

INFORME DEL PRESIDENTE A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS DE LA COMPAÑIA ZAIMELLA DEL ECUADOR S.A. (Ejercicio 2010)

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 2.010, 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\$ 43.280 mil, presentando un incremento del 12% en relación con el año anterior. Los gastos de venta se mantuvieron en niveles muy similares a los del año pasado, mientras que los gastos administrativos incrementaron en un 6,7%.

La utilidad neta correspondiente a este ejercicio fue de US\$ 2.120 mil, es decir 13,19% menos que la del año anterior.

La situación mundial de incremento constante de los precios de nuestras principales materias primas, no pudo ser trasladada al mercado y tuvo una repercusión negativa en los márgenes de contribución de la empresa. Por otro lado, durante este año se continuaba trabajando en la mejora de las eficiencias de nuestras maquinas, que se vieron afectadas por la mudanza que finalizó en el segundo semestre del 2009.

Activo

El Activo total cerró en US\$ 40.011 mil representando un incremento del 24,2% en relación al año pasado. El nivel de inventarios incrementó en un 74% en comparación al año pasado, el principal incremento fue en producto terminado, en respuesta a la actualización de políticas de inventario.

La cartera de crédito mantuvo los mismos niveles que los del año pasado que ascendieron a US\$ 6 millones. La cartera es de excelente calidad y está representada por deudas de empresas de gran prestigio y muy buen record de pagos. La cartera vencida mayor a 30 días es de US\$ 231 mil, lo cual no supera el 4% del total de la misma. La empresa mantiene en cobertura, una provisión para incobrables de US\$ 47 mil.

La diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente, comúnmente identificada como el capital de trabajo de la empresa, alcanza un monto de US\$ 2.770 mil.

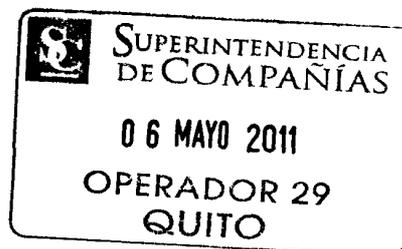
Pasivo y Patrimonio

El Pasivo Total presentó un incremento de US\$ 5.680 mil (28,36%) al pasar de US\$ 20.029 mil en el 2009 a US\$ 25.709 mil en el 2010.

El rubro que presentó un mayor incremento es el financiamiento corriente con US\$ 4.510 mil.

Con la emisión de obligaciones por US\$ 5.000.000, a partir del segundo semestre del 2010, se logró financiar la adquisición de nueva maquinaria. El pasivo a largo plazo aumenta en US\$ 204 mil, respecto al 2009; y el de corto plazo se incrementa en US\$ 5.884 mil aproximadamente. El patrimonio presenta un incremento del 17,41% en relación con el año anterior, al pasar de US\$ 12.181 mil a US\$ 14.301 mil.

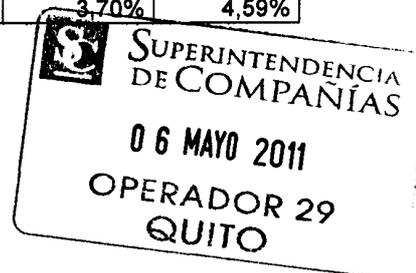
El capital pagado pasó de US\$ 9.639 mil en el 2009 a US\$ 11.940 mil en el 2010, producto de la capitalización de utilidades instrumentada por US\$ 2.301 mil.



Indicadores Financieros

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

		dic-09	dic-10
LIQUIDEZ			
RAZON CORRIENTE	veces	1,26	1,16
(activo corriente / pasivo corriente)			
RAZON ACIDA	veces	0,75	0,57
(activo corriente - invent.) / pasivo corriente			
CAPITAL DE TRABAJO	US.\$	3.056	2.770
(activo corriente - pasivo corriente)	miles		
EBITDA (Antes de marcas)	US.\$	5.883	6.766
(utilidad antes impuestos-int-dep-amort)	miles		
VENTAS/EBITDA (antes de Marcas)	veces	6,56	6,40
ENDEUDAMIENTO			
SOLIDEZ	veces	0,62	0,64
(total pasivo / total activo)			
ENDEUDAMIENTO	veces	1,64	1,80
(total pasivo / total patrimonio)			
ENDEUDAMIENTO FINANCIERO	veces	0,27	0,34
(obligaciones financieras/ventas netas)			
INDICE DE PROPIEDAD	veces	0,38	0,36
(patrimonio / activo total)			
RENDIMIENTO			
RENTABILIDAD OPERACIONAL	%	11,73%	12,65%
(utilidad operacional / ventas)			
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)	%	21,2%	24,6%
(utilidad neta / patrim.inicio año)			
UTILIDAD POR ACCION	US.\$	0,27	0,25
(utilidad neta / capital)			
TASA RETORNO ACTIVO TOTAL	%	7,94%	7,48%
(utilidad neta / activo total)			
TASA ROTACIÓN ACTIVO TOTAL	veces	1,20	1,08
(ventas / activo total)			
PRODUCTIVIDAD			
		dic-09	dic-10
ROTACION DE ACTIVOS FIJOS	veces	2,36	2,28
(ventas / activo fijo neto)			
RENTABILIDAD ACTIVOS FIJOS	%	15,64%	15,77%
(utilidad neta / activo fijo neto)			
RESGUARDO EMISION DE OBLIGACIONES			
Indicador de Liquidez	>=1,2	1,89%	1,74%
Indicador de Solvencia	<= 4,0	3,70%	4,59%



Cumplimiento del Presupuesto

El presupuesto planificado para el año 2010 se cumplió de la siguiente manera:

Ventas	95,8%
Margen de utilidad operacional en ventas	56,9%
Gastos de Operación	97,6%
Utilidad después de 15% de trabajadores e Impuesto a la renta	70,1%

Emisión de Obligaciones y Papel Comercial

Con la debida autorización de la Junta de Accionistas, la empresa instrumentó la cuarta emisión de obligaciones, la misma fue por US\$5.000.000, de los cuales US\$ 2.500.000 se emitieron a 5 años y US\$ 2.500.000 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. Adicionalmente se emitió Papel Comercial por un valor de US\$ 3.000.000 con calificación "AAA" y con un plazo de programa de 2 años.

Con este antecedente y dando cumplimiento a la autorización emitida por el Directorio de la Bolsa de Valores de Quito, a partir del 29 de Julio del 2010 salió al mercado esta cuarta emisión, concluyendo su colocación en menos de 60 días. 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".

Adicionalmente en el año 2010 se canceló la totalidad de los cupones de capital e intereses correspondientes a la primera emisión de obligaciones que ascendía a US\$ 3.000.000.

INVERSIONES E INFRAESTRUCTURA

Ampliación bodegas

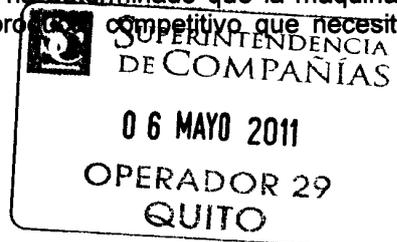
El crecimiento de nuestras ventas y la necesidad de más orden y espacio nos llevó a tomar la decisión de ampliar las bodegas. Durante el 2010 se culminó la construcción de 1.200 m2 adicionales de bodegas de materia prima, para la cual se realizo una inversión del US\$300.000 y se deja para el primer semestre del 2011 la ampliación 2.300 m2 de la bodega de producto terminado.

Inversiones realizadas

Llega a nuestras instalaciones y se instala la nueva máquina para producción de pañales pull up de adulto. Esta inversión, que representa la mayor hecha por la empresa en maquinarias y equipos, nos dará la oportunidad de ser los primeros fabricantes en Latinoamérica de estos productos y nos permitirá ganar mucha competitividad en la línea de protectores para la incontinencia Prudential. En el año 2011 tendremos un gran desafío al iniciar la colocación de estos productos en el mercado internacional.

A mediados de año se instala la nueva máquina para la producción de Zaipads adquirida en Italia. Estos productos eran producidos en la maquina #4 y su costo de producción era muy alto, lo cual restaba competitividad al producto y nos imposibilitaba ofrecerlo en los mercados de exportación. Con la nueva maquinaria la productividad se triplica y la versatilidad en el diseño del producto y su adaptación a varias necesidades de la industria se mejora notablemente, permitiéndonos crecer en ventas y penetrar otros mercados fuera del Ecuador.

Finalmente en este año 2010 queda instalada la maquinaria italiana de segunda mano que se adquirió en Estados Unidos durante el año 2008 para la fabricación de pañales tipo pull-up de bebés. Luego de varias pruebas y análisis efectuados, se ha determinado que la maquina, tal como fue diseñada originalmente, no puede elaborar el producto competitivo que necesita la



empresa y que requiere el mercado. Se están evaluando los costos que implicaría modificar esta máquina para que cumpla con estos requerimientos, sin descartar la posibilidad de abortar este proyecto y proceder a desarmar la máquina con el objeto de utilizar sus componentes como repuestos; asumiendo las pérdidas del caso. La decisión definitiva se tomara luego de que funcionarios de la empresa asistan a la feria de Ginebra que se celebra en abril del 2011 y se reciba la cotización de la fábrica Viola para efectuar los ajustes necesarios.

Durante el año 2010 se renueva la flota de montacargas eléctricos y se invierte en el crecimiento aproximado de 2.000 nuevas posiciones para almacenaje de paletas en la bodega de producto terminado. Se importan 2 equipos reacondicionados de Estados Unidos y el área de logística se beneficia de un mejor aprovechamiento del espacio de almacenaje de paletas, mediante la habilitación de Racks de doble profundidad.

ASPECTOS COMERCIALES

Como se expuso en la parte financiera, las ventas en el 2010 crecieron respecto al año anterior en un 12%, que en dólares representa US\$ 4.711.000.

A continuación se muestra la participación en las ventas de cada una de las líneas de negocios de la empresa.

Línea de Negocio	ventas 2010	%
Pañales desechables de Bebe	25.092.791	58%
Incontinencia	7.922.773	18%
Cosmética Infantil	4.408.777	10%
Pañitos Húmedos	2.084.590	5%
Toallas Sanitarias	1.300.943	3%
Papel Higiénico Húmedo	567.011	1%
Industrial	315.831	1%
Otros	1.587.541	4%
	43.280.256	100%

Durante el 2010, se hicieron importantes inversiones en mercadeo, publicidad y actividades BTL, las mismas que buscan afianzar el posicionamiento de todos nuestros portafolios de marcas.

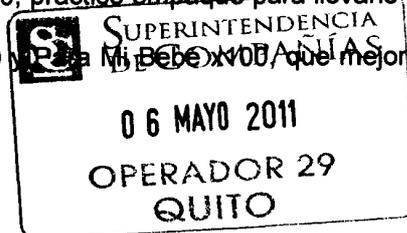
Nuevos Lanzamientos:

Pañales de Bebé:

- Incorporación de cubierta impresa y cambio de empaques en Panolini Plus (sin toallita húmeda incluida).
- Nueva presentación x 100 de Panolini Confort Sec en tallas M y G.
- Incorporación de cinta pega y despega en Pompis (único en su segmento).
- Mejoras importantes en el ajuste anatómico del producto en todas nuestras marcas de pañales.

Pañitos Húmedos de bebés:

- Lanzamiento de toallitas húmedas Panolini Aloe x20, práctico empaque para llevarlo a todas partes
- Cambio en tela de pañitos húmedos Panolini x100 para Mi Bebé x100, que mejora



el desempeño del producto.

- Nuevas tapas flip top para varios productos en presentación flow pack. Evitan evaporaciones y contribuyen al fácil uso del producto.

Pañitos Húmedos Adulto y Multiusos:

- Lanzamiento de toallitas desmaquillantes para piel normal a mixta Opus Z33 en presentación flow pack x 25.
- Lanzamiento de toallitas húmedas para limpieza de lentes y pantallas Multy's en presentación display x 12 sachets.

Papel Higiénico Húmedo:

- Producción de flow pack Pompifresh Adultos y Kids con sistema pop-up. Facilita el uso del producto.
- Llegada de nuevas cajas Pompifresh Adultos y Kids. Mayor hermeticidad, facilidad el uso y moderno diseño.

Cosmética Infantil Para mi Bebé:

- Cambio de imagen y presentaciones de jabones líquidos. Mejor percepción del producto en percha.
- Lanzamiento de cremas líquidas x 100ml en Manzanilla, Miel y Avena, y vaselina x 20 gr, dirigidas a segmentos con menor capacidad de desembolso.
- Lanzamiento de nueva fórmula de Crema Antipañalitis en presentación de tubo colapsible por 70gr que facilita el manejo del producto por parte del consumidor y mejora la imagen y calidad percibida.
- Cambio de tapa tipo bola a tapa spray en aceites de 100ml. Facilita la aplicación del producto.
- Cambio de tapa bola a válvula spray en Colonias de 250ml para mejorar el uso del producto.

Protección Femenina:

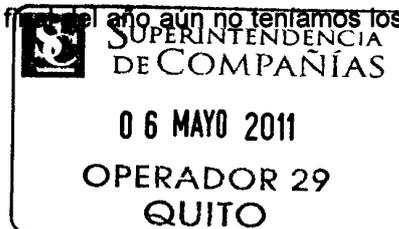
- Maternity inicia su campaña de comunicación con el objetivo de lograr posicionarse como la marca experta en flujo abundante. El portafolio de productos consta de tres variedades que permiten brindar una solución completa al grupo objetivo durante el período menstrual.
- Fabricación de toallas sanitarias marca privada Supermaxi.
- Inicia la producción de la nueva marca de toallas sanitarias FEMINY en 6 versiones en las variedades de tela y malla. La codificación de la marca en clientes claves arranca en diciembre del 2010 y en lanzamiento en medios de comunicación se planifica para febrero del 2011.

En términos de participación de mercado, se logra mantener el liderazgo de Prudential en la categoría de incontinencia, Pompifresh en papel higiénico húmedo y Maternity en protección femenina – flujo abundante.

La marca Para Mi Bebé alcanza un notable crecimiento en su facturación, reforzando un sólido segundo lugar en participación de mercado, en la categoría de cosmética infantil.

En lo referente a canales de distribución, durante el año 2010, Exportaciones logró un importante crecimiento del 31% llegando a representar el 19% de la venta vs el 17% del año 2009. Distribuidores y Autoservicios siguen siendo los principales canales de venta de la empresa con 41% y 21% de participación en la venta respectivamente.

El canal franquicia cierra el año con 125 tiendas a nivel nacional y continúa siendo un pilar fundamental para el desarrollo de nuestras marcas, sin embargo durante el año 2010 las tiendas dejaron de crecer y fue sometida a un diagnóstico profundo. Al final del año aún no teníamos los



resultados, pero se trabajó con consultores externos para evaluar la situación y tomar medidas para modernizar el modelo de negocios, fortalecerlo y volver a la rienda de crecimiento sostenido y rentable.

Los distribuidores nacionales logran importantes crecimientos durante el 2010 y contribuyen en la colocación del portafolio de marcas de Zaimella en los distintos puntos de venta mayoristas y minoristas a nivel nacional. De igual manera, el grupo de distribuidores regionales alcanza un buen nivel de ventas con un crecimiento del 24%.

La expansión de ciertas cadenas como Tía, Aki y Sana Sana se han convertido en motores de crecimiento para nuestras marcas, principalmente en sectores populares donde este tipo de formatos económicos han logrado exitosos resultados.

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

Canales de Distribución	ventas 2010	%
Distribuidores	17.685.549	41%
Autoservicios	9.153.099	21%
Clientes del Exterior	8.205.462	19%
Cadena de Franquicias	8.032.645	18.5%
Industrial	203.500	0.5%
	43.280.256	100%

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

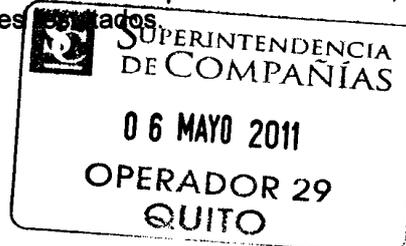
Programa de Sensibilidad Social Sustentable

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 enseñar a pescar y ser los principales compradores de la 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 está 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.

Algunos ejemplos donde aplicamos el programa de *Sensibilidad Social Sustentable*:

- Se mantiene y se consolida nuestro apoyo al Orfanato Vicente de Paúl, a la Guardería Cristo de Miravalle y ahora hemos incorporado a la Asociación Benefactora de Enfermos Incurables, ABEI, mediante un convenio para dar apoyo social, proveerle de manera gratuita nuestros productos e instalar laboratorios de calidad en estas instalaciones.
- En este año se implanto con la Fundación General Ecuatoriana 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. Fueron contratados para el trabajo de colocación de un pañito húmedo individualmente empacado en sachets, a las toallas sanitarias Maternity Anatómica con excelentes resultados.



- 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.

Recursos Humanos

- 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.
- Zaimella durante el 2010 generó empleo para aproximadamente 420 empleados, 20 más que el año pasado. La empresa pagó en el año por concepto de sueldos, aportes y beneficios sociales, aproximadamente US\$ 5.482.764,74 y US\$ 488.737,30 por concepto de participación de trabajadores en el 15% de las utilidades de la empresa.
- Durante el año 2010 hemos fortalecido el departamento de salud ocupacional y nuestro dispensario médico cuenta ahora con servicios de enfermería y médico todos los días laborables, durante todo el día. En este período se han atendido a 1.534 empleados-pacientes, brindándoles medicinas y atención médica de primera línea.

Compras Nacionales

- Durante el 2010 se adquirieron productos y servicios a proveedores nacionales por más de 8 millones de dólares, generando un importante actividad empresarial derivada de requerimientos complementarios de su actividad industrial y comercial.

Obligaciones fiscales, de seguridad social y contribuciones a organismos del Estado

- 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.

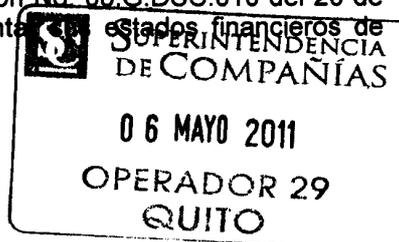
	2007	2008	2009	2010
CUMPLIMIENTO OBLIGACIONES	4.036.753	4.591.672	5.349.853	5.513.385
IMPUESTO A LA RENTA PAGADO	378.123	486.678	431.389	497.844
GENERACION DEL 12% IVA EN VENTAS	2.710.615	3.355.946	3.940.351	4.271.221
RETENCIONES REALIZADAS EN COMPRAS	948.015	749.048	978.113	744.319

RUBRO	INSTITUCION	2009	2010
PAGO APORTES	IESS	700.000	768.000
PAGO CONTRIBUCION	SUPERINTENDENCIA DE CIAS	20.000	28.713
PAGO IMPUESTOS	MUNICIPIO	39.000	44.139
		759.000	840.852

SITUACIONES EXTERNAS QUE AFECTARON EL NEGOCIO

Adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF

La Superintendencia de Compañías estableció mediante Resolución No. 06.Q.ICI.004 del 21 de agosto del 2006, la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y su aplicación obligatoria por parte de las compañías y entidades sujetas a su control y vigilancia, a partir del 1 de enero de 2009, la cual fue ratificada con la Resolución No. 06.Q.ICI.004 del 3 de julio del 2008. Adicionalmente, se estableció el cumplimiento de un cronograma de aplicación según lo dispuesto en la Resolución No. 08.G.DSC.010 del 20 de noviembre del 2008. La Compañía está obligada a presentar sus estados financieros de



acuerdo con el cronograma establecido a partir del 1 de enero de 2010.

Las principales incidencias por la adopción NIIF por primera vez esta dada principalmente por el cambio las políticas contables, criterios de medición y forma de presentación de los estados financieros.

Como compañía las principales incidencias se presentaron en los activos al establecer una nueva política para el manejo de activos fijos y la baja de la inversión en marcas.

ASPECTOS SOCIETARIOS

Capitalización de Utilidades. Con fecha 7 de septiembre del 2010, la Superintendencia de Compañías aprobó el incremento de capital por US\$ 2.300.651, producto de la capitalización de utilidades generadas en el año 2009. Con este nuevo incremento, el capital social de la empresa, al cierre del 2010, es de US\$ 11.939.539.

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.

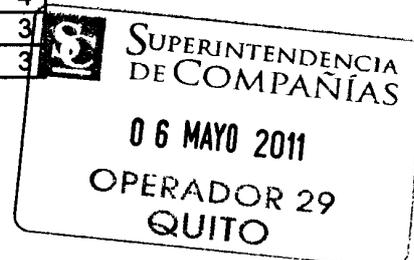
Hechos Legales más relevantes. Durante el presente año no se han producido situaciones de orden legal que afecten al funcionamiento de la compañía. Se continúa adelante con los trámites judiciales que han venido siendo ventilados en los juzgados desde los ejercicios económicos anteriores, los mismos 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 2010 la empresa cuenta con aproximadamente 1065 licencias de software adquiridas, como se detalla a continuación:

Software	Total licencias
Windows	175
Kaspersky	175
Cals Exchange 2007	70
Cals Exchange 2000	110
Office	157
Cals de Windows 2000	100
Cals de Windows 2008	110
Bpcs	20
Citrix	15
Project	9
MP	5
Visio	4
Crystal	3
Inventor	3



ilustrator	2
ISA	1
Oracle (*)	2
photoshop	2
Visual	2
Developer	1
Dreamweaver	1
Wmware	1
Jd Edwards server	1
Visual studio	3
Jd Edwards users	90
Astaro(*)	1
Exchange server 2007	1
Exchange server 2000	1
Total general	1065

(*) licencias 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:

- Auditorías internas anuales con revisiones periódicas en los mantenimientos.
- 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.
- En el 2010 se ha implantado 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 garantiremos que cada uno de los colaboradores cumplan con las disposiciones internas en esta materia.
- Durante el año 2010 no se realizó ninguna contratación de empresas externa para hacer auditorías, esta contratación no se la ha realizado ya que el software en prueba nos ha dado datos confiables con respecto al control de inventario de licencias, está proyecta realizarla una evaluación de la necesidad de esta tipo de auditorías en el segundo trimestre de 2011.

ASPECTOS EMPRESARIALES

Durante el segundo semestre del año se trabajó con todos los miembros de nuestro Directorio afinando y redactando nuestra estrategia empresarial. La participación de todos nuestros Directores fue entusiasta y muy efectiva. Contamos con el apoyo de un consultor externo y los resultados fueron muy satisfactorios.

Los rasgos más importantes de la misma se expresan a continuación:

Declaración Estratégica



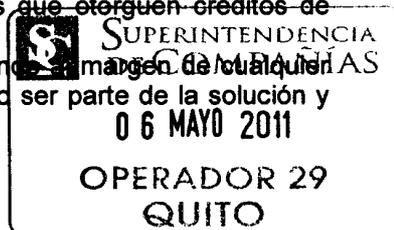
- Nuestro Propósito: Popularizar la higiene y el cuidado personal en Latinoamérica
- Nuestra Meta: Duplicar nuestras ventas cada 5 años, ofreciendo a personas que necesitan hacer rendir su dinero, marcas y productos convenientes
- Nuestra Diferenciación: Entregar soluciones de valor a los segmentos mal servidos de la sociedad de manera más eficiente que nuestros competidores.

Factores Críticos de Éxito

- Construir, capturar, estandarizar y mejorar continuamente el Know How de la empresa.
- Capacidad de crecimiento organizado, sano y rentable.
- Excelencia operativa.
- Entender las oportunidades y necesidades en mercados locales y externos.
- Capacidad de atraer, desarrollar y mantener buen talento.
- Modelo de Gestión Formal y Sistema de Gobierno Corporativo.

Complementario a lo anterior, es importante continuar con el plan de prevención y protección de nuestros principales activos, enfocándonos en 8 áreas específicas:

1. **Nuestros Empleados:** 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 y seguir fortaleciendo el departamento de Recursos Humanos para seguir atrayendo y desarrollando el mejor talento humano y modelando nuestra cultura organizacional.
2. **Nuestros Clientes:** Nuestra propuesta de valor a los clientes debe seguir siendo valiosa e importante para ellos. Debemos trabajar e innovar para mantenernos siempre en sus preferencias.
3. **Nuestros Distribuidores:** 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.
4. **Nuestras Marcas:** Continuar el fortalecimiento de nuestras marcas, porque estas son el motor que impulsa nuestras ventas y sostiene nuestro crecimiento futuro.
5. **Nuestros Proveedores:** Los proveedores han sido y seguirán siendo un socio estratégico para Zaimella. Nuestra relación con ellos es de largo plazo y seguiremos fortaleciéndola y construyéndola siempre. Seguiremos desarrollando nuevos proveedores locales y los apoyaremos para que se unan a nuestro crecimiento y al nivel de exigencias y requerimientos de calidad y servicio que necesita la empresa. Continuaremos identificando los mejores proveedores internacionales de materias primas y junto a los actuales conseguir las mejores opciones de precios y calidad, a fin de mantener siempre un alto nivel de competitividad.
6. **Políticas de 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.
7. **La liquidez:** Seguiremos manteniendo una excelente relación con las instituciones financieras del país y en especial con las que nos vienen apoyando. Continuaremos impulsando nuestro financiamiento a través de recursos provenientes de la emisión de obligaciones y de papeles comerciales y su colocación a través de la Bolsa de Valores. Debemos dar, como siempre, importancia al financiamiento de largo plazo y para ello deben priorizarse las gestiones con instituciones financieras que otorguen créditos de esta naturaleza y con la Bolsa de Valores.
8. **Relaciones con el Gobierno:** Zaimella se seguirá manteniendo a 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:

De los US\$ 2.120.367,12 correspondientes a las utilidades del ejercicio, se capitalizará US\$ 1.985.930,10 por concepto de reinversión de utilidades y US\$ 224.437,02 se hará la reserva legal correspondiente, con lo que el nuevo capital de la empresa se situaría en US\$ 13.835.469,10

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.

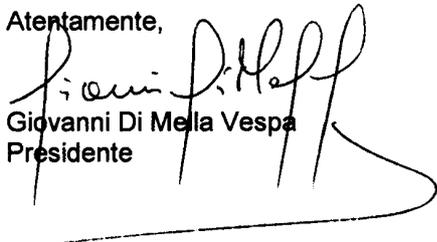
Aprovecho la oportunidad también para agradecer el valioso aporte de todos nuestros directores, quienes con sus sugerencias, consejos y dedicación, han dado todos los meses parte de su valioso tiempo, para contribuir al crecimiento y fortalecimiento de la empresa.

Debemos hacer una nota de agradecimiento a todos nuestros proveedores locales e internacionales, quienes desempeñan un importante rol en la mejora de nuestra competitividad y nuestro crecimiento. Zaimella seguirá fortaleciendo sus relaciones comerciales con ellos y afianzando una relación de largo plazo.

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

