



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 2007.

1.1. SOBRE CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

Con relación al año 2006, no obstante que las ventas crecieron en el año 2007 en el 4%, sin embargo este incremento fue inferior al conseguido el año 2006, y en esto algo tuvo que ver el hecho de que en diciembre del año 2006 se hizo un despacho a la Fundación Children Internacional, de Guayaquil y Quito, cuya facturación fue de \$ 93.208.00, que no estuvo presupuestada. En el año 2007 se presentó una nueva propuesta para intervenir en la licitación que anualmente convoca dicha institución, conscientes de que en la anterior licitación la compañía cumplió con todas las condiciones y formalidades exigidas, pero en esta vez nos manifestaron que el objetivo de la licitación estaría dirigido a otro tipo de productos.

COMPARATIVO DE VENTAS				
2005	2006		2007	
996,446.07	1,250,530.25	25.5%	1,300,259.67	4.0%

- Durante el año 2007 la Compañía mantuvo sus listas de precios, no obstante los incrementos de los costos de los insumos que periódicamente hicieron los proveedores, especialmente de aquellos productos que tienen que ver con materias primas derivadas del petróleo, que son los que con mayor frecuencia se incrementaron.
- Fueron también importantes las promociones de estuchería que se programaron y realizaron durante el año, en fechas tales como San Valentín, Día de la Madre y Navidad, con productos de la marca Maja tales como cremas, jabones, desodorantes y cosmética, así como cremas y gel Lactovit, y splash Boutique en sus diversas presentaciones.



PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.



1.2 SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL

1. Como ocurrió en el año 2006, igualmente en el 2007 las inversiones en medios fue limitada, dado que este ejerció debía absorber el primer 2/3 de la amortización de los gastos publicitarios del 2005 que fueron diferidos para cargarlos a resultados en los siguientes 3 períodos, comenzando con el 2006, pero además el 1/3 de las amortizaciones del 2006.
2. Dando cumplimiento a la recomendación del año anterior, se mantuvo la política promocional de estuchería, especialmente en las épocas de febrero, mayo y diciembre.

1.3. PRINCIPALES HECHOS ADMINISTRATIVOS, LABORALES Y LEGALES EN EL AÑO 2007.

1. En el mes de mayo 2007 ingresó a Bodega la nueva máquina compactadora para polvos Maja adquirida mediante importación a la Compañía Cavalla de Estados Unidos.
2. En el mes de septiembre de 2007 el Grupo Puig nos comunicó la necesidad de proceder a celebrar los contratos de distribución y de fabricación, para formalizar las relaciones comerciales con Producosmetic, y, en el caso de este último contrato, fijar también un porcentaje de royalty por los productos fabricados localmente, como son las polveras, desodorantes y talqueras Maja.
3. Ante la salida de la compañía de la señorita Gema Arcos, que venia desempeñándose como Gerente de Ventas, la compañía contrató en su reemplazo al Ing. David Carofilis, quien ingresó a laborar a partir del 9 de abril de 2007.
4. Igualmente, al cabo de algún tiempo de gestiones, la compañía cuenta desde el día 7 de noviembre de 2007 con los servicios del señor Xavier Alvarado Becerra, quien viene desempeñándose como Jefe de Planta, y cuyas gestiones han estado en gran parte centradas en colaborar estrechamente con la gerencia general en el desarrollo de nuevos productos y cambio de presentaciones de la línea Boutique, especialmente.
5. El abogado de la compañía continúa el seguimiento de los dos procesos judiciales sobre dos clientes cuyas cuentas habían caído en morosidad.



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



**1.4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA
RESULTADOS COMPARADOS CON EJERCICIO PRECEDENTE**

1.4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA

- A continuación se grafican los extractos comparativos de los Estados Financieros de los años 2007 vs. el 2006.

ACTIVOS	2006	2007	Variación	%
Activo Corriente	797,370	834,463	37,093	4,65%
Activo Fijo Neto	80,148	67,126	-13,022	-16,25%
Otros Activos	101,981	7,804	-94,177	-92,35%
TOTAL ACTIVOS	979,499	809,393	-170,106	-17,37%

PASIVOS	2006	2007	Variación	%
Pasivo Corriente	539,643	576,222	36,579	6,78%
Pasivo No Corriente	-	-	-	-
Pasivo Total	539,643	576,222	36,579	6,78%
Patrimonio Neto	439,856	333,170	-106,686	-24,25%
PASIVO Y PATRIMONIO	979,499	809,393	-170,106	-17,37%

1. ACTIVOS

- El **ACTIVO CORRIENTE** ha incrementado en el 4,65% con relación al 2006. Dentro del Activo Corriente, las partidas de clientes y de inventarios son las realmente importantes en función de lo que cada una representa frente a los activos totales.

	2006	2007	Variación	%
CLIENTES	690,300	794,100	103,800	14,70%
INVENTARIOS	80,148	434,626	20,430	-4,49%

La cuenta de clientes ha incrementado en el 14,70% con relación al 2006, porque igualmente las ventas también incrementaron, pero además porque la recuperación de la cartera se está tornando cada vez más lenta.

El rubro de inventarios ha disminuido en el 4,49%, debido fundamentalmente al retraso con que últimamente el proveedor del exterior Myrurgia está despachando nuestros pedidos, y que no alcanzaron a ingresárselos a bodega en el mes de diciembre.



PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.



- El **ACTIVO FIJO NETO** ha disminuido por las depreciaciones, y en cuanto a nuevas adquisiciones, prácticamente lo único que se adicionó fue la máquina compactadora de polvos Maja.
- Por las razones anotadas, el **ACTIVO TOTAL** disminuyó en el 7,16% con relación al ejercicio anterior.

2. PASIVOS

- El **PASIVO TOTAL** ha aumentado en el 6,78%, y se debió en parte a las operaciones respaldadas con facturas, de clientes importantes y puntuales en el cumplimiento de sus pagos, como Supermaxi, Farcomed y Almacenes De Prati, cuyos recursos fueron destinados a capital de trabajo de la compañía.

3. PATRIMONIO NETO

El **PATRIMONIO NETO** ha decrecido, por los resultados negativos del 2007, y además por la decisión de la junta general de accionistas, según acta del 27 de diciembre de 2007, de tomar el saldo acreedor de \$ 19,266,05 que figuraba en la cuenta "Reserva de Capital", para compensar parcialmente las pérdidas arrojadas por el ejercicio, lo que hizo que el patrimonio neto sufriera esta disminución. Esta decisión la tomó la junta general en virtud de la Resolución de la Superintendencia de Compañías NO. 01.Q.ICI.017, expedida el 19 de diciembre de 2001 y publicada en el R. O. No. 483, del 28 de los mismos mes y año.

1.4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

	2006	2007	2008	%
VENTAS NETAS	1,250,530.15	1,300,259.67	49,729.52	3.98%
(-) Costo de Ventas	572,261.26	577,996.49	5,735.23	1.00%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	678,268.89	722,263.18	43,994.29	6.49%
(-) Gastos de Operación	638,412.69	787,750.46	149,337.77	23.39%
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	39,856.20	-65,487.28	-105,343.48	-16.91%

➤ VENTAS NETAS

- Al inicio de este informe se hizo una breve explicación sobre el resultado comparativo de ventas 2007 vs. el año 2006.



PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.



- La Casa Myrurgia (Grupo Puig) sigue constituyéndose en la principal fuente de facturación. En efecto, su participación a la facturación total de la Compañía es del 74%, mientras que el restante 26% lo hacen fundamentalmente las marcas propias.
- En el año 2007 se continuó con la política de promociones especiales, como una forma de reforzar la facturación, en la línea Maja y Lactovit de la Casa Myrurgia, se dio gran impulso a promociones especiales, principalmente de estuchería, tratando de que el cliente no solo que se beneficie con atractivos estuches, sino también con descuentos importantes que resulten atractivos al consumidor al momento de elegir.

➤ MARGEN BRUTO

- Como consecuencia del ligero incremento en ventas en el año 2007, se produjo también un incremento en el margen bruto, debido también a que el costo de ventas disminuyó en el 2%, pero esta mejoría se vio absorbida por el incremento con relación a ventas netas de los gastos operacionales, que fueron superiores en el 10% respecto a venas, por la amortización que se viene haciendo de los gastos operacionales, conforme se grafica a continuación:

	2006	%	2007	%	Diferencia	%
VENTAS NETAS	1,250,530.15	100%	1,300,259.67	100%	49,729.52	3.98%
(-) Costo de Ventas	572,261.26	46%	577,996.49	44%	5,735.23	1.00%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	678,268.89	54%	722,263.18	56%	43,994.29	6.49%
(-) Gastos de Operación	638,412.69	51%	787,750.46	61%	149,337.77	23.39%
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	39,856.20		-65,487.28		-105,343.48	-16.91%

➤ GASTOS DE OPERACIÓN Y RESULTADOS

- Los Gastos Operacionales incluyen los gastos administrativos, los gastos de venas y los gastos de publicidad y promociones. En el 2007, el 100% de los gastos publicitarios fueron absorbidos por el ejercicio y se amortizó una parte del diferido contabilizado el año anterior. Tal como se indicó anteriormente, con relación a las ventas netas representan el 61%, razón por la que los resultados en el ejercicio fueron negativos, no obstante los controles que se ejercieron sobre los costos y gastos en general, pero que en gran medida se debió también a que la compañía no revisó los precios, a pesar del incremento de los costos de importación por la tendencia siempre alcista del euro con relación al dólar, y porque gran parte de las importaciones vienen desde España. Sumado a este hecho, también incidió los incrementos de los costos de los insumos adquiridos localmente, especialmente aquellos que tienen que ver con los materiales derivados del petróleo.



PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.



1.5. EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES QUE SE HICIERON PARA EL AÑO 2007.

1.5.1. EN MATERIA COMERCIAL

- Como se había recomendado, la compañía mantuvo sus listas de precios en el año 2007, pero que dadas las condiciones actuales del mercado y las continuas alzas en los costos y gastos en general, se recomendó efectuar una revisión de las listas para el 2008, aprovechando la obligada revisión con motivo del gravamen del 20% establecido por el Gobierno par el ICE en la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria del Ecuador.
- Las inversiones publicitarias propiamente dichas fueron limitadas al máximo, para emplear los recursos más bien en actividades promocionales, especialmente de estuchería, exhibidores, etc., y comenzar a amortizar la publicidad diferida, como en efecto se lo está haciendo.

1.5.2. EN MATERIA DEL PERSONAL

- Como se indicó anteriormente en este informe, la compañía en el año 2007 contrató a Ing. David Carofilis, para el cargo de gerente de ventas, y al señor Xavier Alvarado, como jefe de la planta, lo que ha permitido que esta gerencia pueda continuar con el proceso de desarrollo de nuevos productos y/o modificación de su presentación de los existentes, especialmente de la línea Boutique.

1.5.3. EN MATERIA CONTABLE

- El inventario físico a la bodega siempre será importante, independiente del sistema contable que se lleve. Sin embargo, la Compañía no ha podido hacer una toma efectiva, dado que no obstante de haberse hecho la programación correspondiente, sin embargo de aquello ha tenido que suspenderse, para dar prioridad a los despachos a clientes. Esto ha hecho que no se haya podido efectuar una revisión razonable de los inventarios, pues solo se lo ha podido hacer de los correspondientes a aquellos productos de mayor rotación.

1.6 RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL RESPECTO A LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL SIGUIENTE EJERCICIO 2008.

1.6.1. EN MATERIA COMERCIAL

- Mantener la política de estuchería especialmente para las épocas de febrero, mayo, diciembre y mantener contactos también con la



PRODUCOSMETIC S.A.

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE COSMETICOS S.A.



Fundación Children Internacional con miras a que la Compañía sea tomada nuevamente en cuenta en una próxima licitación que involucre nuestros productos, a fin de reforzarla facturación y sobre todo la liquidez, en estos momentos tan venida a menos para la mayor parte de las compañías, ante la lenta recuperación de la cartera de clientes.

- Que la gerencia general continúe con el proyecto de desarrollo de nuevos productos, especialmente dando especial énfasis a la línea Boutique, por tratarse de la línea
- Que dadas las condiciones actuales en que se desarrolla el comercio en general, la compañía debe dejar establecido como política, la necesidad de revisar sus listas de precios año a año, ya que de no hacerlo así, cuando quiera hacérselo al cabo un mayor tiempo, es muy probable que se encuentre resistencia de los principales puntos de venta, porque a lo mejor no estén de acuerdo con el porcentaje.

1.6.2. EN MATERIA ADMINISTRATIVA

- Que, dada la importancia, trascendencias e implicaciones legales que podrían derivarse de la suscripción de los contratos con Myrurgia de España, se converse con el Estudio Garzón, León & Asociados de Quito para que sean los que asesoren a la Gerencia General en el proceso de revisión y posterior suscripción de los contratos respectivos.

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

Guayaquil, 25 de febrero de 2008

PRODUCTORA INTERNACIONAL DE
COSMÉTICOS S.A.
(PRODUCOSMETIC)


Ing. Xavier Zamora Hilbron
GERENTE GENERAL

Expediente No. 56656-88