Manufactura, Distribución y Venta de Productos

25 AÑOS DIFARE

INFORME DEL GERENTE GENERAL

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
REGISTROS
27 ABR 2009
Michaile
GUAYAQUIL

Guayaquil, 27 de Marzo del 2009

Señores

Accionistas de la Compañía DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE PRODUCTOS SOCIEDAD ANONIMA DYVENPRO S.A.

Ciudad

Señores accionistas:

Cumpliendo con lo establecido en los Estatutos y la Ley de Compañías, pongo a consideración de ustedes, el informe relativo a la gestión realizada durante el ejercicio 2008

1.- Hechos relevantes

- Debido a la vigencia del Mandato 8, el personal de Promotoras de Venta, Impulsadoras y Mercaderistas se puso en la nómina directa de la empresa. Esto causó un incremento en la nómina como gastos variables, pues anteriormente estaba como gasto dentro de las cuentas de Mercadeo y Promoción. No tuvo un efecto perceptible en los gastos generales.
- Terminamos el cambio de los Registros Sanitarios de todos los productos de fabricación nacional debido al cambio de maquila en Laboratorios HG. Esto permitió que en el Instituto Nacional de Higiene "Izquieta Pérez" reactiven el trámite de inscripción de los productos nuevos, que había estado detenido. Lanzamos al mercado: Crema Fungicida Nodorex, Loción Fungicida Nodorex, Loción Fungicida Nodorex Forte, fabricados en Laboratorios HG; y toda la línea de Talco Medicado Nodor, Desodorante en barra y roll-on Nodor con un total de 14 presentaciones importadas de COINSA, Tegucigalpa, Honduras.
- El gran incremento en el costo de las materias primas, especialmente vaselina y los aceites esenciales; así como los materiales de empaque, tanto latas, dispensadores, botellas plásticas, cajas y cartones nos obligó a hacer una revisión general de precios, incluyendo los importados. De hecho en el 2008 tuvimos el efecto del alza de precios de diciembre 2007 y la que hicimos en julio 2008.

2.- Mercadeo y Ventas

RESULTADOS 2008

El efecto del incremento de precios hizo que cumpliéramos solamente el 86% del presupuesto en dólares, para una venta de $ 3'439.506,13 y un crecimiento del 1.2% frente al año anterior.

En el total unidades de 1'376.850 con un crecimiento del 2.3% con respecto al año anterior. Pese a la reducción en ventas por los incrementos de precio, las unidades se mantuvieron debido a la introducción de productos nuevos; sin embargo los tres productos de más venta: Mentol Chino, Menticol y Vaporex Inhalador tuvieron notorios descensos en la venta en unidades frente al año anterior.

Realmente hicimos un gran esfuerzo para mantener la venta en unidades y dólares, y evitar que los incrementos de costos afecten la rentabilidad.

ACTIVIDADES REALIZADAS

Las siguientes son las actividades principales de mercadeo

- De acuerdo al Plan de Trade Marketing se realizó una segmentación de los Mayoristas y Distribuidores con los cuales realizamos las siguientes actividades:
    - Se ofrecieron Push Money a la fuerza de ventas de los Mayoristas y Distribuidores del Canal Tradicional y Farmacéutico.
    - Se ofreció un Plan Anual de Rebate por cumplimiento de cuota de ventas para los principales Mayoristas y Distribuidores de todos los canales.
    - Se lanzaron las siguientes promociones masivas:
        - Plan "Acumula tus Facturas y Gana"
        - Promoción "Producto de la Semana"· en las farmacias
        - Promoción raspadita "Dyvenpro te premia con..." dirigida al cliente final de farmacia.
        - Promoción "La Hora Loca" en farmacia y en puntos de ventas seleccionados del canal tradicional.
        - Muestreo con productos nuevos en zonas de mayor tráfico de consumidores en la ciudad y en instituciones como maternidades y hospitales.

25 DIFARE
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
REGISTROS
27 ABR 2009
GUAYAQUIL

- Se implemento un Plan de Merchandising en las farmacias nuevas.
- Se implementó un plan de capacitación en el manejo de nuestros productos con todas las fuerzas de ventas de los mayoristas y distribuidores en todo el país.
- Se mantuvo un programa de impulsación durante todo el año en farmacias y tiendas principales.

- En publicidad tomamos las siguientes acciones:
  - Concentramos nuestra publicidad impresa en las revistas de las farmacias: Crucioferta y Pharmacy's
  - Contratamos publicidad con Gamavision (programas estelares y Buenos Muchachos); Canal Uno en los eventos deportivos del campeonato nacional de fútbol y especialmente en las eliminatorias de la Copa Libertadores de América donde LDU quedó campeón de América.

3.- Principales proyectos que se ejecutaron durante el ejercicio en mención.

- Elaboración del Plan de Trade Marketing el cual estuvo acompañado de un Instructivo y Plan Interno de Trade Marketing para Dyvenpro.
- Elaboración del Manual de Funciones de las Promotoras de Venta, Mercaderistas e Impulsadoras.
- Levantamiento de la base de datos informativa del personal de Trade Marketing para que sean registradas en Farcomed, Supermaxi, Mi Comisariato y otras instituciones que requieren esta información para poder ejecutar las acciones de promoción en el punto de venta.
- Terminamos el cambio de todos los Registros Sanitarios de los productos de fabricación nacional para indicar como productor a Laboratorios HG para Dyvenpro S.A.
- Se formalizó la representación de Dyvenpro S.A. en l Perú con el Estudio Jurídico Salazar y Figueroa S.A., Abogados y Consultores para el manejo de la exportación, y registros legales.
- Realizamos el mantenimiento total de nuestras líneas de producción en Laboratorios HG, haciendo over haul completo de todas las líneas.
- Iniciamos un programa de mejoramiento de la productividad y automatización de todas las líneas de producción, iniciamos con la línea de líquidos.

4.- Aspectos financieros:

	Monto	%
Ingresos:	3'439.506,13	100,0%
Costos y Gastos	3'227.172,79	92,7%
Resultado Operacional	212.333,34	7,3%
Otros Ingresos y Egresos	10.806,85	-0,9%
Utilidad antes de PT e IR	223.140,19	6,5%
15% PT	33.471,03	1,0%
IR.	53.095,59	1,4%

Al 31-12-08

Datos del Balance General

Los activos totales de la Cía. ascienden.....	1'478.286,05
Capital de trabajo	537.208,19
Índices financieros	
Liquidez	1,62
Solvencia	1,50
APALANCAMIENTO FINANCIERO	
Razón Deuda sobre Activos	0,59
Razón Deuda sobre Capital	1,46

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
REGISTROS
27 ABR 2009

5.- Contribuciones de Impuestos para el Desarrollo del País (IVA, IR, Contrib. a Superintendencia, municipios, etc.)

• IMPTOS ANTICIPADO RTA.-2008	• 43.437,55
• IVA RETENIDO PAGADO	• 14,344.12
• CAMARA DE COMERCIO	• 2,326.08
• DOS POR MIL IMPTO UNIVERSIDAD	• 511.67
• IMP.PATENTES Y PERMISOS MUNIC.	• 3,463.58
• CUERPO DE BOMBERO	• 145.00
• SUPERINTENDENCIA DE CIAS.	• 1,314.21
• JUNTA BENEFICENCIA DE GUAYAQUL	• 200.00
• 0.5% SALIDA DE DIVISAS	• 270.88

6.- Desarrollo Tecnológico y de los Recursos Humanos.

- En el área de Trade Marketing:
  - Dotamos de computadoras a las ejecutivas de provincia.
  - Dotamos de modem a los cuatro funcionarios principales de la empresa.
- Se implementó un Plan de Capacitación en Liderazgo para las Promotoras de Venta, Mercaderistas e Impulsadoras con la Fundación de Capacitación Humane.
- Se cumplió con el requisito legal de contratación de discapacitados.
- Junto con el departamento financiero, procesos y con auditoría interna realizamos lo siguiente:
  - Definición de los procesos de control de inventarios y toma de inventarios físicos.
  - Se realizaron las validaciones y ajustes a los saldos de inventarios físicos, comparados con los saldos de balance.
  - Se han dado las seguridades tecnológicas a los documentos que se generan para control de inventarios y de producción.
  - Se inició con el Departamento de Sistemas la adaptación el software operativo para manejar el kardex de los inventarios de materia prima y materiales.

Dyvenpro

Manufactura, Distribución y Venta de Productos

25 DIFARE

7.- Otros aspectos importantes del Sector que se encuentra la compañía.

- La crisis mundial, que ya venía desde el 2007, afectó ya grandemente los costos de todas las materias primas y materiales, sean importados o de compra local. Fue imposible para nosotros disminuir este efecto, a pesar de que logramos los mejores precios del mercado. Tuvimos que incrementar los precios de nuestros productos para evitar un colapso en la rentabilidad. Lo logramos parcialmente. El incremento de precios si afectó a los productos de mayor rotación.
- Hemos mejorado la productividad en nuestras líneas para contrarrestar el impacto de los incrementos salariales.

Debo informar que todas las disposiciones emanadas de la Junta General de Accionistas y del Directorio han sido cumplidas.

Presento mi agradecimiento, por su presencia en esta Junta, así como a todas las personas que han colaborado eficientemente en la administración de la compañía.

Cordialmente,

Ing. Antonio Quezada Pavón, MSc, MBA

Dyvenpro S.A.

Gerente General

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
REGISTROS
27 ABR 2009
Michelle
GUAYAQUIL