

**INFORME DE GERENTE GENERAL A LOS ACCIONISTAS**  
**PERIODO 2007**

<b>AFFILIATE / MANAGEMENT UNIT :</b>	101	Andean Group
<b>PERIODO :</b>	1ero. de Enero al 31 de Diciembre	

**Visión general de la Política y Economía del país:**

País	Inflación		Evolución Tipo de Cambio			Tasa de Interés	Desarrollo PIB	Desempleo Mes
	Mes	Acumulada	Mes (NC / €)	Evolución Mes	Evolución Acumulada			
<b>Ecuador</b>	0.57%	3.32%	1.46	2.32%	10.00%	10.00%	2.50%	7.00%

(\*) Estimations

La Asamblea Constituyente inició su trabajo a finales del mes de Noviembre. Tal cual como fuera planeado, la asamblea canceló al Congreso Nacional en base a la solicitud del Presidente Rafael Correa, siendo reemplazo el congreso nacional por una Comisión Legislativa que hace parte de la asamblea. Durante el primer mes de la asamblea, aprobó la nueva Ley de Equidad Tributaria que será aplicada durante 2008. El objetivo de esta ley es consolidar el papel del Servicio de Rentas Internas y luchar contra la evasión fiscal de las compañías y de los ciudadanos. Algunos analistas han rechazado la ley porque consideran que la asamblea constituyente solamente fue elegida para escribir una nueva constitución. El sector comercial privado ha considerado que la nueva Ley de Equidad Tributaria afectará el ambiente de los negocio en el 2008.

El Ministro de la Economía, Fausto Ortiz, reconoció que el desarrollo de la economía ecuatoriana estaría debajo de 2.5% para el 2007. Durante los días pasados, el Banco Central del Ecuador ha considerado que se ha comenzado a detener la desaceleración de la economía ecuatoriana. Uno de los punto más importantes es el precio alto elevado internacional del petróleo y también, que Petroecuador está intentando recuperar la producción los depósitos en bancos y los niveles de empleo están con una tendencia positiva. Como fuera planeado, en el presupuesto para 2008, el gobierno redujo los recursos para pagar la deuda externa para transferir recursos a las inversiones sociales.

La Tasa de Inflación del 2007 (3.32%) superó las expectativas establecidas por el gobierno meses atrás (2.60% a 2.90%), siendo la más alta en los últimos tres años. Noviembre y Diciembre, dos meses con alta inflación mensual, afectaron considerablemente a la inflación anual.

F-90-01A Rev. 0 08-06

**Beiersdorf Venezuela**  
 Av. Francisco Miranda Edif. Parque Cristal Torre Este  
 piso 14 Of 10-10 Urbanización Los Palos Grandes.  
 Caracas - Venezuela  
 Tels: 0212-2859013 (master) - 0212 2780411  
 Servicio al Cliente: 0-800 - 2337200

**Beiersdorf Ecuador**  
 Panamericana Norte Km 7½ Manuel Najas  
 134 Juan de Sells  
 Quito - Ecuador  
 Teléfonos: 02 2 473-473 / 02 2 472-715  
 Línea Servicio al Cliente 1800-064832

**Beiersdorf Centro Producción Colombia**  
 Cra. 36 No 13-451 Urb. Acopi-Yumbo  
 Conmutador (57-2) 651 02 00  
 Fax: (57-2) 6541820  
 Cali - Colombia  
 Servicio al Cliente: 01 8000 934300

El BCE ha estimado una tendencia positiva en la tasa de desempleo, ya que evolucionó de 9.8% en Septiembre a 7% en Diciembre. Se ha considerado que el empleo del sector formal ha aumentado más que el informal.

**Visión General del negocio:**

Miles USD	Ventas Mes	Crecimiento	Ventas Acumuladas	Crecimiento	Estimado Mes Ant.	Crecimiento	Estimado Ultimo Mes	Crecimiento
Total Ventas Netas	770	5%	12,376	5%	11,975	2%	12,305	5%
Utilidad antes de Impuestos	-399	5%	1,239	5%	1,039	2%	1,150	5%
Utilidad / Ventas (%)	-51.7%	5%	10.0%	5%	8.7%	2%	9.3%	5%

Diciembre fue un excelente mes a pesar de que solo crecimos 5% versus el mismo mes del año pasado. Adicionalmente sobrepasamos la cuota mensual en 2%.

Clientes como Farcomed, Ecuquímica y Farmaenlace crecieron más allá de nuestras expectativas durante Diciembre. Otros clientes como DIFARE y Quifatex tuvieron una tendencia de bajo nivel de compras para mantener niveles de inventarios sanos.

Algunas de nuestras marcas crecieron muy bien, Eucerin, +76%, Condones Duo, +80%, Nivea Sun +54%, Nivea For Men +30%. Diciembre no fue un buen mes para Nivea Visage ya que en el mes pasado vendimos el total del inventario de los paquetes promocionales para la temporada de Navidad.

La venta de nuestros distribuidores creció 43% considerando que Diciembre fue un mes bajo.

3. BRANDS OVERVIEW

Figures of Current Year

TNC	Current Month	Day to LY	YTD	Day to LY
<b>TOTAL NS 3rds</b>	<b>770</b>	<b>1.9%</b>	<b>12,357</b>	<b>15.2%</b>
<b>NIVEA</b>	<b>509</b>	<b>0.2%</b>	<b>7,505</b>	<b>11.1%</b>
N. Cremes	36	0.5%	523	0.6%
N. Body	115	10.3%	1,631	19.6%
N. Baby	26	2.6%	319	0.7%
N. Sun	62	25.0%	677	18.5%
N. VISAGE	114	26.1%	2,180	14.9%
N. VITAL	0	0.0%	0	0.0%
N. for Men	43	27.9%	518	26.0%
N. Lip Care	12	87.2%	129	16.8%
N. Beauté	0	0.0%	0	0.0%
N. Deodorant	85	16.9%	1,219	14.7%
N. Bath Care	15	20.6%	308	1.9%
N. Hair Care	0	0.0%	0	0.0%
N. Hair Care Styling	0	0.0%	0	0.0%
<b>Hansaplast/Elastoplast</b>	<b>158</b>	<b>9.9%</b>	<b>2,127</b>	<b>4.9%</b>
<b>Eucerin</b>	<b>176</b>	<b>99.1%</b>	<b>1,963</b>	<b>60.7%</b>
<b>Juvena / LaPrairie</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>
<b>8x4</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>
<b>Labello</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>
<b>Futuro</b>	<b>0</b>	<b>100.0%</b>	<b>18</b>	<b>71.2%</b>
<b>Florena</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>
<b>atrix</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>	<b>0</b>	<b>0.0%</b>
<b>Hidrofugal</b>	<b>5</b>	<b>0.9%</b>	<b>102</b>	<b>1.2%</b>
<b>Duo/ Harmony</b>	<b>92</b>	<b>102.8%</b>	<b>936</b>	<b>34.4%</b>
<b>Other Brands</b>	<b>-170</b>	<b>167.2%</b>	<b>-294</b>	<b>32.6%</b>

**Comments on monthly developments  
within Brands by Management Unit**

(if necessary comments on country in order to explain the development)

## Desarrollo de Clientes

Miles USD	Canal de Distribución	Ventas Mes	% crecimiento	Ventas Acumuladas	% crecimiento	% del Total
Farcomed	Cadena Farmacias	167	+23%	3,518	+23%	28%
Supermaxi	Supermercado	147	+19%	1,681	+19%	14%
Ecuauquímica	Distribuidor	59	+73%	1,254	+16%	10%
Import. El Rosado	Supermercado	63	+34%	1,112	+34%	9%
Quifatex	Distribuidor	20	+5%	927	+1%	8%
Difare	Distribuidor	28	+31%	908	+31%	7%
Otros		286	+39%	2,957	+39%	24%
<b>Ventas Netas</b>		<b>770</b>	<b>+39%</b>	<b>12,357</b>	<b>+39%</b>	<b>100.0%</b>

**Farcomed:** Nuestro principal cliente finalizó el 2007 con un excelente crecimiento vs el año pasado, +23%. El plan promocional de apoyo, implementado y aplicado durante todo el año tuvo un gran desempeño y resultados.

En Diciembre 13, Farcomed implementó el día promocional "Vitalcard", día en el cual tuvimos una importante venta de nuestros productos a los consumidores finales.

**Supermaxi:** El crecimiento anual de Supermaxi también fue excelente, +19%. Esta tasa de crecimiento estuvo apoyada por Eucerin (ya representa el 7% de sus compras) y Nivea Jabón (4%). Adicionalmente, este cliente estuvo muy abierto y cooperativo con nosotros lo que no sucedió durante el 2006.

Durante Diciembre decreció 23% sus compras para mantener un nivel de inventarios sano.

**Ecuauquímica:** Creció +73% porque durante el mismo mes del año pasado sus compras fueron muy bajas.

Su venta fue muy buena, logró USD 115.000 superando ampliamente a sus compras que alcanzaron USD 58.000. De esta forma se pudo reducir los niveles de inventario de 5 meses al inicio del año a 2.5 a finales de año. Esta es la razón principal por la cual Ecuauquímica creció tan solo 2% en todo el año.

**Importadora El Rosado:** Tuvo un excelente desempeño durante al año +34% vs. el año pasado. Nivea Visage es la marca más importante, representa el 36% de sus compras.

Decreción en sus compras en Diciembre ya estuvo afectado por el alto volumen de compras de los paquetes promocionales para Navidad que los compró en el pasado mes, Noviembre.

**Quifatex:** Creció solamente 5% durante todo el año. Así como sucedió con Ecuauquímica, Quifatex mantuvo nivel de inventarios sano. Su venta creció 15% vs el año pasado. Su estrategia estuvo focalizada en la cobertura de supermercados pequeños principalmente en la región costa. En el 2008, transferiremos a Quifatex, algunos de nuestros que los cerraremos por razones de cartera.

**Difare:** Difare alcanzó un excelente crecimiento en el acumulado, +31%, basado en el plan de apoyo que implementamos durante el año.

Su venta creció sobre proporcionalmente, +34%. Finalizó el año con tan solo medio mes de inventario.

## Capital de Trabajo

Capital de Trabajo (miles USD)		Inventarios (miles USD)		Cuentas por Cobrar (miles USD)		Cuentas por Pagar (miles USD)	
Acumulado	crecim.	Acumulado	crecim.	Acumulado	crecim.	Acumulado	crecim.
2,455	-10.2%	1,384	4.7%	2,056	18.9%	985	16.4%

El desempeño de nuestro Capital de Trabajo estuvo influenciado por el excelente crecimiento de las Cuentas por Cobrar. Esto estuvo basado en una buena negociación que realizamos con Importadora El Rosado quien canceló USD 190.000 durante Diciembre. Esto ayudó también a que El Rosado disminuya sus cuentas vencidas. Igualmente tuvimos una excelente recaudación con Farcomed.

## Estado de Pérdidas y Ganancias y Balance General

TNC	Actual IV/2006	% Ventas	Actual IV/2007	% Ventas	Crecimiento
Net Sales Total 3rds	10,703	99.8%	12,357	99.8%	15.4%
Net Sales Total BDF	21	0.2%	20	0.2%	-8.0%
<b>Net Sales</b>	<b>10,725</b>	<b>100.0%</b>	<b>12,376</b>	<b>100.0%</b>	<b>15.4%</b>
CoM Standard					
Variances	2	0.0%	24	0.2%	1525.0%
CoP (Merchandise)	3,777	35.2%	4,425	35.8%	17.2%
Write-down of Inventories	47	0.4%	67	0.5%	42.4%
<b>Margin I</b>	<b>6,899</b>	<b>64.3%</b>	<b>7,860</b>	<b>63.5%</b>	<b>-0.8 pp</b>
Direct Costs of Selling	374	3.5%	456	3.7%	22.1%
Marketing Budget	2,906	27.1%	3,368	27.2%	15.9%
<b>Margin II</b>	<b>3,619</b>	<b>33.7%</b>	<b>4,036</b>	<b>32.6%</b>	<b>-1.1 pp</b>
Distribution Royalties to BDF	484	4.5%	558	4.5%	
FC Distribution Logistics	111	1.0%	170	1.4%	53.6%
FC Marketing & Sales	1,129	10.5%	1,267	10.2%	12.3%
Write-down -Trade Receivables	23	0.2%	29	0.2%	
<b>Marketing, Selling &amp; Logistics</b>	<b>5,026</b>	<b>46.9%</b>	<b>5,848</b>	<b>47.3%</b>	<b>16.4%</b>
Research & Development Exp.					
Administration Expenses	753	7.0%	776	6.3%	3.1%
Other Operating Income	80	0.7%	117	0.9%	45.0%
Other Operating Expenses	188	1.8%	112	0.9%	-40.2%
Extraordinary Income					
Extraordinary Expenses					
<b>EBIT</b>	<b>1,012</b>	<b>9.4%</b>	<b>1,239</b>	<b>10.0%</b>	<b>0.6 pp</b>
Financial Result	-22	-0.2%	-41	-0.3%	90.6%
<b>Profit before Tax</b>	<b>990</b>	<b>9.2%</b>	<b>1,198</b>	<b>9.7%</b>	<b>0.4 pp</b>
Taxes on Income	432	4.0%	580	4.7%	34.2%
<b>Profit after Tax</b>	<b>558</b>	<b>5.2%</b>	<b>618</b>	<b>5.0%</b>	<b>-0.2 pp</b>

### Estado de Pérdidas y Ganancias

**Ventas:** La excelente tasa de crecimiento (+15.4%) estuvo influenciada por el gran desempeño y crecimiento de marcas como Eucerin, Nivea Body, Condonos Duo y Nivea Deo.

**Margen de Rentabilidad:** Decreció de 64.3% en 2006 a 63.5% en 2007 afectado por el alto tipo de cambio (USD vs €). Para contrarrestar este inconveniente, hicimos un ajuste de precios el 1 de Julio.

**Costos Directos de Ventas:** Debimos hacer algunas readecuaciones en las etiquetas de algunos productos que importamos de Europa.

**Costos Fijos Distribución y Logística:** Nos afectaron algunos gastos compartidos de la región andina..

**Otros Ingresos Operacionales:** Incluye la venta de activos fijos.

### Balance General

**Caja/Bancos:** Doblamos los recursos en los bancos debido a la excelente recaudación en Diciembre y al diferimiento de algunos pagos a proveedores.

**Obligaciones Financieras:** Decrecimos -12.8% vs. año pasado debido a que pagamos USD.300.000 del préstamos que mantenemos con nuestras casa matriz.

**Cuentas por Pagar:** Como se mencionó anteriormente, el desempeño estuvo apoyado por el diferimiento de algunos pagos a nuestros proveedores a finales del mes de Diciembre.

Atentamente

  
Oswaldo de la Torre  
Director de País