



# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

## INFORME DEL GERENTE GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMÉTICOS S.A. (PRODUCOSMETIC)

Señores Accionistas:

En cumplimiento de lo dispuesto en los Estatutos y en la Ley de Compañías, me cumple someter a vuestra consideración el Informe Anual respecto de las actividades desarrolladas por **PRODUCOSMETIC** en el ejercicio económico de 2004.

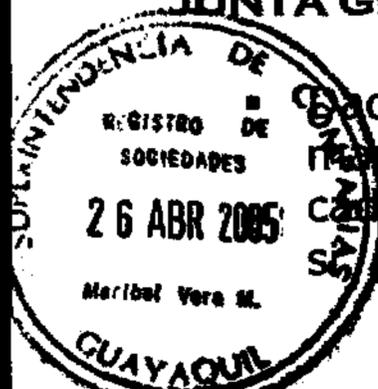
### 1.1. SOBRE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

El año 2004 las ventas netas fueron de \$ 1'023.706,33, vs \$ 905.644,62 del año anterior, lo que significó un incremento del 13%. Comparadas con el año 2002, las ventas del 2003 decrecieron 6.4%.

VENTAS				
2002	2003		2004	
967.085,82	905.644,62	-6,4%	1.023.706,33	13,04%

- La gran presencia en el mercado de productos importados, especialmente de China, cuyos costos son extremadamente bajos en función de los nacionales, hizo que la Compañía se vea obligada a mantener por otro año más las listas de precios, lo que a la postre ha significado mantenerlos por tres años, incidiendo directamente en el margen bruto, ante el incremento que permanentemente se vienen dando en los costos de los bienes importados y del mercado local y de los gastos operacionales en general.

### 1.2. SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL



Dado el gran número de casas del exterior con quien manteníamos relaciones comerciales, se hizo un análisis de cada una de ellas para ver si era conveniente mantenerlas o, por el contrario, dadas las condiciones de atomización del



# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

2

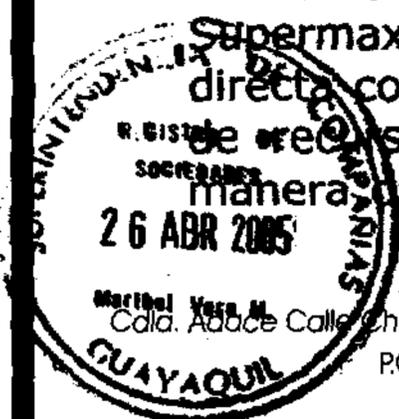
mercado, resultaba preferible descartarlas y liquidar los inventarios existentes, concediendo bonificaciones por compra y promociones. Las casas con las que ya no se trabajará son: Italian Cosmetics, Alfar kosmetics, Succes de Paris, J & J Luxe Difusión, Christine Darvin, Essence Corp, Ambrosia, Gaugham, Prohima Internacional, Beter, Athenas, porque además, los costos de importación suben permanentemente, ante el constante incremento en el tipo de cambio del Euro con relación al dólar, que ha venido afectando directamente el margen bruto, al no poder trasladar dichos incrementos de costos al precio, dado que de haberlo hecho o vendíamos menos o simplemente no vendíamos, por la alta competitividad de productos importados especialmente chinos.

- Las casas con las que continuaremos manteniendo las relaciones comerciales son : Myrurgia, especialmente, y Quimi Romar, de España, FMCG y Statestrong, de Inglaterra, Thaipuff de Tailandia.
- Pero es necesario recalcar que si por un lado hemos descartado algunas casas, la Compañía ha desarrollado algunas marcas propias, que de alguna manera vendrían a compensar las que ya no comercializaremos. Es así que el año 2004 incorporamos al portafolio de productos de perfumería las siguientes marcas: Monza, Access, Blackjack, L'Fleur y One Kiss, las dos primeras para caballeros y las dos restantes para damas.

## 1.3. PRINCIPALES HECHOS ADMINISTRATIVOS, LABORALES Y LEGALES EN EL AÑO 2004.

### 1.3.1. EN MATERIA ADMINISTRATIVA

- Si bien la Compañía tiene asignada una línea de crédito con Produbanco, garantizada con la hipoteca abierta, solo se la utilizado parcialmente, porque desde el mes de octubre del 2004, hemos hecho algunas operaciones de negociación de facturas de Supermaxi y Farcomed, que son instituciones que tienen relación directa con Produbanco, y que nos ha servido para la consecución de recursos para capital de trabajo. Estos clientes pagan de manera oportuna y se tiene la ventaja de que los intereses se los





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

3

va liquidando a medida que el Banco va realizando los cobros de las facturas que les son endosadas por Producosmetic.

- Ha habido la preocupación constante de dotar a cada departamento de la Empresa de los equipos necesarios para el mejor desarrollo de las actividades. Es así que en materia de computación, ha existido un seguimiento estricto para que cada departamento cuente con lo que debe tener para la realización satisfactoria del trabajo.

## 1.3.2. EN MATERIA LABORAL

- Se ha mantenido el personal del año anterior, y las vacantes dejadas por la recepcionista y bodeguero que renunciaron, no fueron llenadas sino que a la Cajera como parte de sus funciones se le asignó las de la recepcionista, y a un ayudante de Contabilidad se le encomendó las funciones de Bodeguero, con lo cual el personal de Contabilidad se redujo en esta persona, cuyo puesto tampoco fue llenado.

## 1.3.3. EN MATERIA COMERCIAL

- Para reforzar las actividades del departamento de ventas y como un apoyo al producto, desde mediados del año anterior la Compañía ha emprendido en campaña publicitaria de sus principales productos. Se lo ha hecho primero con la línea Boutique, Deport Talc, Mentorub (marcas propias) y para el primer semestre del 2005 se lo viene haciendo con la línea Maja y especialmente Lactovit, en revistas tales como Cosas, Caras, Vanidades, Hogar, Vida y Salud. Además, en el caso de Lactovit se contrató una publicidad mediante "banners" colocados en sitios estratégicos del Malecón de la península.
- Como una forma de conseguir una mayor rotación del producto, la Gerencia General directamente ha venido trabajando en la preparación de ofertas promocionales, dirigidas directamente al consumidor, con descuentos de hasta el 30% sobre el PVP.

## 1.3.4. EN MATERIA LEGAL

Un hecho que merece destacar es el aumento de capital social de la Compañía de \$ 8.000 a \$70.000, tomando del saldo de los valores





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

4

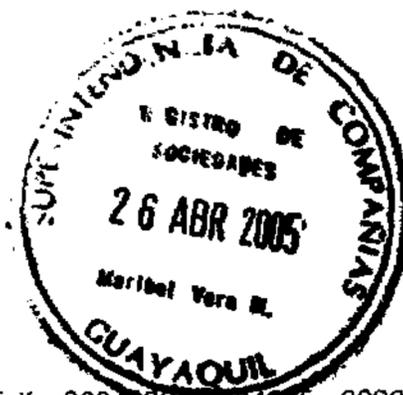
existentes en la cuenta Reserva de Capital. De acuerdo con la Ley se conjugaron primeramente las pérdidas acumuladas y del saldo que quedaba se tomó para el incremento. El incremento del capital en \$ 62.000 fue resuelto por la Junta General de Accionistas el 26 de febrero 2004, que fue elevado a escritura pública el 26 de mayo 2004, y cuyo trámite concluyó el 26 de julio de 2004 con la inscripción de la escritura en el Registro Mercantil de Guayaquil.

- El 24 de junio 2004 se hizo la cesión y transferencia de acciones, que fue registrada en el Libro de Acciones y Accionistas, quedando la conformación del capital de la siguiente manera:

NÚMERO DE ACCIONES	ACCIONES	CAPITAL	Porcentaje
Xavier A. Zamora Hilbron	875.000,00	35.000,00	50%
Mariela C. Zamora Hilbron	875.000,00	35.000,00	50%
	1.750.000,00	70.000,00	100%

- El trámite 303/2004 de tutela administrativa solicitada por la Compañía BEIERSDORF AG. Por la presunta infracción a los derechos de propiedad industrial fue resuelta amigablemente entre las partes, acogiendo dicha Compañía las modificaciones del texto del Acuerdo Transaccional sugerido por Producosmetic. El Acuerdo que puso fin a este trámite fue suscrito el 7 de marzo/2005.
- Está pendiente el contrato de distribución con el Grupo Puig. La información requerida para este propósito fue proporcionada oportunamente por Producosmetic.
- Vale citar también en que al cierre del 2004 el total de los **ACTIVOS** no superó el millón de dólares, que es condición para contratar de manera obligatoria la Auditoría Externa. En el año 2005, sí será necesaria, dado que es muy probable que esto ocurra.

## 1.4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA Y DE LOS RESULTADOS





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

## ACTIVOS

Activo Corriente	100.000	92.417		
Activo Fijo Neto	104.873	121.280		
Otros Activos	4.000	4.280		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>208.873</b>	<b>217.977</b>		

## PASIVOS

Pasivo Corriente	394.000	437.200		
Pasivo No Corriente	200.000	200.000		
Pasivo Total	594.000	637.200		
Patrimonio Neto	344.141	344.141		
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>				

<b>INVENTARIOS</b>	<b>438.101</b>	<b>371.000</b>		
--------------------	----------------	----------------	--	--

### 1.4.1. ACTIVOS

- El **ACTIVO CORRIENTE** ha incrementado en el 8,06% con relación al 2003. Dentro del Activo Corriente, las partidas de clientes y de inventarios son las realmente importantes en función de la relación frente al total de los activos.
- **CLIENTES** ha incrementado el 31% vs. el año 2003 que podría explicarse con el incremento del 13% en ventas, pero también se debe a que en los meses de octubre y especialmente en noviembre los Mi Comisariatos hicieron compras importantes que están siendo pagadas recién a partir de marzo/05. Del total del activo, la partida de INVENTARIOS representa el 43,15%.
- Los **INVENTARIOS**, por el contrario, han disminuido con relación al año 2003, en el 9%. Esto se debe a que se suspendieron las importaciones de otras casas como se indica anteriormente, pero además porque la Gerencia General tomó a su cargo directamente la responsabilidad de bajar y liquidar los inventarios de dichas casas que estaban quedándose y que significaban un costo financiero inmovilizado. Si revisamos el informe del año 2003, veremos que la situación en dicho período fue diferente. Los inventarios en el 2003 incrementaron en el 24% vs. el 2002.





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

6

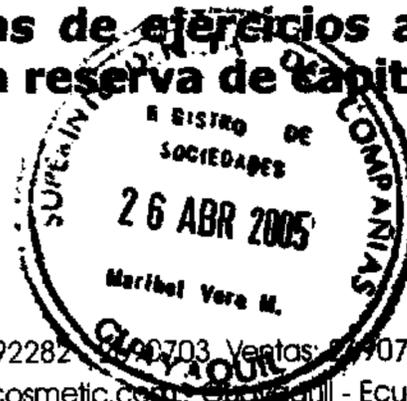
- El **ACTIVO FIJO NETO** ha incrementado en \$ 17.135, equivalente al 16,39% sobre el año anterior. Esto se debió fundamentalmente a la incorporación de 1 vehículo para ser usado por la Presidencia, menos la depreciación acumulada del período, porque también se incorporaron ciertos equipos de computación.
- Por las razones indicadas el total del **ACTIVO** incrementó en el 9% en el año 2004 vs. el 16% en el año 2003.

## 1.4.2. PASIVOS

- El **PASIVO CORRIENTE** si bien ha incrementado en el 2004 en el 20,9% sobre el año 2003, sin embargo este incremento ha sido inferior al del año 2003 vs. el 2002, que fue del 46%.
- El **PASIVO NO CORRIENTE** en cambio ha decrecido en el 0,35%.
- En el **PASIVO TOTAL** el incremento ha sido del 12,3%, menos que en año anterior que fue del 42% sobre el 2002.

## 1.4.3. PATRIMONIO NETO

- El **PATRIMONIO NETO** prácticamente se mantiene como el año anterior, pues la variación ha sido a penas de más 0,05%.
- El 17 de febrero de 2004 la Junta General de Accionistas resuelve por unanimidad que se compense contablemente las pérdidas acumuladas al cierre del ejercicio del 2002 y la resultante del ejercicio del 2003, tomando su valor del saldo acreedor de la cuenta **RESERVA DE CAPITAL**, de acuerdo con la Resolución No. 01.Q.ICI.017, expedida por la Superintendencia de Compañías el 19 de diciembre del 2001, publicada en el Registro Oficial No. 483, del 28 de los mismos mes y año, en cuyo artículo 7.- **Compensación de pérdidas**, establece que "Las compañías que registren pérdidas al cierre de un determinado ejercicio económico, podrán compensar contablemente las pérdidas de ese ejercicio y las acumuladas de ejercicios anteriores, con el saldo acreedor de la cuenta reserva de capital".





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

- Además, el 26 de febrero del 2004 la Junta General de Accionistas resuelve incrementar el **CAPITAL SOCIAL** de \$ 8.000 a \$ 70.000, tomando los \$62.000 asimismo del saldo de la cuenta RESERVA DE CAPITAL, de acuerdo con el artículo 2 de la misma Resolución No. 01.Q.ICI.017 de la Superintendencia de Compañías antes citada.
- Por los movimientos efectuados por cargo a la cuenta Reserva de Capital, esta cuenta quedó con un saldo de \$ 19.266,05 conforme se grafica en el siguiente cuadro:

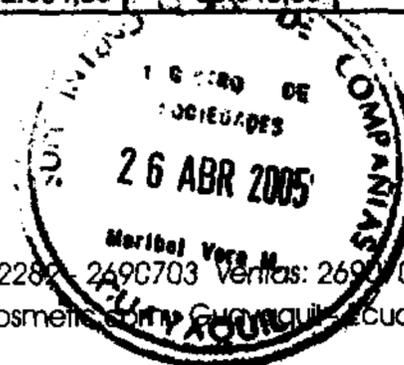
CUENTA RESERVA DE CAPITAL		
Reserva de Capital al 31 dic/2003		216.162,04
Menos: Absorción pérdidas:		
Pérdida Acumulada al 2002	81.456,97	
Pérdida del ejercicio 2003	53.439,02	
Total pérdidas absorbidas por Reservas		134.895,99
Subtotal Reservas de Capital		
		81.266,05
Tomado para incremento capital		62.000,00

- Con los movimientos anteriores, la estructuración del Patrimonio quedó así:

PATRIMONIO	
Capital Social	70.000,0
Reserva de Capital	19.266,1
Reserva Legal	4.641,5
Utilidades años anteriores	147.902,8
Utilidad del ejercicio	2.446,5
	<b>244.256,9</b>

## 1.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS COMPARADOS CON EL AÑO ANTERIOR

	2003	2004	2005	%
VENTAS NETAS	905.645	1.023.706,33	118.061,33	13,04%
(-) Costo de Ventas	397.562	410.314,02	12.752,02	3,21%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	508.083	613.392,31	105.309,31	20,73%
(-) Gastos de Operación	561.522	600.887,42	39.365,42	7,01%
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	-53.439	12.504,89	65.943,89	13,72%





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

8

## ➤ VENTAS NETAS

- No obstante la recesión económica existente y lo pulverizado del mercado con productos importados, sin embargo la Compañía ha logrado mantener el nivel de ventas del año 2003, incluso consiguió un incremento del 13%.
- Dado que la decisión de la Compañía fue de descartar las casas que han tenido rotación lenta de sus productos, la Compañía emprendió en una agresiva campaña de liquidación de los inventarios de dichas casas que estaban quedándose rezagados, concediendo importantes descuentos, dado sus costos contables bajos.

## ➤ MARGEN BRUTO

- Como consecuencia del incremento en ventas, se produjo también un incremento en el margen bruto, especialmente también por lo mencionado en el punto anterior: la compañía emprendió en una agresiva campaña de liquidación de inventarios de casas que ya no se justificaba mantenerlas, para de alguna manera recuperar los costos incurridos y que finalmente le quede algún margen para absorber los costos financieros de inventarios que significaron carga financiera en un momento dado.

## ➤ GASTOS DE OPERACIÓN

- Debido a los controles que se han venido ejerciendo sobre los costos y gastos en general, en el año 2004 los gastos operacionales han experimentado un incremento del 7%, que podría considerarse razonable.

## ➤ RESULTADOS

- A diferencia del año anterior, los resultados generados por las operaciones en el 2004, si bien no fueron los esperados por los accionistas, sin embargo fueron positivos, pues se consiguió una utilidad antes de participación trabajadores e impuesto a la renta de \$ 12.504,89, debido al incremento del 13% en las ventas, que





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

9

permitió absorber el costo de ventas y especialmente la variación en los gastos operacionales de administración y de ventas.

- La utilidad neta del ejercicio, excluyendo la participación de trabajadores, el impuesto a la renta y la apropiación para reserva legal, finalmente quedó en \$ 2.446,50, que se incrementa a \$ 150.349,30, por las utilidades acumuladas de años anteriores.

## 1.6. EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES QUE SE HICIERON EL AÑO 2004.

### 1.6.1. En Materia Comercial

- Si bien se concretaron las exportaciones de la línea MENTORUB a Perú, sin embargo no se dieron en la medida de las expectativas, pues solo se hicieron 2 exportaciones: una en mayo 15/204 por un monto de \$ 10.180,80 y otra en agosto 2/04 por \$ 6.374,16. Los argumentos que esgrimió el importador fue que la competencia era fuerte en el Perú con otros productos de este tipo, pero cuanto se mantuvieron las conversaciones previas a la negociación, claramente se les enfatizó que es un producto de volumen, con escaso margen de rentabilidad, y que por eso deberían excluir en la comercialización al canal Mayorista y llegar ellos directamente como distribuidores al detallista.
- En lo que respecta al desarrollo de nuevas marcas propias de perfumería, en cumplimiento de las recomendaciones, en el año 2004 se incorporaron 5 de las 6 marcas en cuyo proyecto se venía trabajando. Estas son One Kiss y F"leur (de damas) y Access, Blackjack y Monza (de caballeros).
- Como extensión de la línea BOUTIQUE, en el año 2004 también se incorporaron el Body Lotion y el Talco, habiendo quedado pendiente el jabón líquido antibacterial, que se lo hará en el 2005. Estos nuevos productos han tenido una excelente rotación, porque fundamentalmente su comercialización se la hizo en estuches, concediendo descuentos especiales directamente al usuario.
- Quedó pendiente de cumplimiento la concreción de la fabricación local de shampoos, colonias, cremas, de las que se importan de las casas Quimi Romar y Statestrong. El talco Pibe's Baby Care sí se lo fabricó y comercializó conforme a las recomendaciones.





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

10

- Que aunque se recomendò estudiar la posibilidad de discontinuar el tamaño de 3 onzas del quita esmalte Boutique, sin embargo se ha creído conveniente esperar un tiempo más para esta definición, y por el momento se lo continúa comercializando.
- Así mismo se hizo el estudio correspondiente y definición de las unidades de empaque por cada producto y las nuevas listas de precios ya incluyen esta información.

## **1.6.2. En materia de recursos humanos**

- La Compañía ha mantenido su estructura de personal, a no ser en el caso de las impulsadoras, algunas de las cuales se contratan para impulsación en fechas importantes para la comercialización, como San Valentín, Día de las Madres, Navidad, pero estos costos son asumidos por las reservas correspondientes.
- Con el fin de que el trabajo se realice de la manera más eficiente y oportuna, la Compañía no ha escatimado en las inversiones que han sido necesarias para dotar al personal de su equipo de computación, que les permita el desarrollo normal del trabajo.

## **1.6.3. En materia contable**

- Se realizaron los trámites ante el SRI para dar de baja los inventarios obsoletos, discontinuados o defectuosos, que no era posible comercializarlos. El monto ascendió a \$ 13.627,62, y que correspondieron al período de septiembre 1 de 2001 a febrero 28 de 2004.
- En cumplimiento de la recomendación, se procedió a efectuar el incremento del capital social de la Compañía de \$ 8.000 a \$ 70.000, tomando el incremento de los \$ 62.000, o del saldo de la cuenta RESERVA DE CAPITAL, pero primero la Junta General de Accionistas resolvió que, de acuerdo con lo dispuesto por la Superintendencia de Compañías, se conjuguen primero las pérdidas acumuladas y las del último ejercicio del 2003, tal como lo permitido por la Resolución de la SC No. 01-Q.ICI.017, expedida el 19 de diciembre del 2001, publicada en el Registro LOficial No. 483, del 28 de los mismos mes y año.

Así mismo, la Gerencia General tomó directamente como de su responsabilidad hacer un análisis de los inventarios para





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

11

determinar aquellos que por sus niveles vs la rotación, ameriten darles un tratamiento especial para buscar la forma de salir de los mismos y que no signifiquen una carga financiera. Para esto se hicieron promociones y se concedieron descuentos especiales, buscando por lo menos recuperar la inversión y quedarnos con un margen aunque sea mínimo de rentabilidad.

## 1.7. RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL RESPECTO A LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL SIGUIENTE EJERCICIO 2005.

### 1.7.1. EN MATERIA COMERCIAL

- Que dado que la comercialización de la línea BOUTIQUE, especialmente del Splash, Body Lotion y Talcos están experimentando una importante rotación cuando se los comercializa en estuches, y a fin de abaratar costos, que se autorice la fabricación de un molde para la fabricación de un envase igual, que podría ser utilizado no solo para el splash sino también para el body lotion, y de esta manera unificar la presentación del producto y conseguir mejores costos.
- Que dada la alta competitividad en cuando a los productos comercializados por la Compañía, y estando conscientes de que la publicidad bien canalizada podría generar mejores logros en los objetivos de ventas, que se mantenga el contrato con la agencia de publicidad con la que se viene trabajando, concretando un programa de inversión publicitaria para el 2005, tomando en cuenta que de acuerdo con las políticas de precios de la Compañía, la venta de cada producto genera un determinado porcentaje de reserva que debe ser utilizado precisamente en este importante objetivo. Que se comience con la línea Boutique, Deport Talc, Mentorub y el Lactovit de Myrurgia.
- Correlativamente con lo anterior, es importante también que se autorice a la Gerencia General contratar con una empresa especializada para que haga un estudio de mercado de los principales productos de la Compañía, para conocer la real participación en el mercado y el grado de aceptación que los mismos están teniendo.

Que se autorice a la Gerencia General viajar a Miami, Estados Unidos, para conocer de cerca al señor Ramón O. Reyes, quien ha





# PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

12

manifestado su interés en la línea Mentorub, y ver la posibilidad de poder exportar el producto hacia los países donde dicho señor ha manifestado tener contactos.

- Que se estudie la conveniencia o no de reactivar la comercialización de la línea de depilatorios de la Compañía Drammock, toda vez que la señorita Felicity Scarffo ha reiterado su ofrecimiento para su distribución exclusiva por parte de Producosmetic.
- Que dado que una buena opción en materia de comercialización es la vía multinivel, que se hagan gestiones con miras a encontrar el cliente objetivo, haciéndole énfasis, eso sí, en la necesidad de que todos sus papeles y documentos estén en regla, capaz de que la Compañía, de concretarse esta opción, pueda proceder en materia de facturación conforme a la ley.

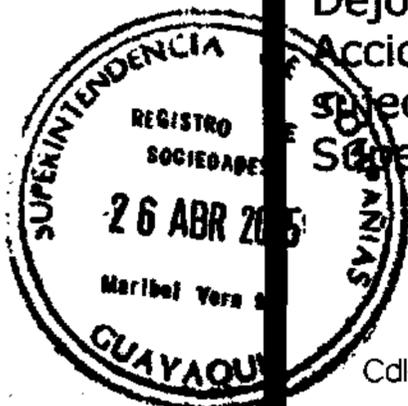
## 1.7.2. EN MATERIA DEL PERSONAL

- Conscientes de que la capacitación se está tomando cada vez más en una ventaja competitiva en el colaborador, que se dé especial atención a las invitaciones que hacen las Cámaras de Industrias y de Comercio sobre los cursos que ofrecen, y que se justifique de alguna manera la importante contribución que mes a mes viene haciendo Producosmetic como socia activa de la misma.

## 1.7.3. EN MATERIA CONTABLE

- Que se tome muy en cuenta la recomendación de que del proceso contable y documentación importante debe dejarse los correspondientes respaldos, que asegure contar con la información en cualquier momento.
- Que se mantenga el criterio de la necesidad que tiene la Empresa, como cualquier otra, de que por lo menos al final de cada año se tome el inventario físico general a la bodega, pero que se hagan los esfuerzos para que en tratándose de productos terminados se lo haga por lo menos bimensual.

Dejo en esta forma cumplido el Informe a la Junta General de Accionistas, de acuerdo con las disposiciones legales y estatutarias y con sujeción al Reglamento que sobre el particular tiene expedido la Superintendencia de Compañías, mediante Resolución No. 92.1.4.3.0013,





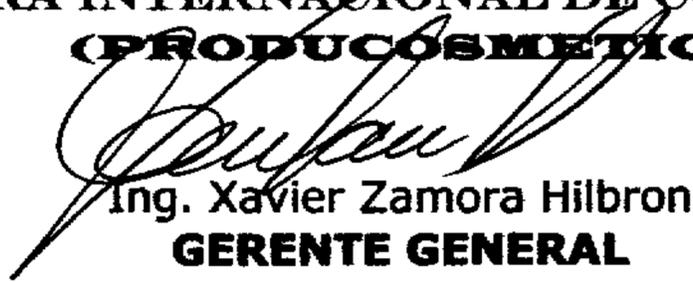
**PRODUCOSMETIC S.A.**  
PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.

13

del 18 de septiembre de 1992, publicado en el Registro Oficial No. 44, del 13 de octubre del mismo año.

Guayaquil, 10 de febrero de 2005

**PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMÉTICOS S.A.**  
**(PRODUCOSMETIC)**



Ing. Xavier Zamora Hilbron  
**GERENTE GENERAL**

Expediente No. 56656-88

