el fisco y con todas las instituciones del estado, incluyendo la seguridad social, son definitivamente maneras efectivas de demostrar con cifras la contribución de la empresa al desarrollo nacional.

	2007	2008	2009
CUMPLIMIENTO CON EL SRI	**4.036.753**	**4.591.672**	**5.349.853**
IMPUESTO A LA RENTA PAGADO	378.123	486.678	431.389
GENERACION DEL 12% IVA EN VENTAS	2.710.615	3.355.946	3.940.351
RETENCIONES REALIZADAS EN COMPRAS	948.015	749.048	978.113

Rubro	Institución	2009
PAGO APORTES	IESS	700.000
PAGO CONTRIBUCION	Superintendencia de Cias	20.000
PAGO IMPUESTOS	Municipio	39.000
		759.000

SITUACIONES EXTERNAS QUE AFECTARON LA MARCHA [illegible]

Incremento de Aranceles y aplicación de cupos a las importaciones.
En enero del 2009 el Gobierno Nacional, a fin de enfrentar la crisis financiera mundial y la reducción de ingresos por la caída de los precios del petróleo, dispone disminuir la salida de divisas por importaciones, a través del establecimiento de cupos y aranceles a una canasta de mas de 700 productos importados, entre los que estaban los producidos por nuestra empresa, es decir pañales desechables, toallas sanitarias y cosmética en general. Este cupo pretendía restringir las importaciones al 70% de lo importado durante el 2008. Por otro lado, a partir del mes de Junio del 2009, el gobierno fijó también aranceles a los países miembros de Comunidad Andina de Naciones (CAN) y en mayor grado a Colombia.

Inicialmente la medida tomada suponía que para los productores nacionales, esta representaba una excelente oportunidad de incrementar sus ventas en el 30% que el resto de empresas dejarían de importar; y por otro lado, a partir de Junio del 2009, al incorporarse aranceles a los países de la CAN, se esperaba que los productos importados incrementen el precio y esto conlleve a una oportunidad para incrementar las ventas de los productos nacionales al ser más competitivos en precios.

De acuerdo a la información oficial que pudimos recabar correspondiente al año 2008, aproximadamente el 50% de los productos que compiten con los producidos por nosotros son importados de Colombia y Perú. Las medidas tomadas no tuvieron el efecto esperado en nuestro rubro principal de pañales de bebés, básicamente por lo siguiente:

1. La medida fue anunciada con mucha anticipación y su implementación se postergó hasta el 23 de enero del 2009. Esto permitió que la competencia anticipara grandes volúmenes de importación y elevara de manera considerable sus inventarios, pudiendo abastecer el mercado normalmente durante todo el primer semestre del año.
2. La competencia (Kimberly Clark y Familia) que importaba principalmente desde Colombia, apresuró la instalación de líneas de producción de pañales para bebés, pañitos húmedos y toallas sanitarias en el país, y éstas entraron en operación en el segundo semestre del año.
3. Los pañales desechables para bebé importados, atienden los segmentos Premium y de Conveniencia alta, segmentos donde los productos de Zaimella aún tienen poca participación.

Sin embargo, en los rubros de pañales de adultos y en cosmética infantil se pudo aprovechar esta oportunidad y el crecimientos en estas 2 líneas de negocio fue muy notorio.

Crisis de Liquidez en el Sistema Financiero. A partir del mes de Noviembre del 2008, la crisis financiera mundial tuvo importantes efectos en la liquidez del sistema financiero nacional. Los bancos suspendieron casi totalmente las operaciones de financiamiento y el crédito de largo plazo se cerró completamente. Las líneas de crédito con las que contaba la empresa para financiar el capital de trabajo necesario para mantener su ritmo normal de importaciones de materias primas, fueron reducidas de manera preocupante. El Citibank, banco con quien manteníamos una importante actividad crediticia, afectado mundialmente por la crisis, se vio obligado a suspender el otorgamiento de nuevos créditos. El Lloyds Bank y Produbanco nos siguieron apoyando, pero con grandes restricciones.

Para mitigar este efecto, la empresa trabajó en tres frentes de manera proactiva:

1. Se capitalizó casi US$ 2.000.000 de las utilidades obtenidas durante el 2008.
2. A finales del año 2008 y previendo un difícil e ilíquido año 2009, se hizo una inyección de capital fresco por US$ 1.000.000 por parte de los accionistas. Esto financió de manera importante parte del déficit que se generaría con la escasez de crédito a la que nos enfrentábamos.
3. La calificación "AAA" obtenida por la empresa, nos permitió acceder al mercado de valores, a través de la Bolsa, y en el primer semestre del año se pudo colocar una emisión de obligaciones, a 4 años plazo, por US$ 4.000.000 que tuvo muy buena acogida en el mercado. Afortunadamente la empresa ya cuenta con herramientas que nos permiten no depender 100% del crédito bancario.

Adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF

En cumplimiento a las disposiciones de la Superintendencia de Compañías, la empresa, a partir de febrero del 2009, comenzó el proyecto para la adopción de las

NIIF, cumpliendo con todos los requerimientos solicitados durante el 2009, se estima terminar este proyecto el primer semestre del 2010.

Con estas disposiciones, la empresa deberá, a partir del 01 de Enero del 2010, presentar la información contable bajo la Normas Internacionales de Información Financiera.

ASPECTOS SOCIETARIOS

Capitalización de Utilidades. Con fecha 21 de Julio del 2009, la Superintendencia de Compañías aprobó el incremento de capital por US$ 1.906.500, producto de la capitalización de utilidades generadas en el año 2008. Con este nuevo incremento, el capital social de la empresa, al cierre del 2009, es de US$ 9.638.888.
Con la capitalización de sus utilidades la empresa consigue fortalecer su patrimonio, y por otro lado, acogerse a la reducción del 10% en el pago del impuesto a la renta, valiéndonos del beneficio que otorga la ley a las empresas que reinvierten sus utilidades en bienes de capital durante el año.

Hechos Legales más relevantes. Durante el presente año no se han producido situaciones de orden legal que afecten al funcionamiento de la compañía. Se continúa adelante con los trámites judiciales que han venido siendo ventilados en los juzgados desde los ejercicios económicos anteriores, los mismos que no representan situaciones de riesgo para la empresa.

PROPIEDAD INTELECTUAL

La compañía ha cumplido estrictamente con las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor. Cabe señalar que en todos los contratos que suscribe la empresa y que tienen relación con posibles derechos de propiedad intelectual y derechos de autor, se ha cuidado que dichos derechos queden protegidos a favor de la empresa, dentro de las normas y leyes correspondientes.
Al finalizar el 2009 la empresa cuenta con aproximadamente 652 licencias de software adquiridas, como se detalla a continuación:

Software	Total
Windows	246
Kaspersky	148
Exchange	110
Office	76
Bpcs	20
Citrix	15
Project	9
MP	5
Visio	4
Crystal	3
Inventor	3
ilustrator	2
ISA	2
Oracle (*)	2
photoshop	2
Visual	2
Developer	1
Dreamweaver	1
Wmware	1
Total general	**652**

(*) lincencias adquiridas por procesador para usuarios ilimitados.

Con el fin de garantizar el adecuado uso de software por todos los empleados de la empresa y contar con la seguridad de un correcto licenciamiento del mismo; conjuntamente con el área de sistemas se han definido estrictas políticas y mecanismos adecuados de control, de los que mencionamos:

- Auditorias internas anuales con revisiones periódicas en los mantenimientos.
- Contratación de empresas especializadas que realizan auditorías de software en nuestras instalaciones, lo que nos permite confrontar con las auditorías interna
- que realizamos y evitar de esta manera tener incongruencias y asegurarnos que los datos obtenidos son los correctos.
- Cuando se incorpora un nuevo colaborador a la empresa, se le proporciona un computador que tiene instalado un cierto número de aplicativos de acuerdo a las funciones que vaya a desempeñar; el equipo es revisado y de inmediato se firma una aceptación y acuerdo, que entre otras cosas, sirve como compromiso de respetar el software instalado y la restricción de que pueda instalar software alguno sin autorización.

- Al momento de la adquisición de un equipo nuevo se valida que existan las licencias necesarias, caso contrario se adquiere el equipo con las respectivas licencias.
- Actualmente está en marcha el proyecto para la implementación de una herramienta automática que nos permite realizar auditorías a tiempo real y en línea, llevar el control de licencias y software instalado en cada una de los equipos de la compañía y emitir alarmas al instante en caso de instalación de software indebido, entre otros beneficios. Con esto garantizaremos que cada uno de los colaboradores cumplan con las disposiciones internas en esta materia.

ASPECTOS ESTRATEGICOS

A finales del 2009 se revisó la estrategia general de la empresa, definiendo un nuevo plan estratégico a 3 años plazo, cuya vigencia se inicia en el año 2010. A continuación se resumen los aspectos principales:

El foco principal para los próximos 3 años siguientes se orientará a **Rentabilizar las inversiones realizadas**. Para el logro de esta estrategia hemos identificado 8 áreas que se alinean perfectamente a la estrategia central seleccionada. Para cada una de estas áreas definiremos planes de acción específicos:

1. Estabilizar y estandarizar la operación de abastecimiento.
2. Estabilizar el proceso productivo y la calidad.
3. Impulsar el crecimiento de las exportaciones.
4. Continuar la estrategia comercial y de marcas con las metodologías que venimos aplicando.
5. Desarrollar una estrategia para impulsar el desarrollo del recurso humano.
6. Cuestionar y desarrollar la estrategia comercial de la Cadena de tiendas Pototin y ponerla en ejecución.
7. Gestión del conocimiento (ADN).
8. Implementar una herramienta que nos permita mejorar nuestros procesos de selección, ejecución y administración efectiva de proyectos

Los grandes objetivos que se desean alcanzar con la estrategia planteada son :

- Para el año **2011**, alcanzar 200 Pañaleras Pototin en Ecuador.
- Para el año **2012**, mejorar los índices de ventas y rentabilidad sobre activos fijos totales.
- Para el año **2012**, cumplir con el objetivo de las estrategias de mercadeo y ventas de las marcas Panolini, Pompis, Para mi Bebé, Prudential, Pompifresh y Maternity.

- Al terminar el año **2015,** alcanzar ventas de exportación por mas de 20 millones de dólares anuales.

Complementario a lo anterior, es importante continuar con el plan de prevención y protección definido el año anterior, frente a la repercusión en el país de la crisis económica mundial; el mencionado plan fue enfocado en 6 áreas específicas:

1. **Nuestras Marcas**: Continuar el fortalecimiento de nuestras marcas, porque estas son el motor que impulsa nuestras ventas.
2. **Distribución:** Fortalecer los canales de distribución y desarrollar alianzas de largo plazo con nuestros clientes principales. Enfoque al cumplimiento de pedidos y al buen servicio, así como al crecimiento del canal de tiendas.
3. **Bajos costos y gastos:** mantener nuestra política de austeridad y control de gastos. Ser eficientes en los procesos de manufactura y logística para alcanzar mejores niveles de costos de producción y minimizar los incumplimientos de pedidos. Utilizar toda la nueva infraestructura de nuestra nueva planta industrial y de todas las inversiones hechas en tecnologías, para bajar nuestros costos operativos y alcanzar un mejor y más efectivo manejo de los inventarios.
4. **Gente:** Nuestra gente nos preocupa y son parte principal y esencial de nuestra organización. Queremos que hagan una carrera profesional en Zaimella y su desarrollo personal y profesional es parte de nuestros objetivos y de nuestras prioridades. Se dará más énfasis a crecer junto a nuestro personal y a mantenerlo siempre involucrado y comprometido con este crecimiento. Debemos mejorar la comunicación con ellos.
5. **Liquidez:** Se debe mantener la excelente relación con las instituciones financieras que nos vienen apoyando. Seguir impulsando la emisión de obligaciones y su colocación a través de la Bolsa de Valores. Se debe dar más importancia al financiamiento de largo plazo y para ello deben priorizarse las gestiones con instituciones financieras que otorguen créditos de largo plazo.
6. **Autoridades del Gobierno:** Zaimella se seguirá manteniendo al margen de cualquier participación o identificación política, sin embargo ha decidido ser parte de la solución y no del problema. Si es requerida su participación en programas de apoyo y ayuda que beneficien al país, especialmente en la generación de empleo, lo hará con entusiasmo y sin ningún interés de por medio. Cuidará mucho no vincularse a ninguna actividad política que pueda identificarse aliada a algún partido político, y toda su intención será siempre en apoyo al crecimiento y mejoramiento de la calidad de vida de los ecuatorianos y a la generación de nuevos empleos.

PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE LAS UTILIDADES

Con la finalidad de fortalecer la capacidad económica de la compañía con miras a los proyectos de desarrollo y crecimiento a implementarse en el ejercicio económico del año 2.010, someto a consideración de la Junta General la propuesta sobre el destino de las utilidades:

US$ 2.300.651 dólares a ser capitalizados, con lo que el capital de la empresa se situaría en US$ 11.939.539,00.

ZaiMELLA
DEL ECUADOR S.A.

Fábrica de Pañales Desechables y Cosmética Infantil

AGRADECIMIENTO

Como último punto debo agradecer a todos los empleados que conforman esta familia. Es con su entusiasmo, su compromiso y su dedicación que se podrán alcanzar los grandes objetivos que nos depara el futuro. Los retos son muchos y solo con un gran equipo de gente comprometida, alegre, motivada y orgullosa de pertenecer a Zaimella, conseguiremos todo lo que nos vamos proponiendo.

Aprovecho la oportunidad también para agradecer el valioso aporte de todos nuestros directores, quienes con sus sugerencias, consejos y dedicación, han dado todos los meses parte de su valioso tiempo, para contribuir al crecimiento y fortalecimiento de la empresa.

Expreso también mi agradeciendo a los señores Accionistas por la confianza y apoyo permanente. Ellos no dudaron en ningún momento, dada la crisis financiera que nos estaba afectando, en realizar el aporte fresco por US$ 1.000.000 para fortalecer la liquidez y la solvencia de la empresa.

También merecen un agradecimiento especial todas las instituciones financieras que siguen confiando en Zaimella y ahora todos los inversionistas privados que están invirtiendo en los papeles que la empresa esta sacando a través de la Bolsa de Valores de Quito.

Un sincero agradecimiento a la Superintendencia de Compañías, quien a través de la Intendencia de Mercado de Valores viene fomentando de manera muy activa la participación de las empresas en el Mercado de Valores, a través del apoyo, capacitación, y por sobre todo optimizando los trámites requeridos, generando de esta manera, nuevas fuentes de financiamiento ágiles y a costos razonables.

Atentamente,

Giovanni Di Mella Vespa
PRESIDENTE

Calle Juan de Dios Morales lote No. 1 y Panamericana Sur Sector la Balbina - Amaguaña. Teléfono: (593-2) 3969-500 Fax: (593-2) 3969-510
Apartado postal 17079667 Quito-Ecuador / www.zaimella.com E-mail: info@zaimella.com