

**INFORME DEL GERENTE GENERAL DE IMDIPROM FARMA S.A.
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2008****A LOS SEÑORES ACCIONISTAS DE IMDIPROM FARMA S. A.:**

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 2008.

ENTORNO ECONOMICO DEL ECUADOR EN EL AÑO 2008

Debo informar a los señores accionistas que el año en referencia motivo de este informe, pese a los pronósticos derivados de la situación política se presentó con resultados destacados de manera especial en el entorno económico y comercial por el alto nivel del precio del petróleo y circulante que se pudo percibir hasta el tercer trimestre del año.

Durante el último trimestre la crisis económica a nivel mundial se comenzó a manifestar en nuestro país presagiando el deterioro de la situación económica que nos impactará el nuevo año.

Debo comentar que este entorno de crecimiento hasta el tercer trimestre y su freno en la última parte del año se manifestó también en la industria farmacéutica como lo informaré y demostraré posteriormente con las cifras respectivas.

Las cifras oficiales reportadas en la publicación del Banco Central del Ecuador, con datos de diciembre y acumulados a diciembre del año 2008, de los cuales puedo reseñar los siguientes:

INDICES	2008	2007
Inflación acumulada	8,83 %	3,32%
Balanza Comercial (Ene, dic.)	6.914 (MIO)-	1.319 (MIO)+
PIB	5,32 % (*)	3,94%
Tasa de Desempleo	7,30 % (*)	7,59 %
Crecimiento	5,03 %	3,9 %
Tasa de Interés Activa (90 días) a dic.	11,83%	10,93%

La principal fuente de ingresos continúa siendo la petrolera, el cual además incrementa su precio en el mercado mundial en forma importante marcando un precio histórico tope de \$ 143,00 en julio, superando a las exportaciones tradicionales como banano, camarón, flores, etc. Y las remesas de los emigrantes, también es oportuno notar que las recaudaciones de impuestos continúan creciendo de manera sustentada.

Si a esto le sumamos el circulante producto de la inversión del gobierno especialmente en las áreas de salud, educación, e infraestructura podemos justificar el crecimiento del mercado en general y en particular el farmacéutico.

DESARROLLO DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA ECUATORIANA EN EL AÑO 2008

El desarrollo de la industria Farmacéutica también demuestra crecimientos muy importantes tanto en el mercado general, como en el mercado relevante, y los crecimientos se dan de manera coherente tanto en unidades como en valores.

En lo referente al mercado relevante de la Línea Oftalmológica denota un mejor comportamiento que el mercado general pues su crecimiento en unidades y valores es mejor como lo veremos a continuación.

A continuación los datos más relevantes del mercado:

MERCADO PRIVADO FARMACÉUTICO ECUATORIANO FUENTE DATA QUEST DICIEMBRE 2008

UNIDADES	VALORES	CRECIMIENTO	
169' (MIO)	715 (MIO)	UNI 11,6%	VAL 16 %

MERCADO PRIVADO OFTALMOLÓGICO (RELEVANTE A SOPHIA)

UNIDADES	VALORES	CRECIMIENTO	
4'5. (MIO)	18' (MIO)	UNI 23,9%	VAL 27 %

OBJETIVOS IMDIPROM FARMA S.A. (LINEA SOPHIA) PARA EL AÑO 2008

Ventas en Unidades	280.700 unidades
Ventas en Valores	US\$ 1.411 (.000 dólares)
Objetivos de bonificaciones	12% (frente a la venta) en unidades
Objetivos de descuentos	10 % (frente a la venta en valores)
Participación de Mercado (relevante)	9 %
Apalancamiento Financiero	Costo máximo 18 %
Destino de apalancamiento	Incrementar importaciones
Para capital de trabajo.	US\$ 130.000
Gasto Operacional	20% de la venta (bruta) anual.

DESEMPEÑO DE IMDIPROM FARMA S. A. LINEA SOPHIA EN EL AÑO 2008

En el ambiente nacional y comercial de la Industria nuestro desempeño es como se describe a continuación

Resultados cuantitativos de Ventas en unidades y valores:
(FUENTE DATAQUEST A DICIEMBRE 2008)

CRECIMIENTO RESPECTO AL 2007

LINEA SOPHIA UNIDADES	VALORES	CRECIMIENTO VS 2008
260.699 U.	US\$ 1'651.414.	UNI +10% VAL +29%

CUMPLIMIENTO RESPECTO AL OBJETIVO 2008

LINEA SOPHIA UNIDADES	VALORES	CUMPLIMIENTO
260.699 U.	US\$ 1'651.414	UNI -7% VAL +17%

FUENTE ESTADISTICAS INTERNAS IMDIPROM FARMA S.A.

Venta en unidades (incluye bonificaciones al mercado.)

A continuación podemos observar como se desempeña la Línea SOPHIA, comparando el crecimiento del Mercado Farmacéutico Total y el Mercado Relevante, y podemos concluir que la Línea SOPHIA tiene un crecimiento mejor que los dos mercados comparativos.

DESEMPEÑO DE SOPHIA VERSUS EL MERCADO

MERCADO	UNI (.000)	CRE	VAL (.000)	CRE
MERCADO TOTAL P	169'986	11,6%	715'222	16,0%
MERCADO RELEVANTE	4'465	23,9%	18'157	27,0%
LINEA SOPHIA	259.	28%	1'438	29%

(Incluyen unidades bonificadas y entregadas al mercado según datos de DATA Quest)
FUENTE DATA QUEST DE DICIEMBRE 2008

OBJETIVO DE PARTICIPACION DE MERCADO

Con el detalle de las unidades y valores equivalentes vendidos y enviados al mercado nuestra participación de mercado es de **9,21 %**, superior a nuestra expectativa en 21 décimas, y la razón es por el importante y muy alto crecimiento del mercado farmacéutico y del mercado relevante en particular el cual creció de la manera detallada incluso por la intervención del Ministerio de salud en la compra de medicamentos para sus centros asistenciales, gestión a la que pudimos acceder de manera selectiva y que ha demandado mayores inversiones en marketing fundamentalmente.

Todo esto sin perder de vista que nuestro crecimiento fue de los más destacados de acuerdo al Ranking de empresas del mercado relevante y de prescripción, en el cual mantenemos el tercer lugar de mercado de manera consecutiva este año.

OTROS INDICES DE DESEMPEÑO

CONCEPTO	\$	%	
VENTAS BRUTAS	1.651.414	99,60	
OTROS INGRESOS	6.613	0,40	
TOTAL INGRESOS	1.658.027	100	100,00
BONIFICACIONES	194.529	11,73	
DESCUENTOS EN VENTAS	105.491	6,36	
DESCUENTOS X PP	23.555	1,42	
DEVOLUCIONES EN VENTAS	6.973	0,42	
DEVOLUCIONES X CADUCIDAD	16.326	0,98	
OTROS DESCUENTOS	13.354	0,81	
COSTO DE VENTAS	888.328	53,58	75,30

FUENTE ESTADOS FINANCIEROS IMDIPROM FARMA S.A.

Es de especial interés de la gerencia analizar los índices de costo de ventas por separado dada su importancia y repercusión en la rentabilidad que ustedes señores socios esperan de su inversión.

Por ello debo comentar a ustedes que el incremento de ventas destacado frente al mercado competidor lo hemos logrado reduciendo de manera significativa este rubro y es que debimos focalizar nuestros negocios de acuerdo al tipo de cliente y siempre cuidando la calidad de atención.

Tanto las bonificaciones como los descuentos por venta y pronto pago se han manejado de acuerdo al tipo de cliente.

Las devoluciones por venta o caducidad han decrecido significativamente gracias a una mejor labor de promoción y un especial cuidado y mantenimiento de los inventarios de los clientes por parte de los delegados comerciales en general.

El año pasado nuestro costo de venta porcentualmente fue de 79,86% y este año es de 75,30% mejorando en 4,56% a favor de la empresa.

MANEJO DE IMPORTACIONES E INVENTARIO

Al inicio del año 2008 tuvimos problemas de inventario debido a que el proveedor no atendió sino a inicio de febrero por lo que tuvimos problemas para facturar a nuestros clientes.

Por ello debimos incrementar nuestras importaciones para una mejor previsión de inventario por lo que los pedidos no atendidos disminuyeron y podemos decir que se eliminaron desde el segundo trimestre del año.

Desde el segundo trimestre se incrementó el volumen de importaciones en un 50% lo que nos permitió tener un inventario de seguridad mayor y equivalente a 45 días de venta, y como producto de esto logramos disminuir los despachos con faltantes.

INGRESOS Y GASTOS IMDIPROM FARMA S.A. 2008

CONCEPTO	\$	%	
VENTA BRUTA	1.651.414	99,60	
OTROS INGRESOS	6.613	0,40	
TOTAL INGRESOS	1.658.027	100	100,00
BONIFICACIONES	194.529	11,73	
DESCUENTOS EN VENTAS	105.491	6,36	
DESCUENTOS X PP	23.555	1,42	
DEVOLUCIONES EN VENTAS	6.973	0,42	
DEVOLUCIONES X CADUCIDAD	16.326	0,98	
OTROS DESCUENTOS	13.354	0,81	
COSTO DE VENTAS	888.328	53,58	75,30
GASTOS DE VENTA	75.308	4,54	
GASTOS DE ADMINISTRACION	66.664	4,02	
GASTOS DE GESTION	19.353	1,17	
GASTOS DE MARKETING	103.841	5,66	15,99
SERVICIOS EXTERNOS	12.906	0,78	
SERVICIOS BASICOS	28.274	1,71	
CONTRIBUCIONES LEGALES	14.033	0,85	
MATERIALES Y SUMINISTROS	3.770	0,23	
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	1.983	0,12	
DEPRECIACIONES	42.701	2,58	
GASTOS FINANCIEROS	23.414	1,41	
OTROS GASTOS	4.557	0,27	7,94
TOTAL GASTO	396.804	23,93	
UTILIDAD ANTES DE U E I	12.668	1,37	0,76

FUENTE ESTADOS FINANCIEROS IMDIPROM FARMA S.A.

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

Los ingresos por ventas suman en este ejercicio \$ 1 '651.414,00 y los gastos del año asciende a US\$ 396.804,00 lo cual demuestra que frente al objetivo de gasto operativo efectivo es de 23,93%, y este resultado está 3.93% más de lo presupuestado, y los motivos para este resultado se explican a continuación.

Definitivamente todos los rubros denotan un mejor desempeño frente a la venta bruta, y tres de estos denotan un incremento y son los de Gestión, Marketing, y Depreciaciones.

Tanto los gastos de Gestión como los de Marketing debimos de manera consciente incrementarlos para poder ser competitivos tomando en cuenta la agresividad comercial e inversiones en marketing que la mayoría de competidores practicaron durante el año y que debimos responder de manera selectiva para lograr nuestro crecimiento ya analizado.

También es importante anotar que los costos y financieros del año son de US\$ 23.414,00 equivalente a una tasa promedio de 12 % valor que es proporcional al monto de crédito recibido de manera fundamental por parte del banco y otras inversiones de terceros y el objetivo planteado se cumple a cabalidad.

Debemos también destacar que como objetivo del año fue conseguir incrementar la línea de crédito a US\$ 150.000 y a una tasa máxima del 16% y que como reseño la tasa bajo más de lo previsto pero la línea de crédito no se pudo incrementar debido a la situación de la banca desde el segundo trimestre.

OTROS ASPECTOS RELEVANTES PARA RESEÑAR

Durante el año 2008 sin que haya estado previsto como proyecto incursionamos en la diversificación de las líneas de distribución de la empresa tomando una nueva línea paralela a la actual y por ello comprometimos nuestra gestión para la comercialización de la marca RENU, de BAUSH AND LOMB, gestión que se inició pero debimos cancelar por falta de inventario que el proveedor local y quien tiene la representación de la empresa indicada no nos abasteció por motivos que no conocemos.

También debemos comentar que a propósito de la gestión de diversificación planteada anteriormente aprovechamos para intentar un nuevo objetivo promocional, conformado por Optómetras, Médicos generales y Otorrinolaringólogos que serían atendidos por los nuevos delegados contratados para el efecto, y al no tener la masa crítica de la marca RENU, tampoco pudimos continuar con la diversificación de objetivos con las marcas de la línea SOPHIA, y debimos abortar el proyecto.

LANZAMIENTOS Y NUEVAS MARCAS

Durante el transcurso del año 2008 como lo habíamos planificado lanzamos al mercado dos de las cuatro marcas planificadas, las cuales se lanzaron en el cuarto trimestre y fueron **AZ** colirio e **IMOT** colirio, luego de cumplir con los requisitos de Registros Sanitarios, tramite de fijación de precios y otros previos a su comercialización, los resultados planteados para el trimestre correspondiente fueron cumplidos a cabalidad tanto en unidades como en valores a pesar de haber comercializado solo 3 de los 6 meses planificados.

Debemos también comentar que la marca COXILAN colirio presupuestado su lanzamiento se truncó por cuanto la marca tiene una impugnación en el Registro de marcas y patentes pues existe otro medicamento con un nombre muy parecido (COXICAM), por lo que su lanzamiento se difiere en función de la factibilidad de lanzarlo con otra marca siempre y cuando esta decisión la tome nuestro proveedor a nivel regional.

La otra marca que no se pudo lanzar fue SOPHIXIN DX, cuyo Registro Sanitario se obtuvo recién a final de año por lo que su lanzamiento esta planifica para el año 2009

OBJETIVOS DE IMDIPROM FARMA S. A. PARA EL 2009

CUANTITATIVOS

VENTAS LINEA SOPHIA 2009

UNIDADES	VALORES	CRE UNI %	CRE VAL %
300.000	1'787.070	16 %	22 %

PARTICIPACION DE MERCADO OBJETIVO 9% (MR)

De las marcas presupuestadas para lanzar en el nuevo año son SOPHIXIN DX y esperamos lanzarlo para el segundo trimestre por lo que su aporte será importante en el año.

KRYTANTECK es una marca que será revolucionaria en el mercado, pero esperamos contar con su Registro Sanitario en la última parte del año, y será muy importante en precio dada su novedad en el mercado

HUMILUB entrará a competir en el segmento de lágrimas artificiales que es muy competido pero con característica también diferenciales de los competidores y estará listo para la mitad del año de acuerdo al informe de los abogados de las marcas.

HYALOX es otra de las marcas que esperamos concretar su lanzamiento este año que hemos reingresado la marca para obtener el respectivo registro.

A continuación el presupuesto planificado inicialmente siempre y cuando por las fechas no se difiera por los registros.

MARCA	UNI. VENTA	VAL. VENTA	PERIODO
NUEVAS			
HYALOX	5.000	40.000	6 MESES
SOPHIXIN DX	5.000	50.000	9 MESES
KRYTANTEK	2.000	40.000	3 MESES
HUMYLUB	5.000	25.000	6 MESES
TOTAL	17.000	155.000	2009

COSTO OPERACIONAL

Para el año 2009 debemos nuevamente anotar la necesidad de mantener el gasto operativo máximo en 23 % y no debería exceder dada la mayor masa crítica de la venta presupuestada y además que no esperamos incrementar personal ni hacer inversiones que puedan distorsionar este rubro.

FINANCIEROS

La situación económica mundial y nacional para el año 2009 estará marcada por reducción de la liquides, reducción de la oferta de crédito, y seguramente incremento de la tasa de interés, por lo que apalancarse con los bancos será difícil, por lo que

deberemos buscar fuentes alternas de financiamiento a la menor tasa posible y el objetivo será de 16% máximo, y tratando de substituir la actual línea de crédito de \$ 130.000,00.

MARKETING.

Para el ejercicio del año 2009, y debido a la situación especial que esperamos de la economía hemos acordado tener un presupuesto equivalente al 8% de la venta planificada para el año, con la condición de que este rubro se efectivice en medida del cumplimiento de las ventas presupuestadas.

COMENTARIOS AL BALANCE DEL EJERCICIO 2008

El total de activos al final del período fue de US\$ 830.424 de los cuales US\$ 785.549 corresponden al activo corriente, y US\$ 44.875 de Activos diferidos.

Los activos más importantes fueron: inventarios por US\$ 401.051 y cuentas por cobrar a clientes por US\$ 197.195, y caja US\$ 61.594.

El total de pasivos al final del período fue de US\$ 723.203, de los cuales US\$ 535,046 corresponden al pasivo corriente y que es básicamente el proveedor, y US\$ 138,054 de pasivos de mediano plazo que se refieren a obligaciones bancarias y otros inversionistas.

Finalmente, el Patrimonio al final del período fue de US\$ 107.221, compuesto por US\$ 45,000 de capital, US\$ 43.217 de resultados acumulados de años anteriores, US\$ 6.335 por reservas y US\$ 12.668 utilidad del ejercicio.

UTILIDADES

Respecto a este importante tema debo comentar a los señores accionistas que el año 2008, fue un año en el que hemos incrementado la venta de manera importante y que los gastos de marketing también hemos debido incrementar lo que nos permitió hacer una utilidad razonable si tomamos en cuenta estos factores.

El gasto operacional y costo de ventas también están como lo hemos apreciado en los términos presupuestados, por lo que es necesario continuar en la línea de inversión en promoción y marketing para incrementar el volumen de ventas para que con el mismo costo operacional podamos tener mejores resultados en utilidades que ustedes como accionistas aspiran.

En el presente informe y de acuerdo a la cuenta de Pérdidas y Ganancias tenemos utilidades por US\$ 12.668 antes de impuestos y participación de empleados, cuyo valor remanente pongo a disposición de los señores accionistas.

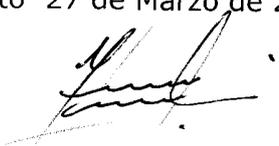
CUMPLIMIENTO DE DISPOSICIONES LEGALES

De acuerdo a lo establecido en la ley debo comentar a señores accionistas que la compañía cumple y respeta las leyes de patentes, marcas y derechos de autor.

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 27 de Marzo de 2009.



José Hernán Dalgo Manzo
Gerente General

