

INFORME ANUAL DE ACTIVIDADES 2003 AL DIRECTORIO INTERVET ECUADOR S.A.

SITUACIÓN GENERAL DEL PAÍS

Durante el año 2003 la dolarización implementada en Ecuador en el 2000 llevó al país a una cierta estabilidad; sin embargo, la reactivación económica tan necesaria no avanzó. La inflación bajó de 9,4 a 6,1%, no así las tasas de interés, las mismas que continuaban altas como en el año anterior. Tampoco se pudo atraer mayor inversión extranjera debido a la inseguridad jurídica reinante en el país. La industria ecuatoriana no es competitiva y los países vecinos tienen la ventaja de poder devaluar sus monedas para impulsar sus exportaciones.

En el ambiente político interno el gobierno de Lucio Gutiérrez fue afectado por numerosos escándalos políticos en el transcurso del año anterior. También las Fuerzas Armadas han sido blanco de críticas por la pérdida de armamento y por los accidentes ocurridos en sus instalaciones.

Los parámetros financieros del año 2003:

Inflación 2002	9,4%
Inflación 2003	6,1%



8 ABR. 2004

El Producto Interno Bruto creció 3% frente al año anterior, llegando a 26.745m US Dólares.

SITUACION GENERAL DE INTERVET ECUADOR S.A.

En el 2003 el mercado total veterinario del país no creció frente al año anterior. Mientras la avicultura creció ligeramente, la ganadería disminuyó básicamente debido a los bajos precios de la carne y parcialmente de la leche, las mismas que afectaron el desarrollo de este sector. Cabe anotar que la falta de líneas de crédito con intereses adecuados no permitió estimular la actividad agropecuaria.

Intervet pudo aumentar sus ventas de la línea avícola, no así la parte ganadera la cual disminuyó. No obstante, hemos podido mantener nuestra posición líder del mercado.

COMENTARIOS DEL NEGOCIO

Durante el año 2003 nuestras ventas aumentaron en un 0,4% frente al año anterior. En la parte avícola aumentamos las ventas en un 3%; a pesar de que nuestro cliente principal Pronaca bajó drásticamente sus compras debido a un cambio en el programa de vacunación de esta empresa, las ventas a otros clientes subieron un 34%. Con una participación de aproximadamente 18% ocupamos como en el año anterior el primer lugar entre las empresas en el segmento farmacéutico para aves.

La ganadería del país pasó otra vez por un año difícil. El precio de la carne de res continuó bajo. El mercado de medicina veterinaria para este segmento se tornó cada vez más difícil y la agresividad de la competencia aumentó; lo que llevó a muchas empresas a otorgar más promociones y conceder descuentos irracionales. Intervet ha mantenido su porcentaje de participación en este segmento del mercado de aproximadamente 12% y ocupa como en el año 2002 el segundo lugar en el ranking de empresas veterinarias.

El presupuesto para el año 2003 presentaba una venta neta de 3.400.000 US Dólares y un resultado operativo de 82.000 US Dólares.

En el año 2003 la venta neta real fue de 3.334.278 US Dólares, llegando a un 98,1% del presupuesto.

El resultado operativo fue de 220.625 US Dólares.

	Real 2003	Presupuesto 2003	Real 2002
Venta Neta	3.334	3.400	3.322
Resultado Operativo	221	82	169

(en miles de US Dólares)

Comparado con el año 2002, el 2003 tuvo un aumento en las ventas en US Dólares de 12.138 e equivalentes a un aumento de 0,4% y un aumento del resultado operativo de 72.000 US Dólares equivalente a 42,4%.

NEGOCIO POR LÍNEAS

Aditivos Alimenticios

La venta total de esta línea fue de 298.590 US Dólares, lo que equivale a un 9,0% de la venta total y es 49% mas que la venta del año anterior.

La venta de nuestro promotor de rendimiento Flavomycin ha mantenido su nivel de venta en el sector avícola y hemos podido ingresar al sector de producción de Tilapia después de efectuar ensayos locales en este segmento. Con este nuevo nicho de mercado aumentamos nuestra venta frente al año anterior en un 67,7% con una venta de 132.589 USD. En el sector camaronero todavía no hemos podido colocar este producto, pero para el 2004 tenemos planes de nuevos ensayos en el sistema "Inland – techado".

Nuestro concentrado mineral Suprafos F mostró un incremento considerable en unidades de 40,5% frente al año anterior, subiendo de 52.307 Kg a 73.515 Kg. La venta alcanzó 108.685 USD.

Pudimos aumentar la venta de nuestro coccidiocida Sacox 120 de 6575 Kg en el 2002 a 9450 Kg en el 2003, es decir un 43,7%. Llegamos a una venta total de 57.316 USD, lo que significa un aumento de 39,3% frente al año anterior. La diferencia entre el aumento de unidades y valores se debe a que en este producto tuvimos que ajustar nuevamente nuestro precio de venta acorde a los precios de los productos genéricos.

Productos Ganadería

La venta de esta línea fue de 1.919.711 US Dólares, equivalente a un 57,6% de la venta total y es 2% debajo del año anterior.

Los 10 productos más importantes evolucionaron como sigue:

También en este año la fuerte presión de productos genéricos afectó nuestro primer producto en venta Panacur. De 719 Kg en 2002 bajamos a 584 Kg, es decir un 18,8%. Se vendió 218.245 US Dólares.

A nuestro promotor de rendimiento Flavomycin lo colocamos en el segmento acuicultura para engorde de Tilapia; esto mas la venta en la parte avícola, la cual hemos mantenido frente al año anterior, dio una venta total de 132.589 US Dólares, es decir un 67,7% encima de la venta del 2002.

Tonofosfan Comp. bajó su venta en un 8,3% de 1267 litros en 2002 a 1161 litros. Se vendió 123.880 US Dólares.

Reverin L.A. Plus aumentó la venta en un 14,1% de 95.198 US Dólares a 108.569 US Dólares, equivalente a 882 litros.

Butox subió en un 15,7% de 935 litros a 788 litros. La venta alcanzó 82.767 US Dólares.

Conceptal aumentó gracias a nuestro trabajo técnico intensivo en un 24,2% de 59.483 US Dólares a 73.854 US Dólares.

Berenil subió 3,1% de 64.123 US Dólares en 2002 a 66.100 US Dólares este año.

Borgal subió un 9,6% a 65.638 US Dólares equivalente a 813 litros.

Rank L.A. sufrió nuevamente la fuerte presión de productos genéricos. La venta alcanzó 62.533 US Dólares, equivalente a 562 litros. Aunque la baja en litros es del 7,5%, en US Dólares frente al año anterior hubo una baja del 27%, debido a la constante presión de los precios de productos genéricos, la cual obligó a Intervet a aumentar las promociones y bajar el precio de nuestro producto.

Thoromangan bajó 6,9% de 65.640 US Dólares en el 2002 a 61.117 US Dólares.

Productos Avicultura

La venta de esta línea fue de 1.355.045 US Dólares, equivalente a un 40,6% de la venta total. El aumento frente al año anterior fue del 3,1%. Si se toma en cuenta que nuestro principal cliente Pronaca cambió su plan de vacunación y bajó sus compras a Intervet de 536.000 a 310.000 US Dólares se puede ver que hemos aumentado sustancialmente las ventas a otros clientes. Con estos clientes subimos la venta de 779.000 a 1.045.000 US Dólares, es decir un 34,2%. Una parte de esta venta se efectuó en la costa del país, donde hemos intensificado nuestra presencia con nuevos distribuidores.

Los productos más importantes fueron las vacunas Nobilis Clone 30 con 269.606 US Dólares de venta (-9,9%), Nobilis Hepatitis inactivada con 190.873 US Dólares (+10,6%), Nobilis Newcastle-Hepatitis inactivada con 155.923 US Dólares (+13,6%), Nobilis IB MA5 con 104.959 US Dólares (+38,4%), Nobilis Gumboro D78 con 97.143 US Dólares (+44,3%) y Nobilis Gumboro Broiler con 89.030 US Dólares (+119,1%). En total las vacunas vivas sumaron 741.687 US Dólares o un 54,7% de la línea y las vacunas inactivadas 603.018 US Dólares equivalente a 44,5% de la línea.

Productos Pequeños Animales

Con nuevos precios más competitivos y algunos nuevos productos hemos aumentado nuestra presencia en este mercado. La venta alcanzó 39.051 US Dólares que es un 1,2% de nuestra venta total y un aumento de 104% frente al año anterior.

Exportaciones

Este año no hemos exportado nuestro Thoromangan como en años anteriores, pero exportamos Sacox 120 y Nobilis Marexine CA 126 a Perú. Estas exportaciones tuvieron lugar debido al sobrestock que teníamos de dichos productos y a la necesidad urgente de los mismos por parte de Intervet en nuestro vecino país Perú.

BALANCE INTERVET ECUADOR S.A. 2003

El resultado en US Dólares del ejercicio 2003 es el siguiente:

Ventas Totales:	3.334
Costo de Ventas:	2.030
Utilidad Bruta:	1.304
Resultato operativo:	221
Utilidad antes de impuestos y de participación a trabajadores:	173
Participación a trabajadores:	19
Impuesto a la renta:	26
Utilidad neta:	128

(en miles de US Dólares)

PRESUPUESTO 2004

La venta neta a terceros presupuestada para el 2004 es de 3.350.242 US Dólares. Con esto alcanzaríamos un resultado operativo de 155.472 US Dólares y un resultado neto de 67.000 US Dólares.

A continuación detalle del presupuesto:

Ventas a terceros	3350	100,0 %
Costo producto	2121	
Margen bruto	1229	36,7 %
Costo S&D	773	23,1 %
Costo G&A	288	8,6 %
Otros Gastos	13	0,4 %
Resultado operativo	155	4,6 %
Otros Gastos	30	
Impuestos a la renta	31	
Participación de empleados	19	
Resultado Neto	75	2,2 %

(en miles de US Dólares)

Organización

En el año 2003 uno de nuestros representantes de venta de la costa se convirtió en nuestro distribuidor. De esta manera bajamos nuestro equipo de venta propio de 6 a 5 personas.

Para el año 2004 no tenemos previstos cambios en nuestra organización.

	31-12-2002	31-12-2003	Plan-2004
ADMINISTRACIÓN	3	3	3
DESARROLLO	2	2	2
VENTA	6	5	5
TOTAL	11	10	10

COMENTARIO FINAL

En el año 2003 pudimos mantener nuestra posición dentro del mercado veterinario a pesar de que la venta de la línea ganadera disminuyó. En el 2004 trataremos de incrementar la venta de esta línea y trataremos de mantener o mejor aún aumentar todavía más nuestra participación en la línea avícola. Con nuestro aditivo alimenticio Flavomycin nos hemos propuesto entrar más fuerte al mercado del engorde de Tilapia y efectuar nuevos ensayos en camarones para poder ingresar en este segmento del mercado. Aumentaremos las ventas en la línea de productos para pequeños animales con nuevas vacunas disponibles en casa matriz en el transcurso de este año. En general en el 2004 continuaremos defendiendo nuestra posición de líder del mercado veterinario del país frente a la cada día más agresiva competencia.

