



**INFORME DEL GERENTE GENERAL DE GRÜNENTHAL ECUATORIANA
CORRESPONDIENTE AL AÑO 2010**

En el año 2010 las ventas de Grünenthal Ecuatoriana alcanzaron 33,8 Mio US\$, un 2% superior al valor presupuestado: 33,1 Mio US\$.

Las líneas de dolor agudo y dolor crónico, con evoluciones positivas en sus mercados, de 105 y 113, respectivamente, sustentan el crecimiento de Grünenthal en el mercado privado (IMS) 1,87%.

Grünenthal Ecuatoriana continúa liderando el mercado de Dolor, con una participación del 19,%, seguido por Medicamenta, Novartis y Pfizer. En este segmento, presentan un desarrollo continuo, con crecimiento superior a este mercado, los productos Zaldiar, Tramal, Tramal Long y Versatis (lanzado en el año 2009).

En el 2010 aún se sintieron los estragos de la prohibición para la venta de antiinflamatorios, decretada por el Gobierno Nacional como parte de las acciones para enfrentar la pandemia de la gripe AH1N1. Mesulid, producto de mayor venta de Grünenthal, decreció -4,96%.

Otros productos como Febrax, Megacilina, Codipront y Fioton, considerados como productos clave para el desarrollo de la compañía, tuvieron un decrecimiento muy fuerte, alrededor del 12% en promedio.

En el área ginecológica, a pesar de la fuerte competencia de Bayer y el lanzamiento de nuevos productos anticonceptivos, Belara presenta una evolución positiva (102). El cambio de presentación de Contractubex (50g) fue un buen aporte para el desarrollo de esta marca, que cerró el 2010 con un crecimiento del 13,4%.

En un mercado cada vez más competitivo de altos descuentos y bonificaciones, con precios que aún se mantienen congelados, y en el que han ingresado nuevos actores, especialmente laboratorios latinoamericanos de genéricos, Grünenthal Ecuatoriana ha optimizado sus recursos en la parte promocional para mantener un equilibrio entre bonificaciones y sus gastos. A pesar de todos los esfuerzos, la empresa terminó el año 2010 con un Ebita de -0,6 Mio US\$.

Atentamente,

Fausto Cordovez Dávalos

