

12943

Boehringer Ingelheim del Ecuador Cía. Ltda. - Casilla 17-03-67 Quito

**Boehringer Ingelheim
del Ecuador Cía. Ltda.**Div. Finanzas & Administración
Gerencia General**Señores
Accionistas
Presente.-**

Marzo 30.2008

**INFORME DEL GERENTE GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE
ACCIONISTAS DE BOEHRINGER INGELHEIM DEL ECUADOR
CIA.LTDA POR EL AÑO 2.007****Konrad Labuschagne**
Tel +593/2/264-308
Fax +593/2/264-571Av. de los Shyris N37-313 y
El Telégrafo, Quito
Tel +593/2/264308Av. Francisco de Orellana y Miguel
H. Alcívar. Centro Empresarial Las
Cámaras -Of.901
Guayaquil
Telf. +593/04/2683-719

Señores Accionistas:

Por disposición de los Estatutos Sociales de la Compañía, elevo a su consideración el informe sobre las actividades de **Boehringer Ingelheim del Ecuador Cía. Ltda.**, en el año 2.007 y su situación al cierre del ejercicio.

Ordoñez Laza y los Alamos Esq.
Junto a gasolinera Eloy Alfaro
Cuenca
Telf. +593/07/2848-545**Principales Indicadores Económicos**

	Actual 2004	Actual 2005	Actual 2006	Actual 2007
Inflación	1.9	3.1	2.9	3.3
% Incrementos de precios	1.2	0.0	0.0	0
Tasas de interés (Activa)	6.0	9.0	9.0	10.7
PIB	+ 7.9%	+ 4.7%	+4.3	+2.6

11.

Como resultado de sus operaciones económicas realizadas durante el año 2007, la Compañía obtuvo una utilidad operacional de **USD. 775.835**, una utilidad neta de **USD. 1'136.369** y una utilidad después de impuestos y participación de **USD. 658.317,67**.

Como lo disponen las normas societarias del país toda Empresa de Responsabilidad Limitada tiene la obligación de asignar el 5% de su utilidad disponible para socios como Reserva Legal este valor ascenderá a USD. 32.915,88 por lo que la utilidad neta a disposición de los socios se ubico en **USD.625.401,79**.

Este resultado básicamente se logro por los siguientes factores:

Desarrollo aceptable del mercado farmacéutico el cual tuvo un incremento frente al año 2006 en unidades del **7,76%** y en dólares del **+11,97%**, factor que no pudo ser aprovecharme en su totalidad debido al incremento en el mercado de copias, genéricos y el lanzamiento de múltiples productos nuevos por parte de la competencia tanto en la línea de negocios de prescripción médica como de libre venta. A pesar de esto nuestra participación en el mercado farmacéutico en dólares fue aceptable aunque menor que el año 2006 pasando del **5,36%** al **4,76%**.

En cuanto a las ventas brutas se alcanzó la cifra de **USD. 27'886.794**, que frente a las del año 2006 de **USD. 26'421.688** representan un incremento del **5,55%**. Con relación al presupuesto no se pudo llegar a la meta que se estimo en USD. 28'707.706 (97,14% de cobertura).

A pesar de no haber cumplido el presupuesto de venta por las razones antes expuestas, la compañía pudo alcanzar una rentabilidad adecuada debido principalmente a la reestructuración de nuestro modelo de distribución, esto implico el cierre de relaciones comerciales con algunos distribuidores, la definición de un nuevo contrato estratégico con uno de los mejores operadores del país lo que se tradujo en una reducción de costos del orden de USD. 300 mil, y a la reducción de los gastos de promoción directa, bonificaciones y muestras médica cuya estimación según presupuesto fue de USD. 7'920.708 y se llevo a un valor real de USD. 7'596.260 (**reducción del 4,10%**)

Otro factor importante fue el registro de las comisiones ganadas y los descuentos en producto que nuestra Casa Matriz y compañías relacionadas

J.F.

nos otorgaron durante el año 2007, estas aportaron al ingreso operacional con **USD. 1'626.288** y a una reducción de costos de **USD. 953.001**.

Todas las consideraciones antes expuestas ayudaron a que la Compañía haya alcanzado una ganancia neta después de impuestos y participaciones de **USD. 658.318**.

Con relación al año precedente 2006 se pudo establecer una mejoría en la generación de ingresos operacionales consecuencia del incremento en las ventas netas que se superaron en un **6,51%**.

Con relación al costo de ventas esta se incremento en un **5,59%** lógicamente esto no es un factor negativo ya que se debe al incremento en las ventas, lo que si se debe destacar es que en términos reales se ha logrado incrementar el margen de contribución en un **7,40%** consecuencia de optimización en el manejo de los procesos logísticos (por ejemplo cambio de vías de transporte de aéreo a marítimo) lo que nos ha permitido cubrir en mayor proporción los gastos fijos operativos.

Con relación a los gastos operacionales que incluyen gastos de ventas, marketing, distribución y administración se observo un incremento del **7,99%** debido básicamente a la mejor focalización de la inversión en gasto promocional directo tanto en medios de comunicación, bonificaciones entregadas a nuestros distribuidores y eventos científicos que están en relación con el incremento en las ventas.

Los otros ingresos operacionales tuvieron una reducción frente al 2006 del **16,29%** debido principalmente a que la compañía esta logrando una menor dependencia de los subsidio de la casa matriz por su adecuado manejo y reducción de gastos de promoción. Esto se traduce en una mejora de la productividad por cada nivel de inversión promocional.

Con relación a los otros ingresos no operativos tuvimos un incremento del **46,27%** básicamente por el registro del subsidio dado por nuestra casa matriz destinado para compensar los gastos generados en el país por retiro voluntario del producto SILOMAT.

A continuación resumen de las principales cifras comparativas con el año 2006 vs. 2.007:



	2006	2007	+/- %
Venta Neta	25' 136.204	26' 774.073	+ 6,51%
Costos de ventas	-12' 715.964	13' 427.109	+ 5,59%
Margen de Cont.	12' 420.240	13' 346.963	+ 7,40%
Gastos Operativos	-13' 149.873	-14' 201.171	+ 7,99%
Otros Ingresos Op.	1' 946.852	1' 630.043	-16,29%
+/- Otro ing/gts.	246.484	360.533	+ 46,27
Resultado Neto	1' 463.703	1' 136.369	- 22,37%

En relación con los objetivos planteados a inicios de año, estos se han cumplido casi en su totalidad, la excepción fue las ventas que estuvimos por debajo de los presupuestos, pero logramos posicionar de mejor manera a las marcas principales de prescripción médica (Mirapex, Secotex, Micardis, Spiriva, Combivent), logramos reducir los inventarios a niveles óptimos de 84 días y la cartera a 70 días en promedio, y sobre todo logramos implementar un nuevo modelo de distribución.

Las perspectivas para el año 2.008 no son muy alentadoras considerando la coyuntura política y jurídica que estamos atravesando por la instalación de la Asamblea Constituyente que esta tratando temas muy estratégicos y delicados para el desarrollo del país, además en el mercado farmacéutico se mantienen las amenazas sobre las modificaciones al reglamento de fijación de los precios de venta de los medicamentos mismo que pretendería excluir del cálculo varios gastos operacionales lo que traería como consecuencia perder margen para cubrir los costos y gastos fijos. Otra amenaza que podría desarrollarse fuertemente es la relacionada con la política de salud del nuevo gobierno que promovería la producción y comercialización de productos genéricos y por ende aumentaría el número de competidores locales y extranjeros en esos segmentos.

Como Administrador de la Compañía recomiendo a los socios acelerar los procesos de introducción de nuevos productos que fortalezcan la posición y portafolio en el mercado de prescripción y venta libre, lograr acuerdos con las Compañías relacionadas para obtener reducciones importantes en los costos de bienes y servicios, y mantener el apoyo en todos los ámbitos que

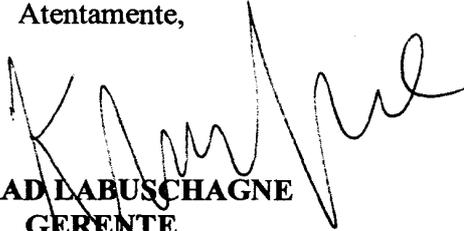
J.F.

sean necesarios para que la Empresa mantenga adecuados niveles de competitividad y rentabilidad.

Como último punto dispuesto por la Superintendencia de Compañías señalo que Boehringer Ingelheim de Ecuador ha cumplido las disposiciones y normas referentes a la propiedad intelectual y derechos de autor, así como también las disposiciones referentes a la tercerización.

Señores accionistas pongo a su consideración este informe, los Estados Financieros y Estatutos adjuntos.

Atentamente,



KONRAD LABUSCHAGNE
GERENTE

BOEHRINGER INGELHEIM DEL ECUADOR

[Handwritten initials]