

| | | |
|---|--------------------------------------|--|
|  | INFORME GERENCIA AÑO 2017 | Ing. Gustavo Ordóñez Tobar GERENTE GENERAL – REPRESENTANTE LEGAL |
| | | JULIO /2018 |
| | | Versión 01  |

INFORME GERENTE GENERAL TARSIS S.A AÑO 2017

Antecedentes

En el mundo actual donde los constantes avances y cambios, abren el camino a nuevas oportunidades de negocios, hemos visto una oportunidad explotar un nicho de mercado, el de cuidado personal orientado a satisfacer las necesidades especialmente de los jóvenes, quienes actualmente se han constituido en la principal influencia para la toma de decisiones de la compra.

El ejercicio 2017 - 2018 de la compañía tuvo operaciones comerciales ingresando al mercado de retail en los circuitos de autoservicios, tiendas departamentales y cadenas de farmacias con las línea cosmética DISNEY KIDS Y DISNEY BABY, esto a partir de enero donde el principal capital se centro en la inversión de registros sanitarios y estructura comercial como el merchandising en puntos de venta y marketing para el desarrollo de su marca de cosméticos. Se adquirió nueva maquinaria para este fin. Se prevé que la marca sea el 15% de participación en toda la empresa.

Transfondo histórico de la Empresa.

TARSIS S.A debe su nombre a una importante ciudad hebrea que dedicaba parte de la producción comercial a sostener obras para Dios, nosotros tenemos como fin ayudar ser una empresa lider en nuestro segmento y cumplidoras de valores y principios éticos empresariales.

TARSIS S.A es una empresa joven conformada de capital familiar, surge con la reunión de la experiencia de empresas multinacionales en el año 2001, los principales accionistas lograron reunir el expertise del mercado cosmético para su formación con el fin de representar marcas de prestigio mundial.

TARSIS S.A es constituida en el año 2001 como una Sociedad Anónima totalmente legalizada en la Superintendencia de Compañías.

Nuestros clientes

Nuestra empresa realiza una distribución masiva en los siguientes canales, de acuerdo al posicionamiento del producto, abarcando los niveles socioeconómicos: AB - BC.

1. Tiendas Departamentales
2. Cadenas de Farmacias
3. Supermercados Autoservicios
4. Distribuidores
5. Subdistribuidores

El mercado esta concentrado en:

SUPERMERCADOS

- SUPERMAXI (<http://www.supermaxi.com/>)
- MI COMISARIATO (<http://www.elrosado.com/>)
- MERY Y SANTAMARIA SUPERMERCADOS
- SUPERMERCADOS HIPERCORAL (<http://www.coralhipermercados.com/>)

| | | |
|---|--------------------------------------|---|
|  | INFORME GERENCIA AÑO 2017 | Ing. Gustavo Ordóñez Tobar GERENTE GENERAL – REPRESENTANTE LEGAL |
| | | JULIO (2018) |
| | | Versión 01 |

FARMACIAS

- CORPORACION PROVEFARMA : FYBECA – SANA SANA (<http://www.fybeca.com>)
- GRUPO DIFARE : PHARMACYS (<http://www.grupodifare.com/>)
- GRUPO FARMAENLACE : MEDICITY (<http://www.medicity.com/>)

TIENDAS DEPARTAMENTAL

- ALMACENES DE PRATI (<http://www.deprati.com.ec/>)

MAYORISTAS (DISTRIBUIDORES Y SUBDISTRIBUIDORES)

- Novedas Gloria Saltos, personal excel, otros.

Entre las cadenas de almacenes y autoservicios abarcan el 85% de las ventas de cosméticos del segmento medio (NSE AA- BC) en retail a nivel nacional, el resto está cubierto por pequeñas tiendas y cadenas.

Nuestra empresa se dedica exclusivamente a administrar las marcas que fabricamos y que representamos, para brindar un servicio de calidad a nuestros clientes y realizar inversiones que dan valor agregado con programas de marketing personalizados en cada segmento de venta. No distribuimos a tiendas detallistas al momento.

Productos y servicios de TARSIS S.A.

TARSIS S.A. se dedica actualmente a: desarrollo, fabricación, comercialización y representación de productos cosméticos de cuidado personal, hogar y accesorios relacionados con la belleza:

DEBORAH MILANO de Deborah Group Italia, Línea de cosmética de Color y tratamientos faciales Italianos.

<http://www.deborahgroup.com/it/>

AVADIA ORTIGA Y PROTECCION (marca propia sustitución importaciones) Línea de cuidado capilar y limpieza fabricados por TARSIS S.A. presentes en todos nuestros clientes.

AVADIA BABY DISNEY Y MARVEL Líneas infantiles y de bebé con licencia de personajes de Disney para comercialización dentro del territorio ecuatoriano.

MAQUILA A SUPERMAXI y AKI Productos de aseo personal Shampoo, Bálsamo, enjuagues bucales producidos con la marca **SUPERMAXI** para el segmento masivo de Supermercados. (ver contrato de maquila)

MAQUILA A FYBECA Y SANA SANA Productos de aseo personal Shampoo BEBE, Bálsamo BEBE, enjuagues bucales producidos con la marca **FYBECA Y SANA SANA** para el segmento masivo de Supermercados. (ver contrato de maquila)

Política de la calidad de TARSIS S.A.

LABORATORIOS COSMETICOS TARSIS S.A. ha definido la siguiente Política de la Calidad:

POLITICA DE LA CALIDAD:

| | | |
|---|--------------------------------------|---|
|  | INFORME GERENCIA AÑO 2017 | Ing. Gustavo Ordóñez Tobar GERENTE GENERAL – REPRESENTANTE LEGAL |
| | | JULIO /2018 |
| | | Versión 01 |

Laboratorios Cosméticos TARSIS S.A. es una empresa dedicada desarrollar, a manufacturar y comercializar productos para el cuidado personal, la belleza y el cuidado de hogar a través del mejoramiento de prácticas de calidad, principios y valores, mediante:

- ✓ Ser responsables de los resultados, en un ambiente de aprendizaje, dialogo y colaboración.
- ✓ Productos de altos estándares de la calidad que cumplen las normas sanitarias y legales vigentes.
- ✓ Recursos humanos y proveedores competentes, procesos controlados en un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001 y Buenas Prácticas de Manufactura.

SITUACION TARSIS S.A. – ANALISIS DEL MERCADO COSMÉTICO

Situación de Laboratorios Cosmético TARSIS S.A.

TARSIS S.A. actualmente tiene la siguiente producción en sus marcas:

| | TONELADAS/MES | TONELADAS /AÑO | UNIDADES MES | UNIDADES AÑO | SKU |
|-------------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|-----------|
| AVADIA ORTIGA | 25 | 300 | 50000 | 600000 | 16 |
| AVADIA PROFESIONAL | 25 | 300 | 25000 | 300000 | 6 |
| MAQUILA SUPERMAXI /AKI SHAMPOO | 20 | 240 | 20000 | 240000 | 8 |
| MAQUILA SUPERMAXI ENJUAGUES | 10 | 120 | 15000 | 180000 | 24 |
| MAQUILA FYBECA/SANA SANA ENJUAGUES | 7 | 84 | 10000 | 120000 | 26 |
| MAQUILA FYBECA/SANA SANA SHAMPOO 1L | 15 | 180 | 15000 | 180000 | 6 |
| MAQUILA FYBECA /SANA SANA SHAMPOOBB | 4 | 48 | 6000 | 72000 | 6 |
| | 106 | 1272 | 141000 | 1692000 | 92 |

| CAPACIDAD DE PRODUCCION ACTUAL | |
|--------------------------------|----------------------|
| PRODUCCIÓN | 100 TONELADAS /MES |
| LLENADO / ETIQUETADO | 150000 UNIDADES /MES |
| TRABAJADORES DIRECTOS | 57 |

Planificación de lanzamientos 2018 (segundo semestre)

| LANZAMIENTOS 2015 | TONELADAS/MES | TONELADAS /AÑO | UNIDADES MES | UNIDADES AÑO | SKU |
|-------------------|---------------|----------------|--------------|---------------|-----------|
| AVADIA HENNA | 12 | 144 | 50000 | 600000 | 13 |
| AVADIA BABY | 20 | 240 | 15000 | 180000 | 14 |
| TOTAL | 32 | 384 | 65000 | 780000 | 27 |

El espacio físico de las bodegas de TARSIS S.A. y la capacidad de producción esta llegando al límite, esto frena totalmente el crecimiento los planes de expansión y la planificación comercial de exportación .


Ventas Laboratorios Cosméticos TARSIS S.A. año 2017

TARSIS S.A. arrojó un crecimiento (2017 VS. 2016) del 9% siendo el 67% de sus ventas producción nacional.

**VENTA NIVEL PAÍS
INFORME DE VENTAS UNIDADES**
MARCAS
VARIACION VENTA UNIDADES

| | UNIDADES DICIEMBRE/2017 | UNIDADES DICIEMBRE/2016 | % VARIACION | ACUMULADO UNID DICIEMBRE/17 | ACUMULADO UNID DICIEMBRE/16 | % VARIACION |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------|
| AVADIA NATURAL | 20.926 | 17.988 | 11% | 262.832 | 258.878 | 1% |
| AVADIA PROFESIONAL | 1.900 | 1.751 | 8% | 22.705 | 24.480 | -7% |
| AVADIA HENNA | 6.258 | 5.348 | 17% | 59.132 | 40.589 | 47% |
| AV COLA DE CABALLO | 6.412 | 2.036 | 212% | 55.793 | 36.872 | 51% |
| DEBORAH | 6.858 | 5.088 | 35% | 62.914 | 49.278 | 28% |
| DEEPLY | 2.887 | 1.428 | 202% | 7.970 | 6.551 | 21% |
| ENJABQUE BUCAL MAQUILA | 9.788 | 19.937 | -51% | 235.309 | 212.800 | 11% |
| SHAMPOO MAQUILA | 7.901 | 10.888 | -27% | 141.382 | 169.496 | -16% |
| AVADIA KIDS | 5.486 | - | - | 6.585 | - | - |
| TOTAL TARSIS S.A. | 70.786 | 61.344 | 15% | 858.569 | 811.655 | 6% |

INFORME DE VENTAS NETAS (VALORES US\$)
MARCAS
VARIACION VENTA DOLARES

| | UNIDADES DICIEMBRE/2017 | UNIDADES DICIEMBRE/2016 | % VARIACION | ACUMULADO UNID DICIEMBRE/17 | ACUMULADO UNID DICIEMBRE/16 | % VARIACION |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------|
| AVADIA NATURAL | \$6.934,89 | \$5.593,02 | 23% | 1.059.399,19 | 1.093.548,81 | -3% |
| AVADIA PROFESIONAL | \$6.314,21 | \$6.834,29 | -9% | \$8.209,17 | \$8.869,28 | -7% |
| AVADIA HENNA | \$3.932,18 | \$2.587,11 | 51% | \$27.648,30 | \$12.257,75 | 126% |
| AV COLA DE CABALLO | \$5.217,49 | \$1.188,78 | 338% | \$28.391,11 | \$12.896,30 | 121% |
| DEBORAH | \$3.339,02 | \$4.131,30 | -19% | \$34.628,28 | \$27.218,39 | 26% |
| DEEPLY | \$1.519,71 | \$646,24 | 133% | \$3.184,81 | \$4.593,55 | -31% |
| ENJABQUE BUCAL MAQUILA | \$5.970,13 | \$11.932,70 | -49% | \$38.128,54 | \$21.706,91 | 75% |
| SHAMPOO MAQUILA | \$4.458,61 | \$14.487,88 | -32% | \$34.531,27 | \$49.770,42 | -30% |
| AVADIA KIDS | \$2.935,43 | - | - | \$4.869,60 | - | - |
| TOTAL TARSIS S.A. | \$23.994,47 | \$81.188,91 | 49% | \$2.742.916,25 | \$2.526.276,11 | 9% |

TARSIS S.A. actualmente funciona en todas sus áreas con más de 57 trabajadores directos y su operación total de ventas genera impuestos y utilidades a la economía del Ecuador.

Con relación al año 2017 vs 2016 TARSIS S.A. tuvo un crecimiento de 9% sobre sus ventas.

De depender 90% de sus ventas en las importaciones en el 2014 TARSIS S.A. cambia su giro de negocio siendo actualmente el 75% de sus ventas productos fabricados en el Ecuador.

En junio del 2014 TARSIS S.A. accede a la acreditación Internacional de calidad ISO 9001-2008 la misma que garantiza un control en sus procesos de producción. Actualmente Posee certificaciones de calidad ILS (International Labor estándar) BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) andinas y todos los requisitos regulatorios para operar un Laboratorio Cosmético en el Ecuador.




Análisis de necesidades

LABORATORIOS COSMÉTICOS TARSIS S.A. asume el compromiso de producción nacional y proyecta un crecimiento anual sobre el promedio del mercado cosmético ecuatoriano, la necesidad principal es espacio físico y automatización en sus procesos de manufactura, para esto requiere una planta de producción nueva donde se pueda invertir en infraestructura que mantenga lineamientos BPM (Buenas Prácticas de Manufactura) adicional a esto un sistema de logística que garantice el correcto crecimiento de los diferentes mercados donde estarán los productos producidos.

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) de Productos Cosméticos

Las BPM son el conjunto de normas que cada fabricante de cosméticos debe implementar en su empresa para el desarrollo práctico del concepto de **ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD**, a través de la descripción de las actividades de la fábrica, que se basan en un criterio científico sólido y en las evaluaciones de riesgo, con el objetivo principal de obtener un producto que cumpla con las características definidas.

El cumplimiento de las BPM garantiza a cada empresa de cosméticos la seguridad, calidad y trazabilidad de los cosméticos que fabrica.

Este conjunto de medidas es muy amplio, abarcando las normas que deben afectar al personal, locales, maquinaria/equipos, instalaciones, materias primas, materiales de acondicionamiento, productos acabados, producción, laboratorio de control de calidad, tratamiento de productos fuera de especificaciones, residuos, subcontratación, desviaciones, reclamaciones y retiradas del mercado, control de cambios, auditoría interna, documentación y expedición de los productos cosméticos.

| | | |
|---|--------------------------------------|---|
|  | INFORME GERENCIA AÑO 2017 | Ing. Gustavo Ordóñez Tobar GERENTE GENERAL – REPRESENTANTE LEGAL |
| | | JULIO /2018 |
| | | Versión 01 |

Para alcanzar los objetivos que se fijan en materia de calidad, es necesario que TARSIS S.A. conciba, ponga en práctica y mantenga un sistema de calidad propio, documentado y adaptado a sus actividades, a la naturaleza de sus productos y respaldado por la dirección de la empresa, que debe facilitar los medios necesarios para lograr dichos objetivos.

Las BPM abarcan los aspectos de CALIDAD del producto pero, globalmente, no incluyen los aspectos referentes a la seguridad del personal, ni a la protección del medio ambiente, que son responsabilidad inherente de las empresas y están regulados por la legislación y las reglamentaciones locales. Estas directrices no son aplicables a las actividades de investigación y desarrollo ni a la distribución del producto acabado.

Si uno de nuestros objetivos es Exportar nuestros cosméticos ecuatorianos tenemos que cumplir las normas internacionales de calidad. TARSIS S.A. en su afán de calidad requiere una planta de producción que sea BPM con infraestructura creada desde un inicio para este propósito, esta infraestructura especial abarca un campo muy amplio por ejemplo: zonas especiales estériles, zonas especiales de llenado, ziere tratado y filtrado, tratamiento de agua especial, etc.

El proyecto presentado en planos abarca una planta con todas las regulaciones internacionales actuales de BPM y garantizará que nuestros productos pueden acceder a certificaciones internacionales de calidad como el ISO 22716:2007 Cosmetics – Good Manufacturing Practices (GMP). Este tipo de certificación es bien vista en todos los países del mundo y garantiza la calidad .

MERCADO EXTERNO E INTERNO

Laboratorios Cosméticos TARSIS S.A. ha venido sustituyendo importaciones de sus propias marcas y realizado maquila de productos que sustituyen a importaciones históricas en el mercado ecuatoriano.

| MARCAS SUSTITUIDA | UNIDADES PRODUCIDAS/MES | UNIDADES PRODUCIDAS/MES |
|------------------------|-------------------------|-------------------------|
| AVADIA ORTIGA | 50000 | 600000 |
| AVADIA PROFESIONAL | 25000 | 300000 |
| AVADIA CONTROL CASPA | 21000 | 252000 |
| AVADIA HENNA | 50000 | 600000 |
| AVADIA COLA DE CABALLO | 10000 | 120000 |
| TOTAL | 156000 | 1872000 |

SUSTITUCIÓN DE MARCAS PRIVADAS

| | | |
|---|--------------------------------------|---|
|  | INFORME GERENCIA AÑO 2017 | Ing. Gustavo Ordóñez Tobar GERENTE GENERAL – REPRESENTANTE LEGAL |
| | | JULIO /2018 |
| | | Versión 01 |

| MAQUILA/SUSTITUCIÓN | UNIDADES PRODUCIDAS/MES | UNIDADES PRODUCIDAS/MES |
|-------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| ENJUAGUE SUPERMAXI /LISTERINE | 15000 | 180000 |
| ENJUAGUE FYBECA /LISTERINE | 15000 | 180000 |
| SHAMPOO SUPERMAXI/ BALLERINA | 20000 | 240000 |
| SHAMPOO FYBECA / SABILA | 15000 | 180000 |
| SHAMPOO BEBE FYBECA/ JHONSON | 6000 | 72000 |
| TOTAL | 71000 | 852000 |

TARSIS S.A. ha tenido una demanda muy fuerte en sustitución de marcas privadas que no ha podido cubrir por falta de capacidad instalada en su Laboratorio. Empresas de marcas muy importantes a nivel regional e internacional han solicitado los servicios de maquila de TARSIS SA. Con el fin de fabricar sus productos localmente principalmente por las medidas del gobierno de sustitución de importaciones.

Adicional a esto hemos tenido el proyecto de exportación detenido debido al mismo problema de falta de capacidad instalada, tanto en el área de producción, manufactura y logística. Los países con los que hemos iniciado conversaciones para exportar son : ESTADOS UNIDOS, PERÚ, COLOMBIA, BOLIVIA, COSTA RICA Y PANAMÁ.

En el área de exportaciones hemos creado una empresa filial en los Estados Unidos y paralelamente iniciado el proceso de ingreso de nuestras marcas propias a las plataformas AMAZON con el fin de aprovechar todos los desarrollos exitosos, la empresa planea ingresar a finales de este año con su exportación a las bodegas amazon.

Por tanto concluimos que el mercado tanto ecuatoriano como regional (latinoamericano) tiene una gran demanda de productos cosméticos como los nuestros y que únicamente tenemos que producir con el mismo sistema de calidad ya probado en el Ecuador y crecer en nuestra capacidad de producción, manufactura y logística para generar más fuentes de empleo, impuestos, flujo de efectivo que permanecerá en Ecuador al ser capital **100%** ecuatoriano.

El año 2018 creceremos un 15% superando la media de crecimiento del sector cosmético y proyectando la empresa con nuevos lanzamientos al mercado internacional.




Ing. Gustavo Ordóñez Tobar
 GERENTE GENERAL – REPRESENTANTE LEGAL
 LABORATORIOS COSMÉTICOS TARSIS S.A.