

SEÑORES ACCIONISTAS:

De conformidad con las disposiciones legales y estatutarias vigentes, se somete a consideración de ustedes el Informe de Labores, el Balance General, el estado de Pérdidas y Ganancias, y el de los Señores Auditores Externos Deloitte&Touche, correspondientes al ejercicio del año dos mil catorce

ENTORNO SABIJER'S S.A. 2014

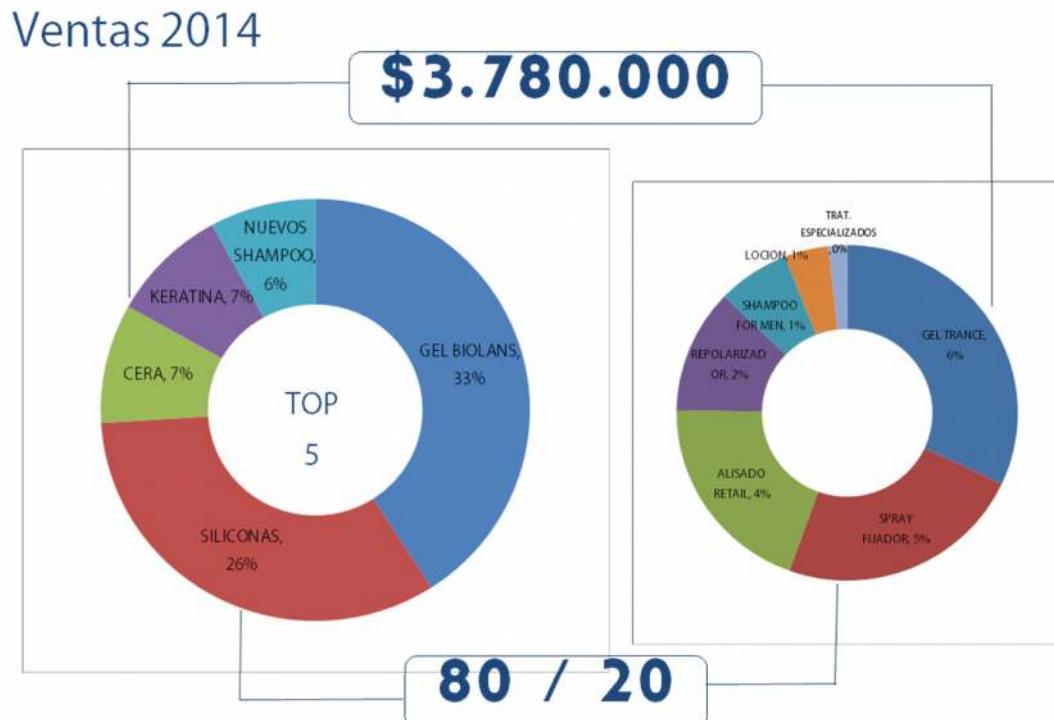
En diciembre de 2013 el gobierno nacional determina un incremento en las tasas arancelarias así como el establecimiento de cupos importación para algunos productos de la categoría de cosméticos en las cuales participa Sabijer's., así como una nueva ley de comunicación. Esto generó un cambio en los planes y estrategias para el 2014. La proyección inicial no era totalmente alentadora debido a que veníamos de una descodificación de parte de Supermaxi(uno de nuestros mayores clientes) de las líneas de siliconas, tratamientos y lacas, el cual tenía una participación en el total del volumen de ventas del 37% (- Usd 30.000/mes), de la misma manera la descodificación de los geles Biolans en Mi Comisariato (- Usd 15.000/mes), por la cual fijamos un presupuesto para el año 2014 del \$3.077.000. Dadas estas medidas protecciónistas del gobierno nacional, el mercado reaccionó positivamente a nuestro favor y gracias a ellos se volvieron a re-codificar las líneas en Supermaxi y gracias a la intervención de Confiteca pudimos ingresar nuevamente la línea de Fijación en Mi Comisariato en el mes de julio de 2014.

En función de las nuevas condiciones de mercado se tomó la decisión de ingresar en la categoría de Shampoo capilares, dado que se estaba presentando un desabastecimiento de productos de esta categoría así como en la frecuencia de anuncios publicitarios que es una de las principales herramientas para lograr los objetivos de ventas. Sabijer's nunca había participado en este mercado, dado que no se veía una oportunidad mínima

de éxito, dado que los niveles de inversión en publicidad son bastante altos. La categoría de Shampoo es la de mayor volumen y de mayor valor dentro del mercado cosmético, que para Ecuador representa cerca de usd 170 millones al año. Se determinó generar una línea completa de shampoo, es decir adicional al Shampoo esta iría acompañada de acondicionador, crema de peinar, spray y tratamiento, atendiendo las categorías de mayor demanda en el mercado que son:

- ✓ Línea de Hidratación
- ✓ Línea de nutrición
- ✓ Control caída
- ✓ Anti caspa y Dos en Uno

Inicialmente se definió ingresar al mercado en el mes de agosto de 2014, pero dados algunos inconvenientes de diferentes tipos pudimos estar el mercado en el mes de octubre, lo que significó modificar el plan de ventas inicialmente propuesto junto con estas líneas que fue de Usd 3.700.000.

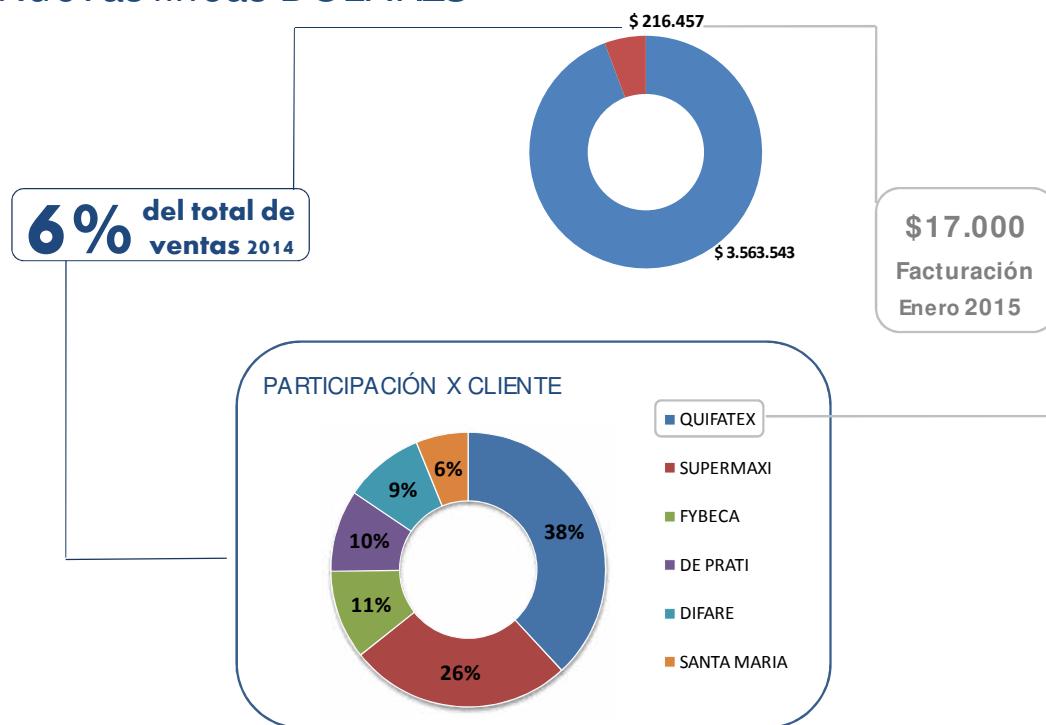


INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

A partir de este punto se definieron los claims que acompañaría a cada una de ellas así como los diseños de envases y etiquetas, destacando que estos desarrollos se realizaron 100% in house con el fin de aminorar los costos y gastos que un lanzamiento de esta envergadura conlleva. Si este desarrollo se hubiera realizado a través de asesoría externa podríamos incurrir en una inversión de alrededor de U\$150.000.



Nuevas líneas DOLARES



PRODUCCION

En el área de producción se tuvo un crecimiento del 7% en las unidades producidas manteniendo un costo de mano de obra muy similar al del 2013, para el último trimestre el incremento en unidades en producción fue del 16%, esto se debió al lanzamiento de las nuevas líneas de Shampoo. Dentro de los costos de producción el rubro que tuvo mayor incremento fueron los gastos indirectos de fabricación que se incrementaron en un 16% debido a la compra de moldes y el gasto de los registros sanitarios para las nuevas líneas nuevas.

Como producto del incremento en la producción de unidades por las líneas nuevas y también por la recuperación de codificación de productos en algunos clientes, hubo un incremento importante en las compras de materias primas y materiales, para el 2014 estas compras aumentaron en un 47%, sin embargo nuestro inventario al cierre del año 2014 tuvo un decrecimiento del 8.7% lo que significa que tuvo mayor rotación. A raíz del incremento en compras con algunos proveedores recurrentes se logró el aumento el tiempo de crédito a 60 días.

Se mantiene la política de dar de baja aquellos materiales que dentro del proceso se cambian en el producto.

En cuanto a maquinaria y equipo a finales del 2014 se inició el proyecto de automatización de la línea de producción de gel de 500 y 1000 gramos ya que por la viscosidad del producto el proceso era lento al momento de cargar la envasadora, lo que se quiere es lograr mayor eficiencia en la producción de estos productos que son los de mayor demanda en el mercado.

ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO

El Margen Bruto tuvo un crecimiento del 25% con respecto al 2013, sin embargo con respecto a los ingresos se mantiene en el 57%, esto se debe al crecimiento que se tuvo

en ventas para el 2014 del 25%. En este punto es importante tener en cuenta que se mantiene la política que maneja la compañía, que es de mantener constante el margen bruto.

En cuanto a los gastos que tienen que ver directamente con Ventas, de Promoción, Trade, Operaciones y Fuerza de ventas seguimos manteniendo un promedio del 24% sobre los ingresos durante el 2013 y 2014.

El saldo de la deuda al cierre de 2014 fue de U\$141.000 con gastos financieros anuales de U\$31.000 anuales, que corresponde a un préstamo hipotecario; en octubre del 2014 se termino de cancelar una deuda de un préstamo de capital de trabajo con el Banco Produbanco.

Inicialmente se había planteado una Utilidad después de impuestos de \$228.000, meta que se replanteo a la presentación del primer Forecast del 2014 en \$327.000 y al cierre del 2014 obtuvimos una Utilidad de \$471.000 logrando un crecimiento del 106% con respecto al Plan y con respecto al 2013 un crecimiento del 119%.

El Ebitda al cierre del 2014 creció en un 99%, pasando de \$409.000 en el 2013 a \$816.000. El Ebitda respecto de las ventas paso de un 13% a un 21%.

Se logró optimizar el inventario respecto del 2013 en 22 días, en el 2013 se tenía una rotación de 83 días y al cierre del 2014 tuvimos una rotación de 61 días.

Aunque tuvimos una rotación de 80 días al cierre del año, esto se debió a los diferentes cortes que realizan los clientes en los pagos por la temporada; nuestra cartera es muy sana y normalmente estamos dentro de máximo 70 días, la cartera que se dejó de cobrar al cierre del 2014 se recuperó en un 100% en enero del 2015.

En cuanto a la rotación de cuentas por pagar se replanteo la política de pagos y se realiza una planificación mensual y semanal, de manera que nos permita cumplir con los

proveedores y esto se ve compensado en la entrega oportuna de materiales y materias primas dentro del los tiempos que se necesitan para cumplir los tiempos de producción.

	2013	2014
Días de Inventarios	83	61
Días de Cartera	73	80
Días por Pagar	103	96
Ciclo de Efectivo	53	45

Nuestro ciclo de efectivo se disminuyó en 8 días y esto se debió principalmente a la disminución de los días de inventario que fueron de 22 días.

V. LIQUIDEZ

Al final del periodo del 2014 cerramos con un saldo en Bancos de \$807.085, esto se debe a que nuestro flujo neto operativo fue positivo en el 75% de los periodos con un promedio de \$23.000 positivos; el mes que marca la diferencia negativamente fue el mes de abril debido a los pagos de utilidades retenidas a los ex socios y al pago de utilidades a trabajadores.

Cabe anotar que las utilidades del 2013 actualmente están retenidas ya que fue decisión de Confiteca que dichas utilidades no fueran repartidas.

DESARROLLO DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Para el mercado de cuidado personal existe uno canal conocido como mayorista especializado, canal que actualmente trabajamos a través de Quifatex con el cual al cierre de 2014 logró una participación del 27% del total de las ventas, constituyéndose en el principal cliente de la compañía, y canal de mejor comportamiento en la rotación de las nuevas líneas de Shampoo.

VII RESULTADOS FINANCIEROS Y RECOMENDACIONES

Los Estados Financieros han sido presentados en conformidad con la Legislación vigente.

Antes de terminar este Informe, la Junta Directiva quiere dejar constancia de su agradecimiento para los Ejecutivos, Funcionarios y Trabajadores en general, que gracias a su concurso ha sido posible lograr los resultados que presentamos. Para los integrantes del equipo de ejecutivo de la compañía ha sido un reto el poder cumplir con los objetivos propuestos pero de igual manera un proceso enriquecedor profesionalmente y estamos convencidos que Sabijer's S.A. en una compañía de mucho futuro siempre y cuando obtenga el oxígeno suficiente para aprovechar las oportunidades y retos que presenta el mercado. El mercado de hoy no es ni será el mismo para dentro de 10 años, estamos en un mundo que cambia aceleradamente y tenemos que tener una visión mucha más amplia para poder anticiparnos a las nuevas tecnologías al igual que a los retos que la comercialización nos exigirá.

Queda en consideración de los Señores Accionistas el presente Informe; y, corresponde a esta Junta General designar al Comisario Principal y Suplente y a los Auditores Externos, para el ejercicio dos mil quince; y, fijar las respectivas remuneraciones.

Quito, marzo 2 del 2.015

IVAN R. RUSINQUE SALAZAR,
GERENTE GENERAL