

INFORME DEL PRESIDENTE A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS DE LA COMPAÑIA ZAIMELLA DEL ECUADOR S.A. (Ejercicio 2012)

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 2.012, 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\$ 54.840 mil, presentando un incremento del 2.3% en relación con el año anterior. Los gastos de venta representaron el 12,66% sobre las ventas totales, manteniéndose por debajo de los niveles registrados durante el año pasado, mientras que los gastos administrativos tuvieron una participación del 7.33% sobre la venta, situándose en niveles ligeramente superiores a las del 2011.

La utilidad neta correspondiente de este ejercicio antes de reinversión obligatoria de utilidades y deducciones para reservas legales fue de US\$ 4.339 mil, es decir 98% más que en el año 2011 donde la misma ascendió a US\$ 2.186.

Activo

El Activo total cerró en US\$ 42.181 mil representando una disminución del 2.7% en relación al año pasado. El nivel de inventarios disminuyó en un 16.2% en comparación al año pasado, este decrecimiento es el resultado de la aplicación de indicadores que nos llevaron a un manejo más adecuado, al asignar a los principales responsables un capital de trabajo para los diferentes tipos de inventario, con la finalidad de mejorar el control y seguimiento.

La cartera de crédito creció en 9.26% en comparación al año pasado ascendiendo a US\$ 9.457 miles. La cartera es de buena 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\$ 1.272 mil, lo cual representa el 12% del total de la misma. La empresa mantiene en cobertura, una provisión para incobrables de US\$ 131 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\$ 7.498 mil.

Pasivo y Patrimonio

El Pasivo Total presentó una disminución de US\$ 4.913 mil (18.11%) al pasar de US\$ 27.129 mil en el 2011 a US\$ 22.215 mil en el 2012.

El rubro que presentó mayor disminución es el financiamiento con la banca y el mercado de

valores con US\$ 4.623 mil, debido principalmente a la racionalización del manejo de inventarios. El pasivo a largo plazo disminuyó en US\$ 475 mil, respecto al 2011; y el de corto plazo disminuye en US\$ 4.439 mil aproximadamente. El patrimonio presenta un incremento del 22.80% en relación con el año anterior, al pasar de US\$ 16.218 mil a US\$ 19.966 mil.

El capital pagado pasó de US\$ 13.835 mil en el 2011 a US\$ 15.213 mil en el 2012, producto de la capitalización de utilidades instrumentada por US\$1.377 mil.

Indicadores Financieros

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

			dic-11	dic-12
<u>LIQUIDEZ</u>				
RAZON CORRIENTE		veces	1,18	1,46
(activo corriente / pasivo corriente)				
RAZON ACIDA		veces	0,62	0,56
(activo corriente - invent.) / pasivo corriente				
CAPITAL DE TRABAJO		US.\$	3.794	7.498
(activo corriente - pasivo corriente)		miles		
EBITDA		US.\$	6.551	8.894
(utilidad antes impuestos-int-dep-amort)				
VENTAS/EBITDA		veces	8,18	6,17
<u>ENDEUDAMIENTO</u>				
SOLIDEZ		veces	0,63	0,53
(total pasivo / total activo)				
ENDEUDAMIENTO		veces	1,11	1,67
(total pasivo / total patrimonio)				
ENDEUDAMIENTO FINANCIERO		veces	0,28	0,29
(obligaciones financieras/ventas netas)				
INDICE DE PROPIEDAD		veces	0,37	0,46
(patrimonio /activo total)				
<u>RENDIMIENTO</u>				
RENTABILIDAD OPERACIONAL		%	10,86%	15,85%
(utilidad operacional / ventas)				
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)		%	15,2%	15,3%
(utilidad neta / patrim.inicio año)				
UTILIDAD POR ACCION		US.\$	0,17	0,30
(utilidad neta / capital)				
TASA RETORNO ACTIVO TOTAL		%	5,04%	10,29%
(utilidad neta / activo total)				
TASA ROTACIÓN ACTIVO TOTAL		veces	1,23	1,30
(ventas / activo total)				
<u>PRODUCTIVIDAD</u>				
ROTACION DE ACTIVOS FIJOS		veces	3,03	3,06
(ventas / activo fijo neto)				
RENTABILIDAD ACTIVOS FIJOS		%	12,38%	24,30%

(utilidad neta / activo fijo neto)			
RESGUARDO EMISION DE OBLIGACIONES			
INDICADOR DE LIQUIDEZ	>= 1.2	2,83%	3,03%
INDICADOR DE SOLVENCIA	<= 4.0	4,27%	2,51%

Cumplimiento del Presupuesto

El presupuesto planificado para el año 2012 se cumplió de la siguiente manera:

Ventas	89.6%
Margen de utilidad operacional en ventas	94.8%
Gastos de Operación	81.1%
Utilidad Neta	105.6%

Mercado de Valores

Al cierre del ejercicio 2012 la compañía mantiene en circulación tres emisiones de obligaciones y una emisión de papel comercial, las mismas que durante el año 2012 fueron sujetas a revisión por parte de la empresa calificador de Riesgo PacificCredit Rating, quien en todos sus informes ratificó la calificación "AAA". Es preciso mencionar que en el año 2012 se instrumentó la Quinta Emisión de Obligaciones por \$ 5.000.000 a 4 años plazo, colocadas en el mercado a tasas promedio del 7,5%. Adicionalmente se instrumentó la Emisión de un Programa de Papel Comercial por \$ 4.000.000, colocadas a períodos de 90 y 180 días a tasas 3.5%.

INVERSIONES E INFRAESTRUCTURA

Inversiones de mejora en la planta de producción

En el año 2012 se realizaron inversiones importantes en nuestras divisiones de absorbente y cosmética, las mismas que consistieron en la implementación de un Sistema de Formación en la máquina 1 y 5 lo que nos permite disminuir la variación estándar en la fabricación del producto e incrementar el cumplimiento de los beneficios que nuestros productos ofrecen; para ello la compañía invirtió \$ 63.000. Adicionalmente se invirtió en la implementación de Estandarización de tanques de adhesivos, con lo cual se logró una reducción en los paros de la producción de pañales de bebé. Esta inversión alcanzo \$ 15.000 aproximadamente; adicionalmente se realiza la incorporación de varios rebobinadores en nuestra máquina de Pañitos Húmedos, lo que nos ha permitido incrementar la eficiencia de la máquina en un 30%, para ello se requirió una inversión de \$ 10.500. Adicionalmente en el año 2012 se realizaron mejoras en nuestros productos; como es el caso de la mejora en el ajuste de la barrera del pañal de bebé y adulto y se trabajó en una mejora en el ajuste de cintura del pañal de adulto; para ello la compañía invirtió aproximadamente \$ 72.000.

Adquisición de laminadores en línea para las líneas de producción de absorbentes

Se adquirieron a la empresa Viola de Italia, cinco laminadores para construir en línea la cubierta tipo tela de todos los pañales que producimos. Tres de estas laminadoras llegaron al país durante el 2012 y las restantes llegarán en el año 2013 y constituirán una inversión de nueva maquinaria para este nuevo ejercicio económico. Esta inversión alcanzó la suma total de \$1.400.000 y se terminará toda su instalación durante el primer trimestre del 2013. Con esta inversión la empresa espera reducir el consumo de materias primas (plástico), ganar competitividad en la calidad de sus pañales y mantener su propuesta de valor al cliente. Como se trata de una adquisición de maquinarias nuevas, hemos usado el beneficio de reducción del pago de impuestos previsto en la ley para reinversión de utilidades, una parte en el ejercicio económico 2012 y la otra para ser aplicado en el siguiente año.

ASPECTOS COMERCIALES

Como se expuso en la parte financiera, las ventas en el 2012 crecieron respecto al año anterior en un 2.3%, que en dólares representa US\$ 1.246.953. A continuación se muestra la participación en las ventas de cada una de las líneas de negocios de la empresa.

Línea de Negocio	ventas 2012 (miles \$)	% Part.
Pañales desechables de Bebe	29,968.14	55%
Incontinencia	12,837.15	23%
Cosmética Infantil	5,281.37	10%
Pañitos Húmedos Bebé	2,805.00	5%
Toallas Sanitarias	2,211.51	4%
Pañitos Húmedos Familiar	969.58	2%
Otros	766.97	1%
	54,839.72	100%

Las principales líneas de negocio que contribuyeron al crecimiento del 2012 en valores absolutos fueron pañales desechables de bebé, incontinencia y toallas sanitarias.

Nuevos Lanzamientos:

Pañales de Bebé:

- Lanzamiento de pañales Panolini talla especial para recién nacidos.
- Refreshamiento de la marca Panolini con el rediseño de sus empaques.
- Lanzamiento de *Pompis Básico*.

Pañitos Húmedos de Bebé:

- Lanzamiento de la Marca Privada Sana Sana Doy pack.
- Lanzamiento de la Marca Privada Aki.
- Lanzamiento de Toallitas Húmedas *Panolini a Jugar* en empaques de bolsillo.

Cosmética Infantil Para mi Bebé:

- Lanzamiento de nueva línea suave Para Mi Bebé recién nacidos.
- Lanzamiento de *Jabón Cremoso* y *Baño Líquido Cabeza Cuerpo*.
- Relanzamiento de cremas líquidas "nueva presentación con válvula dispensadora".

Incontinencia:

- Mejoramiento de la capacidad de absorción y distribución de los pañales.
- Reforzamiento del sistema de ajuste

Protección Femenina:

- Refreshamiento de la campaña de comunicación orientada a posicionar a Maternity como la marca especialista en flujo abundante, definiendo la propuesta por tipo de producto (post-parto, clásica, flujo abundante).

En la categoría de pañales de bebé, Panolini Plus sigue reflejando un importante crecimiento y Panolini Comfort Sec fortalece su liderazgo en el segmento de conveniencia baja, con un 50% de participación de mercado y un crecimiento del 7% con relación al 2011. Todas las actividades estuvieron enfocadas en comunicar la propuesta de valor de la marca Panolini.

La marca Para Mi Bebé sigue creciendo de manera importante consolidando su segundo lugar en la categoría de cosmética infantil detrás de J&J.

La línea de negocios de Pañitos de Bebé crece un 22% con relación al 2011, con un aporte principal de las ventas de Doypack y nuevos productos de marca privada.

El negocio de Papel Higiénico Húmedo crece 21% con relación al 2011 llegando a tener un 82% de participación de mercado y un liderazgo absoluto en esta categoría.

Prudential refuerza su participación en las instituciones públicas y privadas logrando mantenerse como producto base para los pliegos de peticiones.

Maternity como especialista en flujo abundante crece 2 puntos de participación de mercado. A continuación se incluye información sobre la participación de los canales de distribución en las ventas totales.

Canales de Distribución	ventas 2012 (miles\$)	%
Autoservicios Nacionales	18,858.19	34%
Distribuidores Nacionales	22,034.36	40%
Clientes del Exterior	13,728.50	25%
Industrial Nacional	218.67	1%
	54,839.72	100%

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD

Programa de Sensibilidad Social Sustentable

En el 2012 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, y se ha incorporado a la Asociación Benefactora de Enfermos Incurables (ABEI), Asilo de Ancianos Santa Catalina y el Orfanato Hogar Santa Lucía mediante un convenio para dar apoyo social, proveerle de manera gratuita nuestros productos e instalar laboratorios de calidad en estas instalaciones.
- Durante el 2012 se continúa trabajando con la Fundación General Ecuatoriana mediante 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 y elaboración de muestras promocionales con excelentes resultados.
- La empresa continua aportando 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 y lo más importante, convirtiéndose en un fuerte empleador del sector.
- Adicionalmente la compañía contribuye con donaciones a entidades como el Hospital Baca Ortiz, Mensajeros de la Paz, Fundación Cristo de Miravalle y Solca, a fin de contribuir al bienestar de la comunidad con la donación de pañales para bebé y adulto.

Recursos Humanos

- Zaimella durante el cierre del año 2012 contó con una estructura de 425 empleados, 10 empleados mas que el año pasado. La empresa pagó en el año por concepto de sueldo, aportes y beneficios sociales, aproximadamente US\$ 5.942.128,21 y US\$ 941.045,79 por concepto de participación de trabajadores en el 15% de las utilidades de la empresa.
- Durante el año 2012, se consolidan los procesos y sistemas de Recursos Humanos obteniendo una importante disminución en el índice de rotación anual de personal en 13 puntos porcentuales con respecto al año anterior.
- El fortalecimiento de planes y programas de Seguridad Industrial disminuyó considerablemente el índice de accidentabilidad en un 46%.
- El costo laboral versus los ingresos de la compañía fueron del 10,84% en comparación del año 2011 que represento el 11,03%.
- El fortalecimiento de planes y programas de Seguridad Industrial disminuyó considerablemente el índice de accidentabilidad en un 46%.
- Durante el año 2012 se continuó fortaleciendo las actividades de integración de la familia de nuestros empleados, como campamentos vacacionales para hijos de los empleados, liderazgo transformacional y prevención del VIH direccionado a un grupo objetivo de más de 150 personas.
- Finalmente, el 2012 fue un año de definición de los lineamientos y alcance del proyecto de Cultura Organizacional que tendrá un tremendo impacto a nivel organizacional en el mediano y largo plazo, adicionalmente como complemento a este proyecto se ha continuado la inversión en el Programa de Coaching Ejecutivo para los niveles gerenciales y jefaturas.

Compras Nacionales

- Durante el 2012 se adquirieron productos y servicios a proveedores nacionales por más de 5.2 millones de dólares, cifra menor a la generada en el año 2011 donde ascendió a 6.0 millones; esto debido a la aplicación del proyecto para racionalizar el inventario con la asignación de un capital de trabajo. Sin embargo es preciso citar que las compras locales aun generan una importante actividad empresarial derivada de requerimientos complementarios de nuestra 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.

	2008	2009	2010	2011	2012
CUMPLIMIENTO CON EL SAT	4,591,672	5,349,853	5,513,385	6,304,115	6,697,644
IMPUESTO A LA RENTA PAGADO	486,678	431,389	497,844	734,238	993,304
GENERACION DEL 12% IVA EN VENTAS	3,355,946	3,940,351	4,271,221	4,623,740	5,024,459
RETENCIONES REALIZADAS EN COMPRAS	749,048	978,113	744,319	946,137	679,881

RUBRO	2011	2012
PAGO APORTES IESS	848,000	851,852
PAGO CONTRIBUCION SUPERINTENDENCIA DE CIAS	34,353	37,990
PAGO IMPUESTOS MUNICIPIO	79,217	87,814
	961,570	977,656

SITUACIONES EXTERNAS QUE AFECTARON EL NEGOCIO

Devolución de Pago en Exceso por Retenciones en la Fuente del Año 2010 y 2011

La Compañía en el mes de julio del año 2012, inicio el proceso de solicitud de devolución de pago en exceso del Impuesto a la Renta para los años 2010 y 2011, donde se solicitó al

Servicio de Rentas Internas la devolución de \$ 693.438.

En diciembre del año 2012 el Servicio de Rentas Internas mediante Resolución 117012012RREC048936 acepta parcialmente el reclamo y decide devolver a Zaimella el monto de \$ 537.544,77 más los intereses calculado a partir de la presentación del trámite; mencionado rubro se encuentra compuesto de la siguiente manera:

	2010	2011	TOTAL
SOLICITUD DE PAGO EN EXCESO	\$ 324,157.06	\$ 369,280.94	\$ 693,438.00
DEVOLUCION EFECTUDA POR EL S.R.I	\$ 245,810.18	\$ 291,734.56	\$ 537,544.74
INDICE DE RECUPERACION	75.83%	79.00%	77.52%

Con la resolución emitida por el S.R.I, la compañía decide del valor no devuelto que asciende a \$ 155.893,26; cargar al gasto no deducible aquellas retenciones que no pueden ser justificadas y sobre la diferencia realizar un reclamo formal de pago en exceso. Para ello se contrata a la firma Moore Stephens, Profile para que nos represente en este juicio. Lo mencionado se descompone de la siguiente forma:

	2010	2011	TOTAL
VALOR NEGADO POR EL S.R.I	\$ 78,346.88	\$ 77,546.38	\$ 155,893.26
Gasto no deducible	20,299.48	36,498.18	\$ 56,797.66
Trámite de reclamo formal	58,047.40	41,048.20	99,095.60

AUDITORIA DE DETERMINACION DE IMPUESTO A LA RENTA 2009-S.R.I

La administración tributaria en abril del 2012 emite el Acta Borrador de Determinación para la auditoria iniciada en Mayo 2011. En mencionada acta el Servicio de Rentas Internas determina una glosa de \$ 522.752,11 mas un recargo del 20%; para lo cual otorga a Zaimella el plazo de 15 días para presentar justificativos a las glosas levantadas antes de la emisión de Acta Final de Determinación.

La compañía presenta varios soportes a fin de dejar sin efecto la glosa mencionada y es en mayo del 2012, cuando el Servicio de Rentas Internas emite el Acta Definitiva de Determinación disponiendo el pago de una glosa que asciende a \$ 322.167,23 más un recargo del 20%, como se puede observar en esta instancia la compañía redujo la glosa en un 38%.

Una vez recibida el Acta Final, la compañía resuelve pagar aquellos valores donde se evidencia que no se posee los argumentos necesarios para defenderse, estos valores ascendieron a \$ 33.851,48 más recargo e intereses, adicionalmente la compañía resuelve el impugnar la diferencia de la glosa determinada por el Servicio de Rentas Internas que asciende a \$ 293.957,67 más el recargo del 20%, presentando un Reclamo Administrativo de Impugnación; para el mismo se solicitó un peritaje al proceso productivo; el mismo que se llevo a cabo por tres peritos delegados por la Administración Tributaria, adicionalmente se presentó todos los soportes documentales que se consideraron necesarios para dejar sin efecto la glosa, los mismos que fueron revisados y avalados por Moore Stephens Profile quienes se encuentran asesorando a la compañía en este tema; sin embargo el 29 de noviembre el Servicio de Rentas Internas emite la Resolución N.- 117012012RREC04448 donde ratifica la glosa que asciende a \$ 322.167,23; en los argumentos expuestos por la Administración Tributaria se evidencia que la documentación soporte presentada por la compañía no fue revisada a detalle por lo que no fue comprendido el giro del negocio de Zaimella. Por mencionados motivos la compañía decide el 27 de diciembre del 2012

presentar un proceso de Impugnación por Resoluciones ante el Tribunal Distrital de lo Fiscal N.- 1. Al cierre del ejercicio 2012 el proceso fue asignado a la Cuarta Sala del Tribunal Distrital de lo Fiscal y se dispuso la consignación del afianzamiento que asciende \$ 35.274,92.

ASPECTOS SOCIETARIOS

Capitalización de Utilidades. Con fecha 25 de octubre del 2012, la Superintendencia de Compañías aprobó el incremento de capital por US\$ 1.377.481, producto de la capitalización de utilidades generadas en el año 2011. Con este nuevo incremento, el capital social de la empresa, al cierre del 2012, es de US\$ 15.212.950.

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 2012 la empresa cuenta con aproximadamente 831 licencias de software adquiridas, como se detalla a continuación:

Software	Total licencias
Windows	200
Cals Exchange 2007	70
Office	157
Cals de Windows 2008	110
Bocs	20
Citrix	15
Project	9
MP	5
Visio	4
Crystal	3
Inventor	3
Illustrator	3
ISA	1
Oracle (*)	2
Photoshop	2
Oracle Developer	1
Dreamweaver	1
Wmware	3
Jd Edwards server	1
Visual studio 2010	3
JD Edwards users	90
Astaro(*)	1
Exchange server 2007	1
ADAIA WMS Server	1

Qlikview	20
Evolution server RRHH	1
Esol	1
Linkedin	1
Arpo	5
Lastpass	1
Mindjet	1
PlanogramBuilder	1
99desings.com	1
Prezi	1
PCrecruiter	1
Cisco Call manager 6	90
Driver Detective	1
Attask	13
PC Recruiter	1
Total general	845

(*)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:

- Se han retirado permisos a los usuarios a nivel de sistema operativo para que no tengan la posibilidad de instalar software libremente. Las instalaciones de cualquier software es administrada por el área de infraestructura.
- Se realizan auditorías internas periódicas con la herramienta de administración equipos, con la cual se monitorea e identifica instalaciones no autorizadas de software.
- 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.
- Durante el año 2012 no se realizó ninguna contratación de empresas externa para hacer auditorías, esta contratación no se la ha realizado ya que la herramienta de administración de equipos ha dado datos confiables con respecto al control de inventario de licencias.

ASPECTOS ESTRATEGICOS

Los rasgos más importantes de nuestra estrategia se expresan a continuación:

Declaración Estratégica

- Nuestro Propósito: Popularizar la higiene general y el cuidado personal de calidad 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. (Proyecto ADN)
- Capacidad de crecimiento organizado, sano y rentable. (Proyecto ADN)
- Excelencia operativa. (Proyecto ADN)

- 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, el plan de prevención y protección de nuestros principales activos, cubre 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 y conocer sus necesidades.
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 fortalecimiento 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 identificando y desarrollando nuevos proveedores locales y apoyándolos para que se unan a nuestro crecimiento y para que alcancen el nivel de calidad, precios y servicios 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. Damos importancia al financiamiento de largo plazo y para ello priorizamos 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 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.

PROYECTOS PRINCIPALES

Incursión en mercados del exterior.

Durante el 2012, la empresa estabiliza sus exportaciones a Argentina e inicia negocios puntuales en Brasil los mismos que se busca estabilizar durante el 2013. Así mismo se abren operaciones con la empresa WalMart de Centroamérica y se espera poderlos afianzar durante el 2013.

Se continúan nuestras exportaciones regulares a todos los países del área andina y el Caribe.

En el último trimestre del 2012, la empresa inicia serias negociaciones para adquirir la empresa Impex of Doral, en la ciudad de Miami, USA. A finales del año se firma un acuerdo no vinculante para adquirir el 100% de las acciones de esta empresa. En el primer trimestre del 2013 se conocerá si estas negociaciones culminan con éxito. Se prevé una inversión de aproximadamente 6 millones de dólares.

Arquitectura del Negocio (ADN).

Este proyecto se sigue configurando como el proyecto más estratégico de la empresa en el mediano y largo plazo. Continuamos evolucionando en su comprensión y hemos entendido como visualizar los componentes más importantes que configuran la esencia de la empresa. Hoy en día este proyecto abarca varios proyectos que antes atendíamos de manera separada. Su nueva comprensión nos está permitiendo tener una visión más sistémica de la empresa.

Los 3 elementos que componen el ADN de la empresa son:

1. La Estrategia:

Define el “**saber qué hacer**” y se estructura como las respuestas a las 3 preguntas más claves del negocio:

- Quiénes somos

- a. Nuestra Creencia
- b. Nuestra Razón de ser
- c. Nuestros Valores
- d. Nuestra Cultura

Saberlo.....

Modela nuestra Cultura y se refleja en Inspiración y Conducta

- Que queremos lograr y donde

- a. En qué Negocio estamos
- b. Quiénes son nuestros Clientes
- c. En qué Territorio operamos
- d. Cuales es nuestro principal Objetivo como empresa.

Saberlo.....

Define nuestra declaración estratégica y nos proporciona foco y dirección

- Cual es nuestra fórmula de éxito

- a. Cual es nuestra propuesta de valor al cliente.
- b. Cuales son nuestros factores críticos de éxito
- c. Qué competencias debemos desarrollar para triunfar.

Saberlo.....

Estructura la creación de valor y nos demanda excelencia operativa y mejora permanente

2. ASHA (Así se Hace Aquí). Define el “**como se hace**” y tiene que ver con la descripción de todo el sistema de trabajo necesario para operativizar la estrategia.

- a. Procesos: los sistemas de trabajo.

- i. Cadena de valor
- ii. Objetivos
- iii. Organización
- iv. Gerencia – Indicadores – Tableros de control

- b. Políticas

- c. Metodologías

- d. Herramientas

Tenerlo.....

Nos da orden, estándares de trabajo y buena ejecución.

3. Cultura Organizacional

- a. Nuestra creencia: ...nos da sentido a lo que hacemos

- b. Nuestros valores: ...definen nuestra cultura

- c. Nuestros comportamientos: ...evidencian los valores.
- d. Nuestros sistemas: ...sostienen los valores
- e. Nuestros símbolos: ...nos recuerdan los valores.
- f. Nuestros estilos de liderazgo: ...predican los valores con el ejemplo
Tenerla.....
Nos inspira y nos conecta emocionalmente.

El módulo de Estrategia lo estamos manejando internamente utilizando los modelos estratégicos que la empresa viene perfeccionando en los últimos años. Se están incorporando nuevos elementos y el uso de una metodología de gestión por resultados, con la que estamos logrando una alineación más clara y transparente entre la estrategia de la empresa y las estrategias y objetivos de todas las áreas operativas, comerciales y de soporte.

Para el módulo ASHA, se ha fortalecido el área de procesos y proyectos y se han adquirido herramientas tecnológicas para describir de manera más visible los procesos operativos de la empresa y el control de los proyectos más relevantes en los que se encuentra trabajando la empresa. Se están desarrollando tableros de control que permitan visualizar fácilmente los indicadores más importantes que nos llevan a focalizar la consecución del objetivo estratégico de la empresa. Así mismo estamos planificando la documentación de todas las políticas de la empresa, las mismas que definirán el ámbito de acción en el que se desarrollarán las actividades operativas y estratégicas de la empresa.

La ejecución del módulo de Cultura Organizacional está siendo liderado por la empresa de consultoría Tangram, quien nos acompañará por 2 años en lo que hemos denominado el viaje cultural, que nos ayudará a vivir nuestros valores, modelar nuestros comportamientos, afinar nuestros estilos de liderazgos, fortalecer nuestros sistemas y crear símbolos que nos recuerden y afiancen nuestra cultura organizacional. Lograr una conexión emocional entre todos los stakeholders de la empresa es una medida de éxito de nuestro programa de modelamiento cultural.

Revisión y rediseño del modelo de negocios de la cadena de Tiendas.

Durante el 2010 se hizo un diagnóstico de la situación de las tiendas y se identificaron varias áreas de oportunidad. Durante el 2011 se contrataron consultorías externas para conocer a mayor profundidad el negocio de Retail y fortalecer nuestra cadena. Esto nos permitió hacernos varios cuestionamientos y diseñar un modelo de negocios más competitivo y rentable, tanto para Zaimella como para los franquiciados. Durante el 2012 se tuvieron que cerrar varias tiendas y al finalizar el año teníamos con 84 puntos de venta. El año 2012 siguió siendo un año de cambios y evolución en el entendimiento del modelo de negocios más apropiado para nuestra cadena de tiendas. Durante el 2013 se implantará finalmente este nuevo modelo y se tiene la confianza de que este canal estratégico de ventas para Zaimella jugará un rol importante en la diferenciación y crecimiento de la empresa en el futuro.

Inversión en nueva Tecnología

Desde el 2011 la empresa decide hacer una importante inversión en tecnología, la misma que alcanza valores cercanos al millón de dólares. La instalación e implementación continúa durante el año 2012. Mediante esta inversión, Zaimella apuesta a lograr buenos niveles de productividad y eficiencia, muy necesarios para competir nacional e internacionalmente con multinacionales que se han constituido en su principal adversario en mercados cada vez más exigentes, donde el servicio, la calidad y la diferenciación están jugando un rol muy importante en la competitividad y el largo plazo de las empresas.

Nuevo sistema general de información y operación.

La empresa decidió renovar su ERP (Enterprise Resource Planning), mediante la adquisición de Jd. Edwards, uno de los sistemas transaccionales y de información más avanzados del mercado. La empresa consultora contratada para hacer la implantación durante el 2011 tuvo muchos

problemas que repercutieron en el cumplimiento de los tiempos de entrega y en la calidad de la instalación. Zaimella tomó medidas reforzando el equipo de consultores mediante la contratación de expertos externos en esta herramienta e incorporándolos al equipo de trabajo. Se espera que durante el 2013 se termine esta instalación.

El retraso en la implantación de Jd. Edwards, provocó el retraso en la instalación de las otras tecnologías adquiridas. Entre estas, el sistema para el manejo de bodegas, Adaia, el sistema para el control y manejo de la inteligencia del negocio Qlik-View.

Nuevo sistema para manejo de Tiendas.

Durante el 2012 se inició la instalación del sistema de ventas al detal RP3, especializado en manejo y control del negocio de Tiendas. Esta herramienta permitirá a Zaimella la implantación del nuevo modelo de negocios seleccionado para la cadena de tiendas y permitirá un mejor control de este importante canal de ventas, así como brindar la información oportuna para ofrecer a los clientes el mejor surtido de productos que nos ayuden cumplir nuestro rol de popularizar la higiene y el cuidado personal de calidad en los sectores populares del país.

Herramientas tecnológicas varias:

Durante el 2012 se identificaron varias herramientas tecnológicas basadas en Web, que nos permitirán manejar más eficientemente diversos de nuestros procesos operativos y tener más rapidez y precisión en el manejo de toda la información involucrada:

- Control de proyectos: Mediante el uso de la herramienta AtTask, llevamos un control detallado de los proyectos en los que estamos inmersos. Las diferentes etapas de los proyectos son monitoreadas con esta herramienta y vamos registrando toda la información del mismo, permitiéndonos capturar el know how para futuros proyectos similares
- Selección de personal: Mediante el uso de la herramienta Recruiter, estaremos mejorando y controlando todo el proceso de identificación, selección y reclutamiento de personal. Mantenemos una base de datos siempre actualizada de potenciales candidatos, a fin para poder hacer selección preventiva en el futuro y ser más rápido y certeros en la contratación de nuevo personal.
- Bitácora legal: Mediante una herramienta tecnológica estamos controlando el cumplimiento de todas las disposiciones legales que debe cumplir la empresa. Se están cargando por áreas y en el 2012 se están controlando todo lo referente a temas de control tributario.

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 futuro, someto a consideración de la Junta General la propuesta sobre el destino de las utilidades, la misma que se explica en el cuadro siguiente:

Utilidad antes de Impuestos Diferidos	\$ 4.339.289,12
Impuestos Diferidos	\$ -891,29
Utilidad Neta para cálculo de Reserva Legal	\$ 4.338.397,83
Reserva Legal (10%)	\$ 433.839,78
Utilidad Neta antes de reinversión	\$ 3.905.449,34
Utilidad a reinvertir obligatoria	\$ 1.500.000,00
Compensación Pérdida NIFFs*	\$ 973.090,86
Utilidad Neta disponible para los accionistas	\$ 1.432.358,48
Dividendos a distribuir	\$ 600.000,00
Utilidad Neta después de Dividendos	\$ 832.358,48

El saldo de utilidad neta después del pago de dividendos por US\$ 832,358,48, se propone destinarlo a la cuenta para futuras capitalizaciones.

AGRADECIMIENTO

Como último punto debo agradecer a todos los empleados que conforman la familia Zaimella. 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 está 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