

Quito D.M., 23 de marzo 2013

INFORME DE GERENCIA DE LA COMPAÑÍA 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 2012

REPORTE ACTIVIDADES 2012

Suma de Valor						Año Tra	Libro-tra
						2012	
Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Nombre Cta	B	A	
P&L	GPAPE	GROSS PROFIT	SALES	Ventas Brutas	-1,723,060.55	-1,757,348.05	
				Descuento en Ventas	67,832.14	72,794.52	
				Devoluciones	42,946.25	88,250.74	
				Total SALES	-1,612,282.17	-1,596,302.78	
				COGS	559,689.15	588,733.70	
				Total GROSS PROFIT	-1,052,593.01	-1,007,569.09	
		PRODEXP	DPE1		52,709.00	73,606.26	
			MKT		113,084.47	94,479.02	
			DSF1		348,108.33	384,639.35	
			Total PRODEXP		513,901.80	552,724.63	
	Total GPAPE				-538,691.22	-454,844.45	
	OPERATING	DPE	ADMIN			135.00	
		Total DPE				135.00	
		OE	ADMIN		419,484.35	430,154.92	
			DSF1			53.80	
		Total OE			419,484.35	430,208.72	
					419,484.35	430,343.72	
Total P&L					-119,206.86	-24,500.73	
Other I/E					-6,904.02	-4,116.61	
Total general					-126,110.88	-28,617.34	

VENTAS:

Prácticamente se cumplió con el objetivo neto de ventas, se cumplió con la introducción de productos nuevos, lo cual fue una buena inyección de dinero para el cumplimiento de la cuota.

La cifra que nos afecto fuerte en nuestro presupuesto fue el ítem de devoluciones , desgraciadamente tuvimos que prescindir de un distribuidor, y retirarle mercadería esta devolución nos afecto en el margen de ganancia de la empresa.

En relación a los productos históricos prácticamente cumplimos con los objetivos, solamente Lintimo y Podisof no cumplieron con el objetivo, el primer producto desgraciadamente ya no es promocionado por cuando cerramos nuestra línea de ginecología ,y si implementamos una campaña de OTC es difícil por cuanto hay productos para la misma indicación , con un precio muy bajo, por lo cual se perdería la inversión por cuanto en las farmacias nos cambiarían de producto. En cuanto a Podisof tiene un precio muy alto y el target que le pusimos es muy reducido, tenemos que cambiar el campo de promoción a un mercado mas OTC usar otros medios populares de promoción.

Durante el año si tuvimos falta de stock especialmente Hidrotex pero se pudo en algo recuperar porque los periodos no fueron muy largos.

Spotless es un producto con problemas desgraciadamente la nueva presentación no cumple con lo ofrecido terapéuticamente y el medico ha encontrada mejores alternativas para los tratamientos despigmentantes.

Productos nuevos como RenueveC Peptix Photoker, Atop han captado buen mercado y la inquietud del medico, en un inicio la expectativa es alta esperamos mantener la misma con el pasar de la promoción.

En relación a la línea Miguett se logro cumplir con los objetivos a pesar de que el crecimiento no es muy alto, en este tipo de línea cosmética los clientes , prefieren tener productos de costo muy bajo que les permita poner precios altos con buenos márgenes para el establecimiento, muy pocos sitios ven la oportunidad de satisfacción del cliente con productos exclusivos que pueden tener un precio alto y que los márgenes sean razonables, ha sido una tarea muy sacrificada la de ir haciendo varias demostraciones y charlas de rentabilidad para que el cliente vea de otra forma el negocio de la cosmética.

En unidades llegamos al 97% del objetivo, el desface esta en los productos que detallamos anteriormente.

Pharcos logro el 97% de cumplimiento

Suiphar logro el 97%

Nutra luxé logro el 143% sobre el objetivo

Miguett logro el 102% sobre el objetivo.

Productos como Deltacrin, Sebosedil, Familia Tricovit tuvieron un muy buen desempeño durante este año.

Mes_Tra	(Todas)	
Suma de 'Unidades'		Stage
IO Item	Descripcion Item	2012E 2012B
Pharcos	Agex Crema / Tubo x 50 ml.	0
	Agex Soy / Caja Tubo colapsible 30 ml	2,919 3,290
	Atop Emulsion Fluida pieles sensibles / Caja Frasco 125 ml	3,214 3,550
	Celuangil Gel / Caja Tubo colapsible x 150 ml	541 740
	Deltacrin Shampoo / Caja Frasco plastico x 250 ml.	19,145 15,500
	Deltafur Duo / Caja Frasco x 125 ml	3,357 4,650
	Descuento en Ventas	0
	Ligovit Crema / Tubo de Aluminio x 40 ml	3,181 2,780
	Oleoskin Espuma / Caja Frasco x 200 ml	3,642 3,780
	Photoker / Caja Tubo colapsible x 50 ml.	1,274 900
	Productos Pharcos	0
	Ritidex Gel / Tubo colapsible x 15ml	0
	Sebosedil Liquido / Caja Frasco x 150 ml.	10,393 10,000
	Spotless Forte Crema SPF 45 / Caja Tubo x 30 ml.	6,885 10,000
	Spotless UV Crema SPF 45 / Caja Tubo x 30 ml.	4
	Sunlat Bambini Emulsion SPF 45 / Tubo x 100 ml.	343 700
	Sunlat BT Emulsion SPF 45 / Caja Tubo x 100 ml.	6,529 6,900
	Teleangil Facial / Caja Tubo colapsible x 30 ml	2,690 2,500
	Tricovit Forte / Caja Frasco x 10 viales x 8 ml.	7,309 7,100
	Tricovit Locion / Caja x 10 amp. x 10 ml.	0
	Tricovit Tabletas / Caja x 4 blisters x 15 Tabs.	6,040 7,300
	Ureamide / Caja Tubo colapsible x 100 ml.	4,164 4,300
	Ureamide / Caja Tubo colapsible x 150 ml.	14
Total Pharcos		81,644 83,990
Suiphar	Destril Gel / Caja Tubo colapsible x 120 g.	1,975 2,080
	Hidrotex 1% / Tubo x 30 grs	12,030 12,800
	L Intimo Espuma / Caja Frasco x 200 ml	1,283 1,200
	Minoxiten 10 mg / Caja por 30 tabletas	4,517 4,300
	Productos Suiphar	1
	Vanece Gel / Caja Tubo Laminado x 15 grs.	2,735 2,900
Total Suiphar		22,541 23,280
MIGUETT	AJNA MASCARILLA HIDROPLASTICA	143 165
	AMATISTA SERUM	143 165
	AMPOLLETA ANTISEBORREICA ACNEID	116 80
	AMPOLLETA DESCENSIBILIZANTE A-9-9	104 80
	BEAUTY FACTOR SHOT SERUM	149 165
	HERKIMER MASCARILLA HIDROPLASTICA	112 165
	LOCION ANTIRIDES	126 80
	MASCARILLA ACNEID	82 80
	PEELING ENZIMATICO ERA	120 80
	PLATINUM MASCARILLA HIDROPLASTICA	119 165
	RODILLO PARA MASAJE FACIAL Promocion 1	12
	TURQUESA SERUM	145 165
	ZAFIRO GEL	209 165
Total MIGUETT		1,580 1,555
LOG 1000	PODISOFT (REMOVEDOR DE CALLOSIDADES)	1,579 3,000
Total LOG 1000		1,579 3,000
Nutralux	Peptix / Caja Frasco x 30 ml	1,991 2,000
	Renueve-C / Frasco x 30 g con Valvula Dosificadora	4,546 2,550
Total Nutralux		6,537 4,550
Total general		113,881 116,375

en lo relación a

COSTOS.

Terminamos con un incremento del 1% sobre el presupuesto, durante este año subió el fob de algunos productos y también influencio el alza de los fletes desde Italia.

GASTOS.

ESTIM	REAL	Dif. Ppto	SUIPHAR & PHARCO S	ESTIM	REAL	%Cump Estim
166,843	150,674	-16,169	Gastos Marketing	10	9.5	90%
38,128	36,558	-1,570	Gastos Finanzas	2	2.3	96%
10,330	7,902	-2,428	Gastos Regularatory	1	0.5	76%
393,833	383,804	-10,030	Gastos de Ventas	24	24.1	97%
28,408	24,698	-3,709	Gastos de Distribución	2	1.6	87%
335,715	346,356	10,641	Gastos de Administración	21	21.8	103%
973,257	949,991	-23,266	Total gastos directos	60	59.8	98%

El manejo de los gastos operacionales como administrativos estuvo de acuerdo al plan del presupuesto, se logro controlar en todos los departamentos.

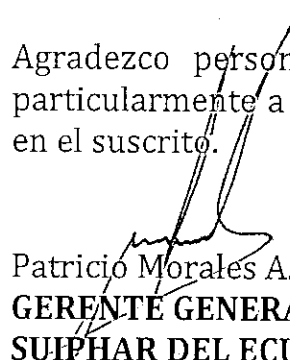
En relación al gasto administrativo su gasto fue superior al presupuesto debido al impuesto al 5% de la salida de divisas que no fue presupuestado, ya que el gobierno decreto este impuesto ya iniciado el año comercial 2012.

PERSONAL.

Suiphar

Durante este año se cumplió con todos los aspectos legales así como con las políticas internas en cuanto a evaluaciones y entrenamiento, al final del año salió una representante por problemas de tiempo en su manejo personal.

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


Patricio Morales A.
GERENTE GENERAL
SUIPHAR DEL ECUADOR S.A.

Suiphar