

Natural Health

OsteoSante • Cal-D • UltraFolico + B12 • PhytoMujer • AlphaVite

INFORME GERENTE GENERAL NATURAL HEALTH S.A. AÑO 2010



A continuación me es grato detallar el informe de gestión de Natural Health correspondiente al ejercicio económico 2010.

GESTION ADMINISTRATIVA

Este año 2010 fue el quinto año de operación de la compañía, muy importante porque se logró ingresar a todas las cadenas de farmacias del territorio nacional, así en el año 2009 estuvimos a partir del último trimestre en Fybecas y Medicitys, en el 2010 se logró negociar para colocar nuestros productos en Fybeca, Sana Sana, Medicitys, Pharmacys, Cruz Azul y farmacias Económicas, además de incrementar nuestra cobertura directa en la provincia de Loja y Morona Santiago.

Esto impactó directamente en nuestro presupuesto comercial, en dos rubros, altas bonificaciones en productos (incremento del costo de ventas) y contratar una fuerza de ventas complementaria de impulsadoras, quienes trabajan directamente en los puntos de venta de los autoservicios para rotar los productos, así de una impulsadora del año 2009, cerramos el 2010 con 10 impulsadoras a nivel nacional.

Otro rubro que se incrementó y salió del presupuesto fue el de inversión en mercadeo, el que fue de \$53M dólares vs un plan de \$33M, se necesitó más promoción en medios y en muestras médicas, el resultado fue \$40M fuera del presupuesto, para cubrir el rubro de impulso y mercadeo.

El costo de ventas de la empresa debió ser el 38% de la venta neta, es decir \$127M dólares, sin embargo al necesitar estar en estas cadenas y abrir nuevos distribuidores a nivel nacional el

Jorge Drom N945 y Gaspar de Villarroel (esq.). Edificio Vásquez 2do Piso
Teléfonos: 2257-712 / 2446-877 / 2260-927

impacto de entregar bonificaciones en producto, el costo fue de \$163M dólares , \$36M dólares más del plan.

Con un resultado de \$76M dólares en pérdida al final del período 2010.

GESTION FINANCIERA

La empresa tiene un índice de liquidez de 1,61, liquidez que se apalanca en inventarios y cuentas por cobrar a clientes.

Logramos de nuestro proveedor de EEUU nos extienda el plazo de crédito de 30 a 60 días, operativamente son 30 días para cancelar sus facturas, vs, una recuperación de cartera de 95 días. La empresa necesitó financiar 65 días de capital de trabajo, el mismo que fue con aporte de socios en un total de \$55M dólares.

Este año continuamos con el trámite de incremento de capital, estamos a la espera que en estos próximos treinta días esté totalmente terminado.

Para este año 2011 los accionistas consideran un nuevo incremento de capital.

GESTION COMERCIAL

Las ventas de la compañía se incrementaron de \$163M del año 2009 a \$335M en ese año, incremento de dos veces más, con un costo de ventas del 48%, 10 puntos más de lo presupuestado (38%).

Con relación al presupuesto ajustado solo se llegó al 96%, y del original solo al 74%.

La participación de nuestros productos dentro del total de ventas fue:

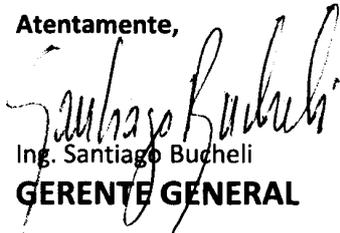
- PhytoMujer 32%
- Osteo Sante 18%
- Ultrafolico 18%
- Cal D 16%
- Alphavite 16%



RECOMENDACIONES

- Cumplir con el presupuesto comercial
- Bajar el porcentaje de bonificaciones para lograr un costo de ventas que se sitúe en el 38% con relación a la venta neta.
- Ser productivos , con las zonas y canales de distribución que no están dentro del plan, incrementar las ventas o bajar los gastos.
- Ampliar el plazo de crédito con EEUU.
- Lanzar los nuevos productos, incrementar nuestra cartera, máximo en el segundo semestre de este año.

Atentamente,



Ing. Santiago Bucheli

GERENTE GENERAL

