



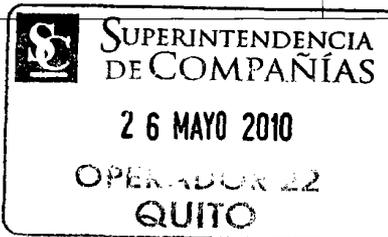
Quito D.M., a 16 de abril 2010

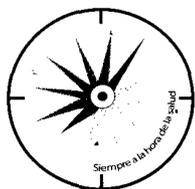
INFORME DE GERENCIA DE LA COMPAÑIA SUIPHAR DEL ECUADOR S.A.

Conforme con los estatutos de la compañía y así como dispone la ley de compañías, pongo a su disposición el informe correspondiente al ejercicio económico del año 2009.

ANALISIS DE SITUACION 2009

Suma de Valor_Tra					Libro_tra		
Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nombre_Cta	B	A	
P&L	GPAPE	GROSS PROFIT	SALES	Ventas Brutas			
				Descuento en Ventas	12.218,97	5.803,13	
				Devoluciones	36.656,90	38.955,11	
			Total SALES				
					COGS	348.169,14	361.251,15
				Total GROSS PROFIT			
			PRODEXP		DPE1	48.556,43	53.829,85
		MKT			68.541,49	63.593,47	
		DSF1			175.912,54	193.393,70	
				Total PRODEXP		293.010,45	310.817,02
			Total GPAPE				
			OPERATING	OE	ADMIN	190.171,01	269.772,83
				Total OE		190.171,01	269.772,83
				190.171,01	269.772,83		
Total P&L							
Other I/E							
Total general							





Suiphar

VENTAS:

Se llegó al 90% del objetivo que nos habíamos propuesto, el no cumplimiento se debió a problemas de mercadería que se presentó con los despachos desde Italia, en primer lugar la fábrica se retrasó en 30 días en cumplir con el despacho, y en esta misma mercadería que venía con retraso se originó una avería en el barco lo que impactó en la llegada de los productos en 60 días más, estos meses que fueron abril, mayo, junio, apenas se llegó al 62% del presupuesto.

En relación a Unidades tuvimos un crecimiento del 6% la mayoría de los productos tuvieron un buen performance, durante este año se completó la introducción de Ligovit, y Celuangil con crecimientos que superaron las expectativas.

Los productos que tienen un decrecimiento fuerte son: Estim 29% menos, Ureamide 25% menos y Teleangil 18%. En el caso de Estim está justificado su decrecimiento por cuanto la línea ginecológica la cerramos por falta de productos, en los otros si es un problema de competencia,

En el caso de Ureamide los productos similares tienen una presentación de 200 ml y su precio es muy económico, por lo cual la paciente cambia la receta cuando no dispone de dinero, En teleangil la competencia efectuó introducción de productos nuevos con diferentes componentes, El dermatólogo siempre trata de usar lo nuevo para comparar terapéuticas esta práctica siempre nos afecta los primeros tres meses de introducción de estos productos nuevos.

	2008	2009
Agex Crema / Tubo x 50 ml.		
Agex Soy / Tubo 30 ml		(3.246)
Anuladas	5	8
Celuangil Gel / Tubo x 150 ml		(1.485)
Deltacrin Shampoo / Frasco x 250 ml.		(13.985)
Destril Gel / Tubo x 120 ml.		(2.223)
Estim Crema / Tubo x 15 grs		(2.331)
Helioskin Ultra / Tubo x 60 ml.		
Hidrotex 1% / Tubo x 30 grs		(6.986)
L' Intimo / Frasco x 200 ml		(5.239)
Ligovit / Tubo x 40 ml		(2.666)
Minoxiten 10 mg / Caja por 30 tabletas		(3.001)
Oleoskin / Frasco x 200 ml		(4.437)
Ritidex Gel / Tubo x 15ml		(2.465)
Sebosedil Gel / Tubo x 50 ml.		
Sebosedil Líquido / Frasco x 150 ml.		(7.720)
Spotless UV Crema SPF 45 / Tubo x 30 ml.		(12.330)



Suiphar

lat Bambini Emulsión SPF 45 / Tubo x 100

	(1.078)
Sunlat BT Emulsión SPF 45 / Tubo x 100 ml.	(6.920)
Teleangil Facial / Tubo x 30 ml	(3.241)
Tricovit Forte / Caja x 10 Fcos. x 8 ml.	(6.922)
Tricovit Tabletas Caja x 4 blisters x 15 Tabs.	(6.961)
Ureamide / Tubo x 150 ml.	(4.331)
Total general	(97.559)

COSTO:

Durante este año 2009, el Gobierno dispuso la implementación de salvaguardias para

Controlar las importaciones, si bien se incremento los precios para compensar esta medida, estos no fueron lo suficiente y la relación costo- venta se incremento al 36% de un 31% que estaba presupuestado, además tuvimos impacto de costos en varias importaciones por avión que se efectuó para evitar la falta de stock, por el problema de falta de mercadería que se explico anteriormente.

GASTOS.

En el total general tuvimos un impacto fuerte en gastos, se incremento en el 40%, a continuación pasamos a revisar el porqué de estos incrementos:

DPE1:

\$48.556us.....\$ 53.829us 15%

Este incremento se debió:

Incremento de \$ 8.000 us en el costo de las muestras medicas, especialmente se uso originales de Ritidex próximos a vencimiento como muestra medica para terminar con el stock que teníamos por cuanto ya no se iba a fabricar el producto.

Se publico en revistas médicas de especialidad propaganda de la compañía \$ 6.000 us.

Para compensar estos gastos en otros rubros se redujo el gasto.

MARKETING.

\$ 68.541.us.....\$ 63.593 us. -8%

Si bien se termino por debajo de lo presupuestado. La cuenta de atención terceros se incremento fuertemente, debido a que se implemento cenas de graduación a los residentes incorporados en este periodo, así como atención a los grupos de Médica estéticas, así como a residentes del Hospital del less. Desgraciadamente el presupuesto que nos pusimos estuvo muy bajo.



Suiphar

DSF1:

\$ 175.912 us.....\$ 193.393 us. 9%

En el rubro de SALARIO VARIABLE se gasto \$ 21.278 us mas, debido a que la fuerza de ventas cumplió con sus objetivos, especialmente tratando de recuperar los meses que no se vendió por falta de stock, además el presupuesto en este rubro estuvo muy bajo.

ADMINISTRACION.

\$ 190.171 us.....\$ 269.272 us. 41%

Se incremento el gasto en

SEGUROS DE LA COMPAÑIA incremento de \$ 5000 us, nuevas tasas y mejores cubiertas así como la implementación del seguro medico donde la compañía corre con el 50 % del gasto.

HONORARIOS PROFESIONALES.- Se incremento el gasto en \$ 5.000 us por cuanto se efectuó la auditoria de la compañía por el periodo de dos años.

INTERESES Y COMISIONES.- el gasto se incremento en \$ 17.000 us es por el préstamo que se realizo en los USA, para realizar el pago a BABKA, además actualmente se paga el 2% por la salida de capitales.

DESCUENTOS POR PRONTO PAGO.-

Con la mayoría de Distribuidores grandes se implementa este sistema para poder tener un flujo más acorde a nuestras necesidades, es la única forma de evitar que se tomen mas días de lo acordado práctica común en todos ellos. Normalmente se negocia con una tasa del 2.0% en este rubro se ha gastado cerca de \$ 25.000 us.

La operación del 2009 sin llegar a lo que habíamos presupuestado, debido a los inconvenientes que lo expusimos anteriormente llego a dar una utilidad del 8%. que considero no es mala y que ha permitido a la subsidiaria recuperar las pérdidas de años anteriores y tener una figura financiera mas solida.

Agradezco personalmente a todos quienes hacen la compañía y, particularmente a los señores Accionistas por la confianza depositada en el suscrito.

Patricia Morafes A.
GERENTE GENERAL
SUIPHAR DEL ECUADOR S.A.

