

05 MAYO 2014  
OPERADOR 16  
QUITO

## **INFORME GERENTE GENERAL TARSIS S.A 2012**

### **Antecedentes**

El 2012 fue un año complejo a nivel empresarial, pese a que al parecer vienen tiempos difíciles, por el tema político y estabilidad de capitales, nuevas leyes y escenarios no claros a nivel empresarial, Tarsis S.A. en su décimo año de operaciones cumplió implementando una visión de crecimiento y desarrollo.

El ejercicio 2012 de la compañía tuvo operaciones comerciales ingresando al mercado de retail en los circuitos de autoservicios, tiendas departamentales y cadenas de farmacias con nuevas líneas cosméticas y de belleza capilar DEBORAH- MILANO , AVADIA – NATURAL, donde el principal capital se centró 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.

Actualmente la empresa ha expandido su operación en líneas CAPILARES Y DE COSMÉTICOS que rápidamente han incrementado las ventas a nivel país.

### **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 con parte de nuestra recaudación a misiones locales ecuatorianas.

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.

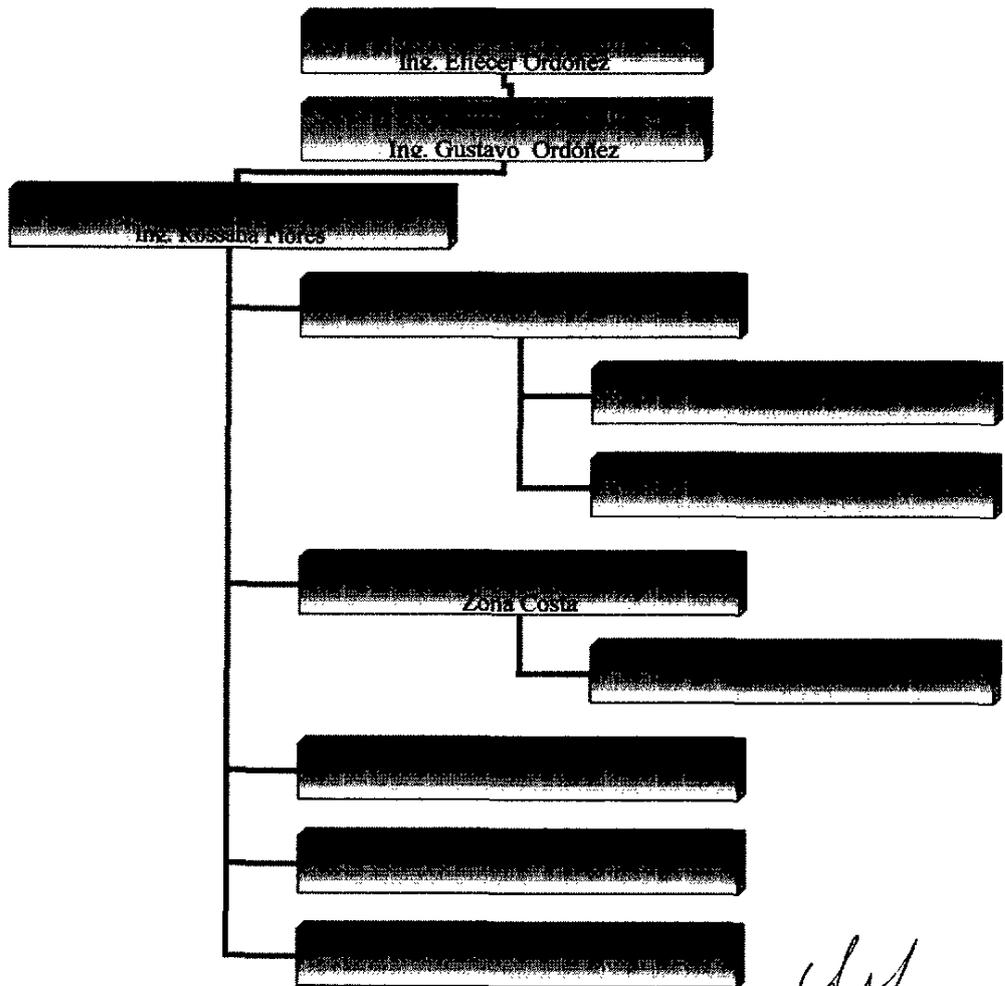
Cabe mencionar que su Gerente General fue el Gerente del Grupo L’Oreal por algunos años, el mismo que tuvo resultados probados en Ecuador, con crecimientos anuales superiores al 120%. Como parte del equipo su Gerente Comercial es ex Gerente de Marketing del mismo grupo y se encuentra su formadora Técnica ex Avon - Oriflame, el Presidente de la compañía tiene una gran experiencia con más de 30 años dirigiendo empresas de importancia mundial. En conclusión TARSIS S.A es una compañía joven con experiencia y conocimientos del mercado local.

TARSIS S.A es constituida en el año 2001 como una Sociedad Anónima totalmente legalizada en la Superintendencia de Compañías y Socios Activos de la Cámara Comercio de Quito desde enero del 2002.



Se dedica actualmente a la importación, comercialización y representación de la marcas de cosméticos y de belleza: ONLY YOU parte de Laboratorio de Cosméticos Vogue S.A. de Colombia, DEBORAH MILANO (ITALIA), AVADIA NATURAL ( ORTIGA) PRODUCCION NACIONAL

Su estructura organizacional es la siguiente:



*Handwritten signature*

## **Territorios Cubiertos por la empresa:**

Tarsis S.A. se encuentra únicamente en el Ecuador, su distribución es a nivel nacional en los dos mercados de distribución masiva y autoservicios.

El Ecuador se divide comercialmente en dos zonas geográficas COSTA y SIERRA, su población es de 12 millones de ecuatorianos de los cuales el 40% esta concentrado en las zonas urbanas y el resto en pequeñas ciudades circundantes a las zonas rurales con una población indígena y campesina importante.

Las principales ciudades son: Quito (provincia de Pichincha), Guayaquil (Guayas), Cuenca (Azúay)

Para detalles acerca de su población económicamente activa y censos en general visitar <http://www.inec.gov.ec>

De igual manera adjuntamos análisis macroeconómico del Ecuador (archivo adjunto), para mayor información consultar <http://www.bce.fin.ec>

## **Estructura De la Compañía con énfasis en la parte comercial:**

TARSIS S.A tiene al momento un equipo de personas bien entrenadas en los principales puntos de venta del Ecuador.

### **Equipo Comercial**

GERENTE GENERAL

GERENTE COMERCIAL

01 CONTADORA GENERAL

02 ASISTENTES CONTABLES Y FACTURACION

01 PRODUCTOR DE COSMETICOS

06 GESTORAS DE PUNTO DE VENTA. (MERCADERISTAS -  
REPONEDORAS) VER FUNCIONES ADJUNTAS - OUTSOURRING

15 CONSEJERAS DE BELLEZA COSMETICA. - OUTSOURRING



## **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

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. Farmacias
3. Autoservicios
4. Distribuidores
5. Subdistribuidores

### **Historial de Ventas y porcentajes por región geográfica y canal de distribución.**

Dado que somos una empresa nueva nuestras ventas empezaron este año, no tenemos un histórico de años pasados.

El año 2012 cerró con una facturación de : USD 1'489.957,87

El balance arrojó una PERDIDA luego de muchas inversiones en el mercado como:

- Exhibidores en puntos de venta
- Registros Sanitarios y de marca
- Adecuación de oficina y bodega
- Contratación de impulsadotas Free lance y terciarizadas
- Importación de productos (MERCADERIA).
- Adecuación Planta de Producción
- Contratación personal de planta producción
- Materia prima para fabricación.

La pérdida fue de USD\$347.787,50 debido a la pérdida de marcas (PAMELA GRANT DE CHILE Y GAMA ITALY DE ARGENTINA) estas marcas fueron captadas por el grupo ELJURI – Las Fragancias.

#### **% por región Geográfica del Ecuador:**

40% del consumo Región Costa, 60% región Sierra

#### **% por canal de distribución:**

Tiendas Departamentales 35%

Farmacias 38%

Supermercados 24%

Subdistribuidores 2%

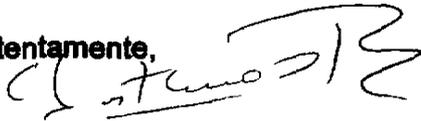


**PLANES FUTUROS 2013 - 2014.**

Este año la empresa ingresará a nuevos segmentos de la cosmética capilar y accesorios siendo nuestro objetivo utilizar la misma estructura comercial y el mismo canal de distribución , planeamos crecer el 2013 y 2014 un 10% sobre el 2012.

El plan comercial marketing de la compañía fue presentado a la junta a finales del 2012 y fue aprobado por mayoría de votos.

Atentamente,



Ing. Gustavo Ordóñez  
Gerente General

