

**INFORME DEL GERENTE GENERAL DE IMDIPROM FARMA S.A.  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2006****SEÑORES ACCIONISTAS:**

De conformidad con lo dispuesto en el Artículo Trigésimo Octavo de los Estatutos Sociales de IMDIPROM FARMA S.A., pongo a consideración de ustedes, el informe de las actividades llevadas a cabo en la compañía, durante el ejercicio económico 2006.

**ENTORNO ECONOMICO DEL ECUADOR EN EL AÑO 2006**

El ambiente político en la última parte del año debido a las elecciones, no colaboró mucho para un desempeño más armónico de las actividades en general y en especial las comerciales como es nuestra actividad, a continuación algunos indicadores que grafican la situación económica del país

Las cifras oficiales reportadas en la publicación del Banco Central del Ecuador, con datos de diciembre y acumulados a diciembre del año 2006, de los cuales puedo reseñar los siguientes:

Inflación acumulada	2.87 %
Reserva Monetaria Internacional	2.146 (MIO)
Balanza Comercial	1.147 (MIO) +
Riesgo País	822 puntos (669 EN 2005)
PIB	4.30 %
Tasa de Desempleo	9.03 % (9.30% 2005)
Crecimiento	2,6 %

Como coinciden la mayoría de analistas la economía del país mejora con respecto al año pasado a pesar del ambiente antes referido, en la práctica podemos decir que el año fue relativamente estable mostrando mejores índices como es el de la inflación la balanza comercial, y la tasa de desempleo y otros.

La principal fuente de ingresos continua siendo el petrolero, con un mejoramiento respecto al año pasado de las exportaciones tradicionales como banano, camarón, flores, etc. Y las remesas de los migrantes, también es oportuno notar que las recaudaciones de impuestos continúan creciendo de manera sustentada.

El año termina con cierto ambiente de especulación por parte de los agentes financieros debido a la ganancia en las elecciones del Economista Rafael Correa, quien tiene un perfil no propicio a la tradicional hegemonía económica y política del país

**DESARROLLO DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA ECUATORIANA EN EL AÑO 2006**

El desarrollo de la industria Farmacéutica también se demuestra con crecimientos sostenidos con respecto al año pasado, el crecimiento del mercado privado total de 9% en unidades y 11% en valores, de lo cual el 83% corresponde al mercado de prescripción que es en el que competimos con nuestra línea de Sophia, y parcialmente la línea de BAUSH AND LOMB pues comercializamos solamente el primer semestre del pasado año.

Si bien es cierto estos mercados se desarrollan de manera similar debemos anotar que el mercado relevante ( Órganos De lo Sentidos ) en la que nuestra línea participa el segmento tiene un desempeño menor a estos pues en unidades crece solamente el 3% y en valores el 8%.

A continuación los datos más relevantes del mercado :

**MERCADO FARMACÉUTICO ECUATORIANO TOTAL**  
FUENTE DATA QUEST DICIEMBRE 2006

UNIDADES	VALORES	CRECIMIENTO	
137 (MIO)	546 (MIO)	UNI 9%	VAL 11 %

**MERCADO OFTALMOLÓGICO (RELEVANTE A SOPHIA )**

UNIDADES	VALORES	CRECIMIENTO	
3'445 (MIO)	12'858 (MIO)	UNI 3%	VAL 8 %

**OBJETIVOS IMDIPROM FARMA S.A. (LINEA SOPHIA ) PARA EL AÑO 2006**

Ventas en Unidades	165.887 unidades
Ventas en Valores	\$ 950.000 (dólares americanos )
Objetivos de bonificaciones	12% (frente a la venta ) en unidades
Objetivos de descuentos	12 % (frente a la venta en valores )
Participación de Mercado (relevante)	5.5 %
Apalancamiento Financiero	Costo máximo 18 %
Objetivos de apalancamiento	
Para capital de trabajo.	\$ 100.000,00
Gasto Operacional	20% de la venta anual.

**DESEMPEÑO DE IMDIPROM FARMA S. A. CON LINEA SOPHIA EN EL AÑO 2006**

Planteados estos objetivos desarrollamos nuestra actividad del año 2006 obteniendo estos resultados que pongo a consideración de la Junta de Accionistas :

Resultados cuantitativos de Ventas en unidades y valores :

<b>LINEA SOPHIA</b>			
<b>UNIDADES</b>	<b>VALORES</b>	<b>CRECIMIENTO</b>	
172.257 U.	\$ 1'064.836,08	<b>UNI 31%</b>	<b>VAL 32%</b>

Unidades con bonificaciones enviadas al mercado.  
Valores equivale a la venta bruta del año.  
Datos incluyen Línea BAUSH AND LOMB

La cobertura del resultado en unidades es de 104%, a pesar de asuntos que impactaron directamente en este resultado, el primero tiene que ver con la falta de inventarios para la venta del mes de enero por retraso en el despacho desde el proveedor, y en el mes de abril por el mismo motivo, lo que determino que planifiquemos compras mayores para evitar quedarnos sin inventarios en posteriores oportunidades, con el consiguiente costo del inventario .

El otro aspecto fue el no despacho de OCUVITE, que por retiro del mercado a nivel mundial de la marca ya no lo pudimos comercializar en el país.

El resultado en los valores que marca una cobertura del 99% frente al presupuesto neto y un crecimiento de 34% venta neta versus el año anterior y podemos concluir que es un resultado bueno tomando en cuenta los niveles de gastos de ventas propios de nuestra operación.

También debemos destacar que los crecimientos de la Línea son destacados en relación al mercado relevante y incluso al mercado total como lo podremos ver a continuación en estos referentes.

### DESEMPEÑO DE SOPHIA VERSUS EL MERCADO

FUENTE DATA QUEST DE DICIEMBRE 2006

MERCADO	UNI	CRE	VAL	CRE
MERCADO TOTAL P	137'000	9%	546'000	11%
MERCADO RELEVANTE	3'445	3%	12'800	8%
<b>LINEA SOPHIA</b>	<b>171.</b>	<b>29%</b>	<b>932.</b>	<b>32%</b>

(unidades incluye bonificaciones entregadas al mercado según datos de DATA Quest)

### LANZAMIENTOS Y NUEVAS MARCAS

Durante el año 2006 lanzamos al mercado dos marcas muy importantes GAAP, y TRAZINAC como estaba planificado estos eventos se realizaron en el mes de junio con la presencia de una importante delegación de México, en Quito y Guayaquil. Estas marcas por estar en segmentos de patologías importantes ingresan a nuestra línea con grandes expectativas y durante el 2006 han cumplido con lo esperado pues sus ventas se desarrollaron de la siguiente manera

MARCA	UNI. VENTA	VAL. VENTA	PERIODO
GAAP	1.598	35.811,00	6 MESES
TRAZINAC	1.893	25.120,00	6 MESES

### BONIFICACIONES Y DESCUENTOS

Con respecto a estos rubros que son muy importantes y que impactan fuertemente en nuestros costos de operación debemos recordar a los señores accionistas que estas son las condiciones del mercado para ser competitivos y tomando en cuenta que hemos decidido trabajar con las cadenas de farmacias mas importantes del país con el objetivo de tener una cobertura importante.

Respecto a las ciudades donde la injerencia de las cadenas de farmacias no es muy alta, continuamos trabajando con los distribuidores locales en las ciudades como Ambato, Riobamba, Cuenca, Santo Domingo, etc.

Además debemos tomar en cuenta que en las ciudades de Quito y Guayaquil, tenemos distribuidores locales como son SUMELAB, FARMAENLACE, LATURI, DIFARE, estos

distribuidores hacen gestión de distribución horizontal en cada ciudad y venden las marcas a las farmacias que no son de cadenas.

El costo de los descuentos en venta del año suman \$ 82.398,08 incluido OCUVITE y este valor equivale en porcentaje a 7,74 % comparada con la venta, en cuanto a las bonificaciones suman en el año \$ 130.191,50 que equivalen al 12,23% y la suma de estos valores de bonificaciones y descuentos alcanzan a 19,96 % frente a la venta, lo que significa un resultado positivo frente a lo presupuestado de 24 %, destacando que además este valor contempla el costo de los descuentos por Pronto Pago de algunos clientes. (\$ 8.521,67)

**CUADRO COMPARATIVO RESUMEN DE VENTAS – BONIFICACIONES Y DESCUENTOS EN \$ Y %**

IMDIPROM FARMA S A	\$	%
<b>VENTAS BRUTAS 2006</b>	1.064.836,08	100,00
DESCUENTOS EN VENTAS (incluye descuentos x PP)	82.398,21	7,74
SUBTOTAL	982.437,87	
BONIFICACIONES EN VENTAS	130.191,50	12,23
SUBTOTAL	852.246,37	
DEVOLUCIONES EN VENTAS	5.341,81	0,50
SUBTOTAL	846.904,56	
DEVOLUCIONES X CADUCIDAD	13.047,29	1,23
<b>VENTA NETA</b>	<b>833.857,27</b>	<b>78,31</b>

Cabe también anotar que el valor de las devoluciones en ventas y las devoluciones por caducidad en porcentaje tiene índices muy positivos ya que demuestran que nuestra venta es bien planificada y que la rotación de las unidades en el mercado es la óptima.

En cuanto a la venta del periodo en análisis logramos un crecimiento de 28,37% más que el año 2005, como lo reseño en el cuadro a continuación.

	\$	%
VENTA NETA 2006	833.857,27	128,37
VENTA NETA 2005	649.551,75	
FUENTE BALANCES 2005 Y 2006		

Nuestra participación de mercado frente a nuestro relevante es 7,43% por sobre lo estimado en el presupuesto

SEGMENTOS (S) ORGANOS DE LOS SENTIDOS	\$	%
OFTALMICOS	12.539.000	100,00
SOPHIA	932.000	7,43
FUENTE DATA QUEST A DICIEMBRE 2006		

Luego de analizado la gestión de ventas y sus repercusiones en el mercado y en nuestra estructura, paso a comentar nuestro desempeño y costo de nuestra operación.

En cuanto a gasto de la operación los objetivos fijados para este año en porcentaje fue de 20% de gastos totales frente a la venta y como podrán observar señores socios el resultado de nuestros gastos tanto en venta como administrativos llegan a este presupuesto desglosándose de la siguiente manera

**GASTO OPERACIONAL IMDIPROM FARMA SA 2006**

	\$	%
VENTAS	110.886,00	10,41
ADMINISTRACION	101.950,90	9,57
<b>TOTAL</b>	<b>212.836,90</b>	<b>19,99</b>

También es importante anotar que los costos bancarios y financieros del año son de \$ 8.960,78 valor que conocemos son acordes a las tasas vigentes.

Debemos también destacar que como objetivo del año fue conseguir una línea de crédito por \$ 100.000,00 y a una tasa máxima del 18%.

Este objetivo se logró parcialmente pues el banco nos concedió un préstamo al inicio del año por \$ 66.000,00 a una tasa del 15% total y para el final del año ampliamos la línea de crédito a \$ 90.000,00 a la misma tasa y comisiones por lo que puedo manifestar que el objetivo del monto aspirado se cumplió al 90%, pero en la tasa de interés incluso logramos una tasa menor a lo presupuestado.

**OTROS ASPECTOS RELEVANTES PARA RESEÑAR****CAMBIO DE DOMICILIO**

Es oportuno informar a los señores accionistas que debido a la inseguridad de nuestro anterior domicilio en la ciudadela Jipijapa, y que el mes de octubre sufrimos nuevamente un robo en nuestra bodega, debimos optar por cambiarnos a un lugar más seguro, y aprovechamos para mejorar el aspecto de nuestras oficinas por lo que logramos un lugar de mucho mejor aspecto y más seguro con un incremento en el valor del canon de arrendamiento relativamente pequeño para el beneficio que hoy estamos recibiendo por la presencia de las nuevas oficinas.

**CAMBIO DE DOMICILIO EN EL SRI**

También en el pasado año solicitamos al SRI el cambio de domicilio de la empresa que por su constitución tenía como oficina matriz en la ciudad de Guayaquil su domicilio principal, este trámite está terminado y ya contamos con este nuevo domicilio.

**SALIDA DE OCUVITE DEL MERCADO**

Es importante también que los señores accionistas conozcan que la marca OCUVITE, que la estábamos comercializando en función de nuestro acuerdo con Shine Medical debimos dejar de hacerlo una vez que se terminó el inventario debido a que la marca fue retirada del mercado a nivel mundial y no nos surtieron a partir del segundo trimestre la mercadería necesaria para la operación.

También estuvimos a la expectativa de poder lanzar la marca RENU, y los lentes de contacto de BAUSH AND LOMB, desgraciadamente este asunto no se concretó hasta fines de año debido a problemas de nuestro distribuidor local.

#### **UTILIDADES**

Para terminar debo comentar a los señores accionistas que el año 2006, fue un año que pese a las dificultades presentadas hemos logrado en la presente administración obtener resultados positivos que se afectan por la necesidad de recurrir a fuentes de apalancamiento por medio de la banca y terceros en lo cual se deteriora la rentabilidad del ejercicio como lo podemos ver en los balances respectivos.

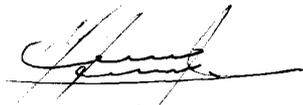
El gasto operativo está dentro de lo presupuestado, el gasto operacional y costo de ventas también, por lo que hoy más que nunca es necesario continuar en la línea de inversión en promoción y marketing para incrementar el volumen de ventas para con el mismo costo poder acceder a los réditos que ustedes como accionistas aspiran.

En el presente informe y de acuerdo a la cuenta de Pérdidas y Ganancias tenemos un valor positivo \$ 15.426,43 antes de impuestos y participación de empleados, cuyo valor remanente que pongo a disposición de los señores accionistas.

Para finalizar debo agradecer a los señores accionistas por su confianza en mi gestión durante el año pasado.

Para el presente análisis adjunto al presente informe los balances respectivos, así como el informe del Comisario designado.

Quito 23 de Marzo de 2007.



José Hernán Dalgo Manzo  
Gerente General

