

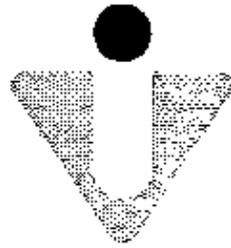
veris

sentirse bien

**PROMOTORES MÉDICOS
LATINOAMERICANOS
LATINOMEDICAL S.A.**

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

MAYO 19, 2014



veris

sentirle bien

**INFORME DEL GERENTE GENERAL DE
LATINOMEDICAL S.A. A LA JUNTA
GENERAL DE ACCIONISTAS**

EJERCICIO 2013

Quito, Mayo de 2014

CONTENIDO

1. CARTA A LOS ACCIONISTAS
 - 1.1 GESTION COMERCIAL
 - 1.2 GESTION TECNOLOGIA.
 - 1.3 GESTION TALENTO HUMANO
 - 1.4 MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD

2. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y EL DIRECTORIO.

3. INFORMACIÓN SOBRE HECHOS EXTRAORDINARIOS PRODUCIDOS DURANTE EL EJERCICIO. EN EL ÁMBITO ADMINISTRATIVO, LABORAL Y LEGAL, Y, ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR POR PARTE DE LA COMPAÑÍA.

4. SITUACION FINANCIERA DE LA COMPAÑIA AL CIERRE DEL EJERCICIO Y DE LOS RESULTADOS ANUALES, COMPARADOS CON EJERCICIO PRECEDENTE

5. CONOCER SOBRE EL RESULTADO ARROJADO DURANTE EL EJERCICIO ECONÓMICO 2013 Y RESOLVER SOBRE EL MISMO

6. RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL RESPECTO A LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL EJERCICIO ECONÓMICO DEL AÑO 2013

7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DE DERECHOS DE AUTOR

8. OTROS

9. AGRADECIMIENTOS

1. CARTA A LOS ACCIONISTAS

Queridos y respetados accionistas:

Cumpliendo con el compromiso y el deseo, nos encontramos hoy en este recinto para presentarles a ustedes lo que ha sido la gestión de Promotores Médicos Latinoamericanos, durante el año inmediatamente anterior.

Para comenzar, es importante traer a la memoria los retos que nos habíamos propuesto para el año y con ello ir evaluando el nivel de cumplimiento de cada uno de ellos

El primer punto y sin duda es el trascendente, era el lanzamiento de la marca VERIS para el año 2013. Como lo mencionamos en la asamblea del año anterior este cambio de marca por el de Punto Médico Familiar, que era como nos llamábamos hasta ese entonces, marcaba un hito trascendente en la vida de la compañía y sin duda era el punto de partida para un nuevo ciclo en el mundo empresarial

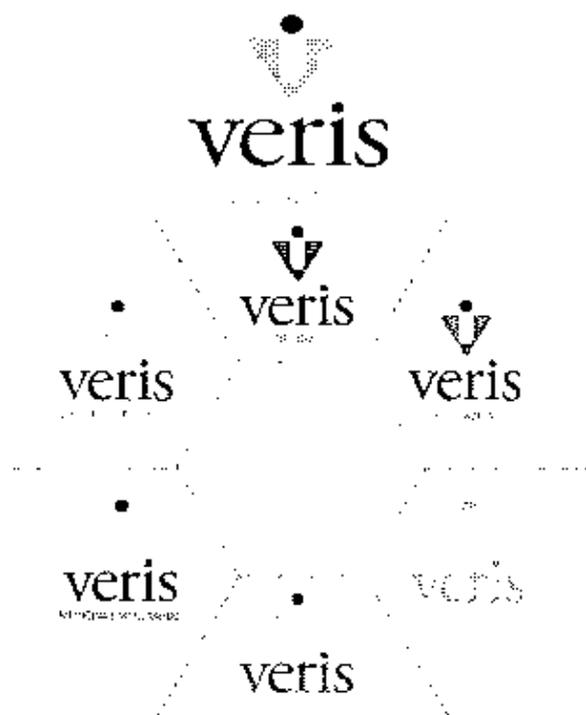
El cambio de marca traía como adicionales, el empezar a generar un valor de marca independiente al de nuestra compañía hermana Saludsa, era evidente que hasta el año anterior, el 90% de los clientes provenían de atenciones dadas a clientes que tienen un seguro médico con esta empresa y fue el deseo de ustedes como accionistas y de nosotros como todo un equipo, el ir a buscar nuevos clientes que generaran mayor crecimiento. Que experiencia tan hermosa la que vivimos al interior de la organización y que nivel de aprendizaje el que tuvimos que vivir para enfrentar este reto, el cambio de marca implica un sin número de actividades, muchas de ellas incluso no evidenciadas en un comienzo pero que cuando ya entramos al proceso fueron identificadas. El cambio de logos, señalética, papelería, uniformes, documentos, credenciales, sellos, sistemas, entre muchas otras cosas, las hicimos realidad en un fin de semana que coincidió con la Semana Mayor de los que somos católicos. Fueron cuatro intensos días y noches, antecedidos de muchos días y noches de preparación, para que nuestros clientes al regresar el lunes a nuestros centros encontrarán todo pulcro limpio, organizado y con los nuevos elementos

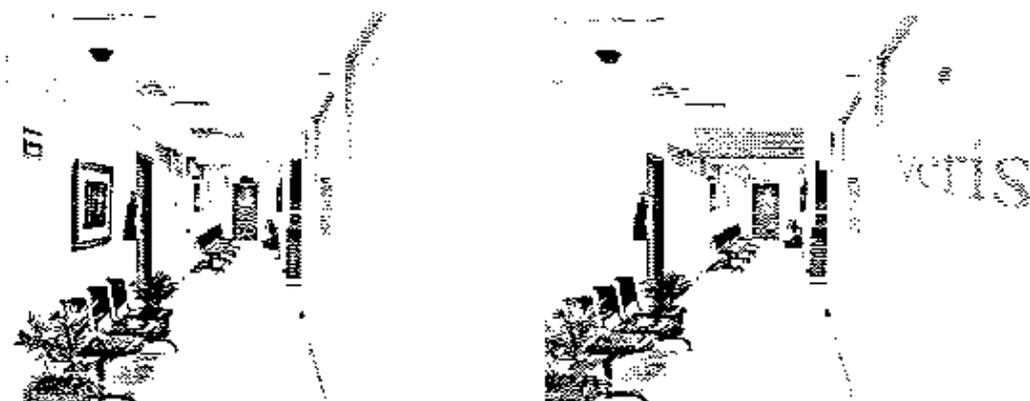
El cambio de marca, lo puedo semejar a un cambio de nombre en un ser humano, es decir que al empezarnos a llamar de otra forma, se generaron gran cantidad de sentimientos al interior y al exterior de la empresa, unos recordaban melancólicamente el anterior nombre, otros muchos más que los anteriores, felicitaban por el nuevo nombre, por su logo y por lo renovados que nos veíamos y otros quizás minoritarios no evidenciaban cambio alguno

El cambiarnos de marca era el inicio de un camino que empezamos a recorrer hace un poco menos de un año, cuando estructuramos nuestra propia área comercial. Es importante recordar que nuestra empresa, al ser en el pasado, dependiente en su totalidad de los clientes que proveía Saludsa, no se había

ocupado porque no lo necesitaba, de estructurar un área comercial que trabajara intensamente en atraer nuevos clientes y nuevos mercados la responsabilidad de direccionamiento era en gran medida responsabilidad de la aseguradora y por ello no teníamos una estructura que nos acompañara en este sentido. El buscar, contratar, estructurar el área, generar la curva de aprendizaje que todos hemos tenido que vivir en la comercialización de un producto ético, sensible y de altísimo nivel de recomendación es un reto que igualmente las palabras no me alcanzan para poder explicar. Lo mucho que he aprendido y lo mágico que ha sido este camino. El independizarnos estructuralmente de Saludsa, trajo consigo algunos ataques directos de la competencia en la prestación de servicios médicos, atrayendo a la aseguradora ofreciendo precios muy por debajo que un mercado de calidad podía ofrecer, pero con una promesa de servicio que indiscutiblemente nos llevó en un recién proceso de incubación a defender el proceso con entusiasmo y estrategia. Gracias al empeño puesto por todo el equipo, esta estrategia muy agresiva de grupos económicos muy fuertes como el grupo Nobis en la ciudad de Guayaquil, fueron infructuosos y los clientes siguieron prefiriendo la atención en nuestra red VERIS.

Todas las marcas variadas que teníamos al interior de los centros médicos, pasaron a un solo paraguas con nuestra nueva marca Veris.





La estructura comercial fue estructurándose lentamente, con algunas dificultades, particularmente dadas en la regional Costa donde no lográbamos estructurar el equipo, seleccionábamos personas con buenos perfiles comerciales pero lamentablemente no hay mucha experiencia en el país de venta de servicios médicos y al ver las diferentes aristas que el producto tenían no se decidían a asumir el reto y perdíamos el tiempo y la persona contratada.

El directorio estudio con responsabilidad y disciplina la posibilidad de abrir nuestra prestación médica a otras aseguradoras, esto significaba un paso estratégico muy importante para la empresa y luego de tres intensos meses de debate, se autorizó a la administración para prestar servicios a los demás actores de medicina prepagada del país y a otras empresas que tuvieran productos de atención médica, esto sin duda marcó un despertar en los objetivos que como marca teníamos

Pasar de un año anterior donde la mayor cantidad de los ingresos provenían de un solo cliente (Saludsa) a tener un diciembre donde en la totalidad del ingreso el 35% provenían de clientes diferentes, generó algunos impactos no calculados en algunas áreas importantes de la empresa, para dar un ejemplo la de finanzas, antes se generaba un muy bajo número de facturas, la gran mayoría eran a un mismo cliente y por ende el trabajo de facturación y cobranza era por decirlo menos, sencillo. cuando el 35% de una facturación de más de 26 millones de dólares provienen de otros clientes de la noche a la mañana, se generó un cuello de botella muy importante en este nivel. Tuvimos que atacar muy fuerte el tema, lo estamos sacando adelante, pero sin duda nos ha tomado tiempo estructurarnos para ello

Es en este momento donde quiero mostrarles los resultados obtenidos desde la perspectiva comercial:

1.1 GESTIÓN COMERCIAL

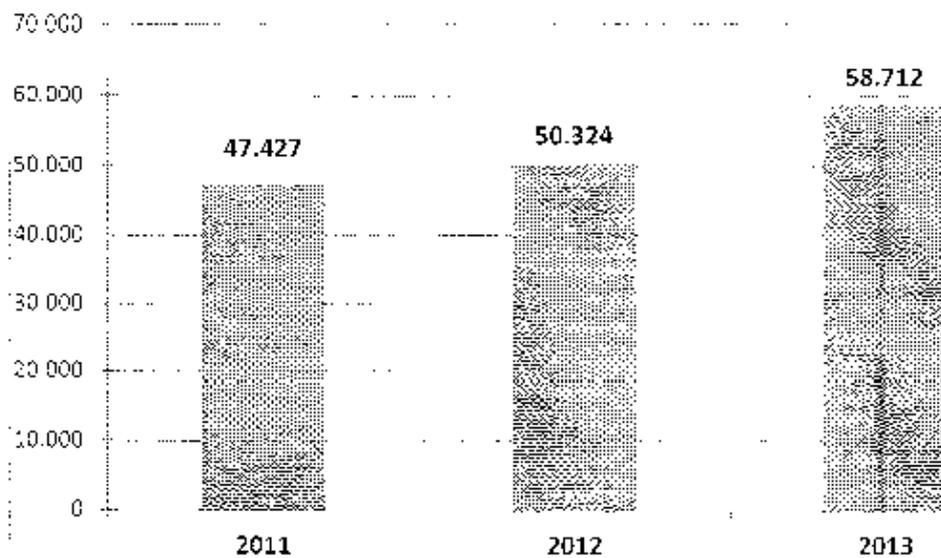
En el objetivo de consultas médicas llegamos al 95% de la meta final que eran 443 000 consultas. No estamos contentos por no llegar al 100% del objetivo propuesto sin embargo en el gráfico siguiente mostramos la tendencia de crecimientos que hemos tenido en los últimos años evidenciándose sin lugar a

dudas en el último año un repunte muy importante en el crecimiento de atenciones. tuvimos casi un 19% más de atenciones comparados con el año inmediatamente anterior



El objetivo principal del cambio de la marca y de la estructuración del área comercial es atraer clientes adicionales al cliente principal que tenemos hasta el momento que es Saluda. por ello hemos querido presentarles el crecimiento que venimos teniendo en este segmento de clientes que es fundamental para nosotros. A continuación un gráfico con esta información

Consultas Particulares Total 2011 - 2013



* Total de Consultas incluido chequeos ocupacionales

Es parte de nuestra propuesta de valor el tener complementariedad de la atención en los diferentes centros, por ello el promover en nuestros clientes nuevos y antiguos la totalidad de los servicios brindados por la empresa fue un punto muy relevante, es decir que además de la consulta médica el cliente se interesara por hacerse los exámenes de laboratorio, las imágenes diagnósticas,

se atendiera en terapia, etc., era uno de los objetivos, por ello acá les queremos mostrar esta información y sus resultados

CLIENTE	TOTAL ATENCIONES			
	2012		2013	
	No. Atenciones	Ingreso	No. Atenciones	Ingreso
SALUD	620.641	14.824.095	699.913	18.231.143
OTRAS ASEGURADORAS	N/A	N/A	13.026	356.112
PARTICULARES	150.393	2.710.822	176.830	5.403.473
TOTAL	771.034	17.534.917	889.769	23.990.728

CLIENTE	CONSULTAS			
	2012		2013	
	No. Consultas	Ingreso	No. Consultas	Ingreso
SALUD	310.698	6.767.677	351.964	8.300.519
OTRAS ASEGURADORAS	N/A	N/A	6.961	185.483
PARTICULARES	48.207	870.855	58.712	1.071.513
TOTAL	358.900	7.638.532	417.637	9.637.094

Un producto que sin duda tiene un mayor nivel de complejidad entendiendo que cada dispensario se encuentra en las empresas clientes nuestras, distantes de la operación de los Veris y con un servicio que demanda un nivel de supervisión muy fuerte ha presentado importantes resultados comparando un año con el otro, abajo los resultados

REGION	DISPENSARIOS			
	2012		2013	
	No. Dispensarios	Ingreso	No. Dispensarios	Ingreso
QUITO	48	1.347.761	57	2.029.421
GUAYAQUIL	41	1.146.031	39	1.363.851
TOTAL	89	2.493.792	96	3.393.272

Pese a que tuvimos un crecimiento del 36% en los ingresos en este producto, el presupuesto lo pusimos mucho más agresivo y llegamos al 92% del mismo

Un producto que sin duda marca un gran hito en el crecimiento es el negocio de la óptica, negocio que estamos aprendiendo mucho de él y que sin duda es ya una gran generadora de recursos para la empresa, en el cuadro siguiente podemos ver la evolución de este producto en los últimos años y se avisa como una línea de producto de rápido e importante crecimiento

	OPTICA INGRESOS		
	2011	2012	2013
QUITO	88.260	111.259	258.395
GUAYAQUIL	73.560	90.606	167.065
TOTAL	161.820	211.485	425.460

En Óptica hemos logrado duplicar la venta en los Centros Médicos, el principal cambio realizado fue mover las Ópticas a la entrada de cada centro, donde el cliente pueda observar la gama de productos exhibidos y los Optómetras y Oftalmólogos al lado de la Óptica, para cerrar el círculo de venta. De igual forma nuestro presupuesto fue más ambicioso y queríamos tener más facturación y pese a un crecimiento del 100% en la venta cumplimos el presupuesto de ventas en un 93% en este rubro.

Como conclusión general en lo que respecta a las ventas directas generadas por el área comercial comparando el año 2012 con el año 2013 pese a haber tenido un incremento en las ventas del 25% sin incremento de precios, es decir incremento de ventas reales, por la meta que nos pusimos llegamos solo al 93% del total del presupuesto de ingresos. Hay una gran noticia frente al crecimiento obtenido pero no estamos contentos con el no logro del objetivo propuesto.

1.2 GESTION DE TECNOLOGIA

En esta área, igual que en todas las demás hemos venido trabajando en los últimos 18 meses con gran impacto para la empresa, como les manifestamos en el informe anterior se había realizado el diagnóstico situacional tecnológico de la empresa que tenía muchos puntos de riesgo y una gran cantidad de oportunidad de mejoras, con ello presentamos al directorio un plan agresivo de inversión en desarrollo tecnológico que con gran orgullo puedo decir hoy que vamos cumpliendo prácticamente al 100% el cronograma propuesto de renovación tecnológica con desarrollos realizados al interior de la empresa, teniendo propiedad intelectual sobre la mayoría y los más vitales dándole a la organización cada día un mayor soporte en la gestión.

1.2.1 En primer lugar se terminó de configurar el Data Center en Guayaquil y su respaldo en Quito garantizando la infraestructura de servicios informáticos actuales y nuevos. Se implementó todo el protocolo de seguridad informática con tecnología de punta, garantizando el crecimiento esperado de nuevos Centros Médicos, Clínicas y demás servicios que la empresa plantee como objetivos futuros de corto, mediano y largo plazo. Esto sin duda nos da una altísima garantía de estar operativos todos los días del año con herramientas de hardware actuales que contribuyen a una gestión estable.

1.2.2 Una de las herramientas que ha permitido cada día ir afinando con mayor precisión la gestión en todos los niveles de la organización ha sido el sistema de información gerencial, con la adquisición realizada de un sistema de inteligencia de negocios, hoy tenemos un gran número de indicadores de

gestión tanto médica, administrativa, de talento humano y financieras que están 100% actualizadas, permitiendo a todo el equipo gerencial y directivo tomar decisiones oportunas, hacer seguimiento a temas críticos casi en línea, teniendo retroalimentación inmediata a todos los niveles de la organización. Hoy están operativos y en mejoras los siguientes módulos de información gerencial

- Productividad (Enero 2013)
- Dispensarios (Mayo 2013)
- Morbilidad (Junio 2013)
- Facturación (Junio 2013)
- Apoyo Diagnóstico Laboratorio (Septiembre 2013)

1.2.3 Como centro de atención médica que somos, consumimos gran cantidad de papel e impresiones en la búsqueda de herramientas tecnológicas que no solo reduzcan el consumo, en la búsqueda permanente de cuidado de medio ambiente, que signifiquen mejoras importantes en los gastos y que puedan ofrecer al cliente un mejor servicio se han realizado varias acciones, una de ellas fue una nueva negociación con el proveedor de impresiones llegando a mejorar el precio de hoja por impresión comparado en años anteriores, esto permitió reducir el gasto mensual con el mismo servicio para las diferentes localidades de la empresa, en paralelo se están haciendo auditorías de control de impresiones para garantizar que estemos usando adecuadamente esta herramienta y sin duda estamos implementando una cultura de cero papel en la organización.

1.2.4 En paralelo con el punto anterior, pero que por su trascendencia merece una mención especial, están todos los desarrollos que se han realizado y que apoyan de forma directa la gestión médica y administrativa, hoy ya están en pleno funcionamiento y al servicio del cliente interno y externo de la empresa los siguientes desarrollos que como comenté son realizados al interior de Veris con una gran cantidad de conocimiento y con tecnología de altísimo nivel sin ser costosa que permite estar mucho más cerca del cliente. Todos, absolutamente todos estos módulos los vamos conectando paulatinamente con el módulo de información gerencial, permitiendo una labor de gestión y control mucho más eficiente. Hasta el cierre del año los productos que ya estaban en operación son los siguientes.

- Implementación Phantom Facturación
- Implementación Phantom Apoyo Diagnóstico Laboratorio.
- Implementación Phantom Dispensarios Médicos Empresas
- Implementación Phantom Apoyo Diagnóstico Imagen

Estos módulos son 100% en plataforma web, con licencias de muy bajo costo sobre las cuales está la plataforma y centrados en las necesidades de los clientes, hoy vamos en camino de tener una red tecnológica que se actualiza permanentemente que está en sintonía con lo que está sucediendo en el

mundo y que sin duda brinda información en tiempo real de nuestros clientes para poder sobre ella trabajar y brindar un mejor servicio

Me siento muy orgulloso de lo logrado por mi equipo de tecnología en acompañamiento con todos los involucrados de la operación y sin dudas esta sera un área que por su valor estratégico que tiene dentro de la organización seguirá ofreciendo mejoras en el servicio y los procesos.

Ha sido una importante inversión inicial, mucho más teniendo en cuenta que teníamos un sistema con un nivel importante de obsolescencia, que servía, pero que ya no estaba a los estándares de atención que ofrecemos y que hoy nos pone a la vanguardia en este campo. En este campo mi agradecimiento a los directores que creyeron en este proyecto que todos los días se muestra como una realidad

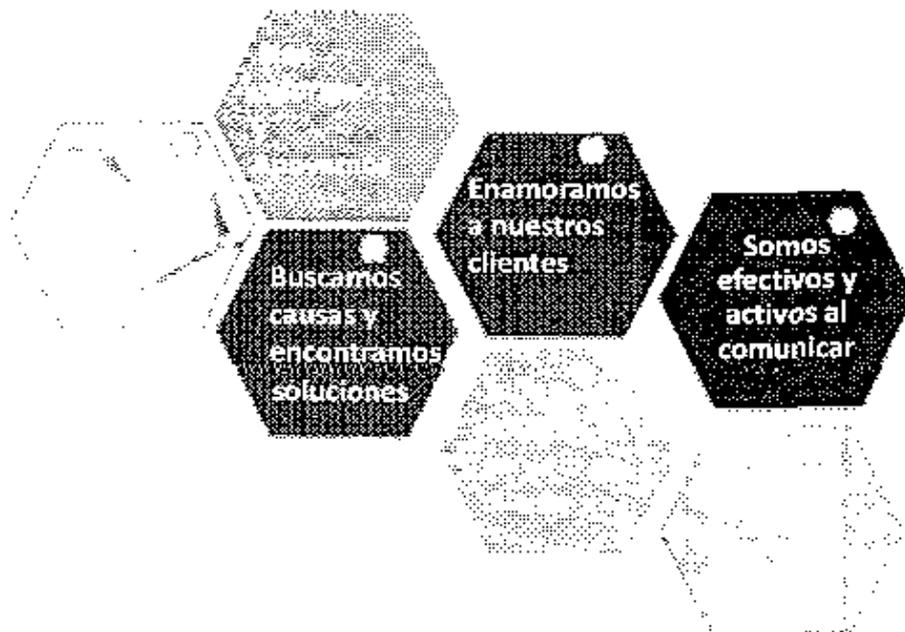
1.2.5 Cumpliendo con el cronograma establecido 2013 se empezó el proyecto GOOGLE APPS, con la finalidad de reducir gastos en licencias de ofimática, licencias de servidores, licencias por cuenta de correo electrónico y entre otros. Se tiene planificado que para mediados del 2014 el proyecto esté terminado en su fase inicial con 500 colaboradores.

1.3 GESTION DE TALENTO HUMANO

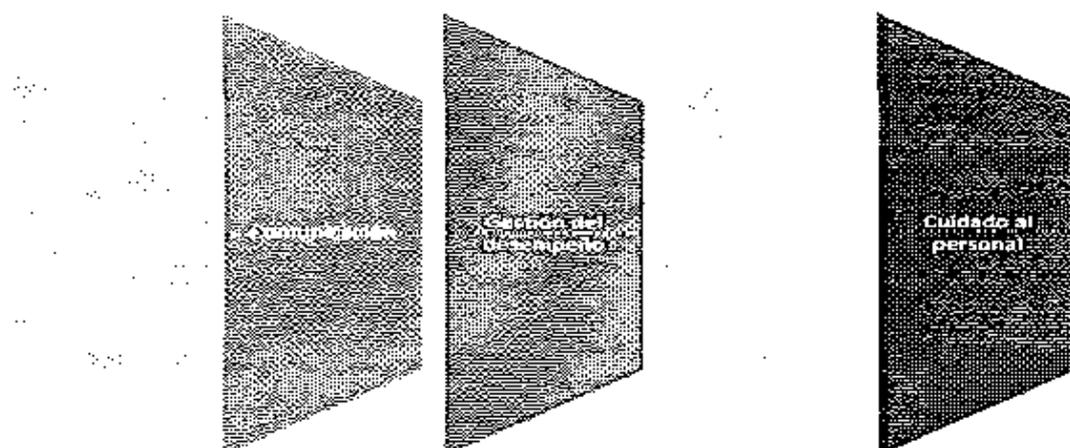
Sin duda para nuestra organización el talento humano es la piedra angular de la gestión, somos y así lo hemos definido una empresa de servicio, de tal forma de que si el talento humano no está en sintonía con nuestro sueño va a ser muy complicado lograr nuestros objetivos. El 2013 fue un año de altísimo impacto en este punto. Empezamos el año con todo un plan de levantamiento de procesos del cual ya habíamos informado a los accionistas, este análisis y diagnóstico nos ha hecho evidenciar algunas falencias importantes en los procesos que teníamos, se están tomando los correctivos y sin duda el área tecnológica esta entrando a contribuir con la sistematización de algunos procesos que por su gran cantidad de operatividad eran lentos y fuera de contexto con las necesidades de la empresa. Sin duda el crecimiento que tuvimos el año anterior en atenciones, sumado a la decisión de administrar cada empresa directamente sus áreas de apoyo, decisión tomada e informada un año atrás y que hoy está en plena ejecución, nos llevo a tener un crecimiento del 51% del equipo humano en tan solo dos años, hoy cerca de 1000 personas que van desde médicos de todas las especialidades, hasta personal bachiller hace parte de la empresa en los diferentes niveles de servicio y en las diferentes áreas de la organización. Un crecimiento tan fuerte en número de personas, acompañado de una baja transmisión de la cultura puede ser de alto riesgo para la empresa: lo anterior sumado a la estrategia del cambio de marca ya mencionado, demanda un esfuerzo muy importante de esta área de forma permanente, se trabajo en los meses anteriores al lanzamiento de la marca en encontrar los valores que deben ser palpables y evidentes en nuestro equipo y para ello hicimos a mediados del año una evaluación diagnóstica de la cultura organizacional, este estudio nos mostró el punto de partida y los objetivos a fortalecer y unificar en el corto plazo

Acá les comparto los elementos que hoy son trabajo constante al interior de la compañía en comportamientos que deben ser evidentes en todas las líneas de la organización:

1.3.1 CULTURA ORGANIZACIONAL



La gestión de Talento Humano ha delineado la estrategia en cinco pilares de acción sobre los cuales está desplegando estrategias independientes y cruzadas para fortalecer de forma permanente el objetivo de tener una cultura homogénea y positiva, estos son:



1.3.2 MODELO DE EVALUACION DE DESEMPEÑO

Un pilar fundamental para tener una empresa de alto desempeño es sin duda tener un equipo de alto desempeño, por ello hemos iniciado un programa de evaluación de competencias que vayan en sintonía tanto con

la cultura que queremos tener como con los resultados que la empresa demanda, con base en esto hicimos una primera aplicación de evaluación de competencias blandas para Gerencias jefaturas, profesionales médicos y de soporte médico, así como al personal administrativo

1.3.3 MODELO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

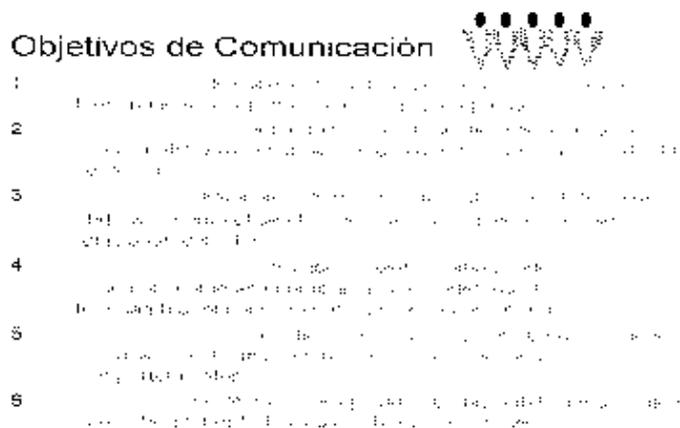
En mayo del 2013 luego del lanzamiento de Marca y el diagnóstico de cultura, iniciamos la identificación del Modelo ideal de Comunicación Organizacional alineando las tres vertientes del Cambio Cultural que se estaba generando en VERIS y lo clave que había que comunicar con respecto a cada una de ellas, trabajamos con un consultor externo en el diagnóstico:

TRES VERTIENTES DEL CAMBIO CULTURAL

- Hay una promesa de valor de la marca que cumplir
- Hay que guardar una coherencia formal y de fondo en el mensaje de marca. Se lo crece
- Hay que crear una cultura de seguridad. Esto es una empresa segura
- Hay que saber qué se va a medir y dar resultados
- El conocimiento y el respeto a las normas
- Hay seis comportamientos que se deben reforzar y ser medidos
- Hay que asumir un liderazgo pero que cada grupo gestione con independencia



Resultado de este diagnóstico se determinó el enfoque central en el que basaríamos la comunicación interna y los objetivos de comunicación, se creó nuestro MAPA DE COMUNICACIÓN Y MARCA.



1.3.4 POLITICAS DE TALENTO HUMANO EN ACREDITACION

Fue informado en la anterior asamblea de accionistas, la decisión de incursionar en la acreditación internacional en calidad. JCI Para poder

cumplir con este sueño, es fundamental que las políticas de talento humano enfocadas en primer lugar a tener las personas adecuadas en los cargos adecuados y segundo tener una cultura de calidad y seguridad del paciente hacen de este capítulo uno de los mayores retos en el proceso rumbo a esta acreditación. Con la ayuda de la empresa consultora Avedis Donabedian especializada en temas de acreditación en salud a nivel internacional hemos desarrollado la totalidad de las políticas de talento humano que apuntan a la seguridad y la calidad del paciente. Es tarea del año 2014 el implementar todas y cada una de ellas y verificar su estricto cumplimiento en esta materia.

1.3.5 INDICE DE AMBIENTE LABORAL GPTW

En octubre del 2013 obtuvimos el 7mo Lugar en el Ranking de GPTW, participando de manera individual como VERIS dentro de la categoría de empresas de más de 500 colaboradores. Hemos cedido algunos puntos en esta calificación y estamos trabajando en varios de los frentes mencionados en cultura que pegan de manera directa a los índices del GPTW.

EMPRESA	IAL	Ambiente Laboral
VERIS	74.4	Muy Satisfactorio

1.4 MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD

La búsqueda de la Calidad como propósito organizacional ha sido el fundamento en el desarrollo de las acciones de mejora de la Compañía. En este sentido durante el año 2013 se avanzó en el rediseño del modelo de gestión integral por calidad, buscando la articulación entre los avances alcanzados en el modelo de gestión por procesos (bajo el enfoque ISO 9001) y el fortalecimiento de las acciones de mejora encaminadas para la preparación en el proceso de acreditación con estándares internacionales de calidad y seguridad de la atención. Un punto importante a resaltar en este proceso ha sido el mantener la certificación ISO 9001:2008 en los procesos de ingreso, atención, consulta médica y laboratorio clínico, lo que nos ha permitido contar con un soporte documental y una metodología de mejora en la empresa. A su vez se enfatiza el cumplimiento de grandes hitos frente a la implementación de la Acreditación Internacional en Salud, donde fueron homologados a nivel nacional a todo el personal de la empresa.

Los principales logros han sido:

1.4.1 Despliegue de la Política de Seguridad de la Atención

Se mantiene en implementación las siguientes acciones:

- Implementación de las Rondas de Seguridad: Estas acciones buscan promover la transformación de la cultura en los centros de atención de cara a identificar, analizar y mejorar las fallas en la atención.

médica que potencialmente genera un evento adverso al paciente (lesión no intencional que causa daño). Este es un punto de especial relevancia, ya que el tener buenos profesionales o buenos modelos de atención no garantizan prácticas seguras. El seguir protocolos de atención con el cumplimiento de estándares es un camino que debemos implementar y profundizar en la organización para que todo lo que hagamos al interior de nuestra empresa tenga niveles de seguridad superiores que minimicen los potenciales riesgos que representa la intervención en el campo médico a los clientes que nos visitan y ponen su salud en nuestras manos.

- La implementación de las Rondas de seguridad de la atención logró el cumplimiento del 98.54% a nivel nacional en los Centros Veris en el 2013. Esto indica que la cultura de la seguridad se va aplicando cada vez con mayor intensidad, sin embargo, la profundidad de las rondas y la identificación de factores críticos debe cada vez ir siendo más estricta.

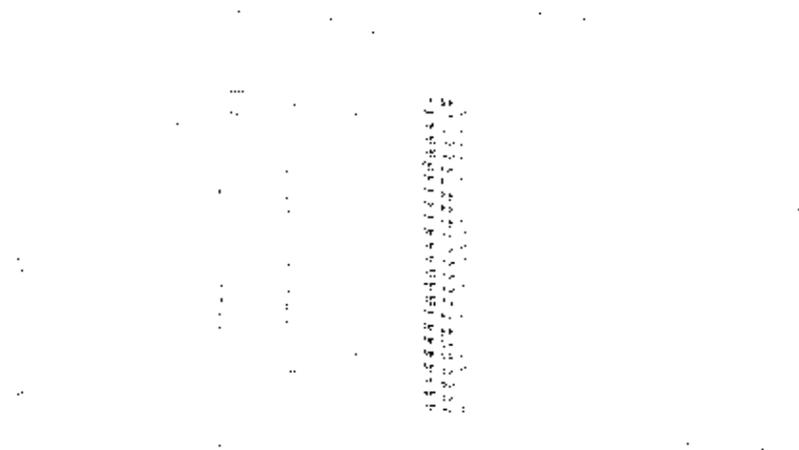


Gráfico 1 - Cumplimiento Rondas de Seguridad 2013

1.4.2 Fortalecimiento de las competencias de los Profesionales, que permitan brindar una atención confiable.

Desde la perspectiva de formación y entrenamiento de cara a la Certificación de los procesos de todas las áreas de la empresa se desarrolló el siguiente proceso formativo.

- Curso de 24 horas realizado por la Consultora SGS S.A., en el mes de Julio de 2013 en Formación de Auditor Interno, frente a la norma de estándares de Calidad ISO 9001:2008. Se formaron un total de 45 asistentes: 21 en Quito y 24 en Guayaquil.

Desde la perspectiva de formación y entrenamiento de cara a la Acreditación se desarrollaron los siguientes procesos formativos:

- Curso de 16 horas realizado por el Área de Calidad, en los meses de Marzo y Abril de 2013 en Formación en Herramientas de Calidad para la Acreditación dirigido al personal clave de las Areas de Apoyo. Se formaron un total de 92 asistentes: 45 en Quito y 47 en Guayaquil.
- Curso virtual de 30 horas realizadas por la Fundación Avedis Donabedian S.A. en Herramientas de Evaluación y Mejora de la Calidad para la Acreditación en Salud dirigidas al personal de niveles de Gerencia Nacional hasta Jefaturas y Coordinaciones Administrativas de Centros de Atención. Se formaron un total de 39 asistentes: 16 en Quito y 23 en Guayaquil.

De otra parte se desarrollaron las Guías de Práctica Clínica de las 10 principales causas de consulta médica y la principal odontológica que permitirán mejorar la calidad y homologarán la atención a los usuarios y servirán de insumo fundamental para el proceso de rediseño de la Historia Clínica Electrónica. Estas Guías responden al perfil epidemiológico de la población atendida en los Centros Veris.

El reto para el presente año es la implementación de la totalidad de las políticas diseñadas para la implementación de la acreditación internacional, la evaluación del nivel de cumplimiento de las guías de manejo ya elaboradas y por supuesto el apoyo al área de tecnología en el diseño y desarrollo del nuevo módulo de historia clínica que debe incluir todo un apoyo documental y estructural a la atención médica, enriqueciendo a la compañía de información valiosa y oportuna para un oportuno y adecuado manejo del paciente.

2. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL Y EL DIRECTORIO

En este momento procedo a dar fe que todas mis actuaciones y las del equipo de trabajo que lidero se han ceñido estrictamente a todas las disposiciones, recomendaciones, ideas y sugerencias emitidas por los señores accionistas y el excelente equipo de directores que orientan mi gestión.

3. INFORMACIÓN SOBRE HECHOS EXTRAORDINARIOS PRODUCIDOS DURANTE EL EJERCICIO, EN EL ÁMBITO ADMINISTRATIVO, LABORAL Y LEGAL; Y, ESTADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE AUTOR POR PARTE DE LA COMPAÑÍA

Es importante informar a la honorable asamblea de accionistas que estamos al momento de esta junta ya con el nuevo código penal integral del Ecuador aprobado por parte de la Asamblea de diputados y registrada en el diario oficial.

por parte de la Presidencia de la República, este es un tema que ha tenido resonancia nacional y que sin duda agrega elementos de riesgo jurídico para una empresa que tiene altísimo involucramiento particularmente en la atención médica. De igual forma, procedo a informar que no hemos tenido sucesos extraordinarios en materia legal, laboral, ni administrativa que destacar y hemos cumplido a cabalidad las normas de propiedad intelectual y derechos de autor.

De otro lado y es el momento por lo importante del evento mencionarlo en este capítulo durante el año 2013 y teniendo en cuenta lo mencionado en el informe de cambio de marca, la empresa invirtió una importante suma de dinero en este proyecto, suma que alcanza el valor de \$ 856,617 de acuerdo a las nuevas normas internacionales de información financiera, este valor tiene que ser amortizado en la vigencia del año en la que se ejecutó por la naturaleza de los gastos, fueron elementos en su gran mayoría constituyentes de publicidad, esto sin duda impactó de manera directa los resultados del año, en cuanto a que algo que presupuestalmente identificamos que podíamos amortizar en tres años tuvimos que hacerlo en solo uno, esto afectó de manera directa los resultados del periodo como lo veremos a continuación.

4. SITUACION FINANCIERA DE LA COMPAÑÍA AL CIERRE DEL EJERCICIO Y DE LOS RESULTADOS ANUALES, COMPARADOS CON EJERCICIO PRECEDENTE

Ingresos: Los ingresos alcanzaron la cifra de 28.036 (miles de US\$ dólares), esto significa un incremento en los ingresos del 18% respecto al año anterior, de igual forma se evidencia un crecimiento del 19% en el número de consultas médicas, llegando a la cifra record de 417.637 consultas atendidas durante el 2013 y a 853.838 pruebas de laboratorio.

Costos: Los costos representan el 52% del ingreso, lo que equivale a un incremento de 3 puntos respecto al año anterior. El componente más importante del costo es la nómina, representa el 58%, este año tuvo un incremento del 22% debido a la incorporación de personal, pasamos de 502 empleados que conforman el costo, a 582 a finales del año. Gran parte de esta diferencia está identificada por el ingreso a operar del centro médico de la Alborada que se abrió a finales del 2012 y que impacta en costos durante todo el año 2013, como también a la contratación de especialistas en los demás centros médicos que van creciendo su productividad a medida que van pasando los meses. Obtuvimos una mejora de 6 puntos porcentuales en la relación costo – ingreso de imágenes, debido a que en mayo tomamos la operación directa de este servicio en tres centros médicos de Quito. Por otro lado tuvimos un incremento en el valor absoluto del costo de exámenes y

procedimientos, debido a la mayor venta de chequeos empresariales en provincias, donde el costo es un poco mayor al que tenemos en las ciudades principales.

Gastos: Los gastos representan el 49% de ingreso, con un crecimiento de 5 puntos respecto al año anterior. El rubro de mayor crecimiento es el de Publicidad, generado por el cambio de marca, el cual nos representó una inversión superior a los 1,2 millones de dólares, de los cuales \$ 856,617 eran exclusivamente para el proyecto cambio de marca que impacta en este año exclusivamente y no es repetitivo en el tiempo. El gasto de comisiones se incrementó significativamente a 60 mil, debido a la utilización de otros canales para la comercialización de nuestros servicios. Se fortaleció la estructura Comercial con el ingreso de un Gerente de Ventas, ingreso de equipo comercial para la Costa y fortalecimiento de los equipos de la Operación, esto significó la incorporación de 45 personas adicionales en estas áreas, lo que representó un incremento del 52% en el gasto de nómina. Los gastos de oficina presentaron un incremento del 22% principalmente generado por los gastos de viajes y movilización debido al fortalecimiento de las nuevas estructuras de las áreas de apoyo y a la implementación de las nuevas soluciones de software mencionadas anteriormente.

Utilidades: Teniendo en cuenta el gran crecimiento de ingresos que fue del 18%, pero de igual forma inferior al presupuestado, con las inversiones en tecnología, desarrollo del talento humano y especialmente con la obligatoriedad de llevar como gasto en este mismo periodo todo lo invertido en el proyecto de cambio de marca, este año hemos tenido una pérdida de 214 (miles de US\$ dólares) como resultado final del ejercicio recordando que el año anterior tuvimos una utilidad neta de 953 (miles de US\$).

Balance General

Cuentas por cobrar Comerciales: Estas cuentas tienen un incremento frente al año anterior por un valor de 794 (miles de US\$ dólares), originada principalmente por el crecimiento de la facturación a crédito originada por la diversificación de clientes y por otro lado a la acreencia de Odontocare por 196 (miles de US\$ dólares).

Inventarios: Presentamos un incremento de 69 (miles de US\$ dólares) respecto al año anterior debido por un lado al crecimiento del producto óptica, el cual requiere mantener cantidades adecuadas de marcos y al crecimiento de las atenciones y exámenes de laboratorio.

Gastos pagados por anticipado y otras cuentas por cobrar: En este rubro tiene particular importancia los anticipos a proveedores que corresponden a valores dados a los prestadores médicos de imágenes y de algunos proyectos como los de software que están en proceso de cierre este año.

Cuentas por pagar: El rubro más fuerte que incrementa en 1 951 (miles de US\$ dólares) con respecto al año anterior, es el préstamo a la compañía hermana Salud, para el financiamiento de todos los proyectos mencionados anteriormente, por estos valores se cancela un interés fijado dentro de los parametros del mercado y la ley. Lo que corresponde a proveedores, se mantiene en montos similares al año anterior.

Patrimonio: Las cuentas de patrimonio se mantienen sin variación excepto la en la cuenta de utilidades retenidas donde se refleja una reducción dada por el resultado del presente ejercicio.

5. CONOCER SOBRE EL RESULTADO ARROJADO DURANTE EL EJERCICIO ECONÓMICO 2013 Y RESOLVER SOBRE EL MISMO.

Como lo mencioné en el capítulo anterior el resultado del ejercicio 2013 fue negativo en la suma de 214 (miles de US\$ dólares) lo que reduce de manera directa el valor de las utilidades retenidas de periodos anteriores en este valor.

6. RECOMENDACIONES A LA JUNTA GENERAL RESPECTO A LAS POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS PARA EL EJERCICIO ECONÓMICO DEL AÑO 2014.

El año anterior mencioné en el informe que nuestra empresa se encontraba en la plataforma de lanzamiento a una nueva proyección empresarial sin lugar a dudas hoy tengo que decirles que estamos ya en pleno despegue, con motores a la máxima potencia, hay varios frentes que atender dentro de la organización. el fortalecimiento tecnológico debe estar casi cerrado el primer ciclo de actualización al terminar el presente año, la implementación de las políticas de talento humano encaminadas al fortalecimiento de la cultura de servicio y de calidad es uno de los retos que más nos ilusionan en este año, el tener la organización casi lista para presentarnos a la acreditación internacional el año 2015 es un sueño que cada vez se va convirtiendo en realidad. El desplegar la estrategia de expansión en las ciudades y provincias y el fortalecer nuestra presencia en las ciudades principales es una de las razones por las cuales estamos poniendo nuestra compañía a punto y es una actividad que nos palpita e ilusiona.

Por lo anterior agradeciendo por el acompañamiento y la confianza depositada mi respetuosa recomendación es que mantengamos la estrategia de ocupar nuevos espacios de mercado, crecer de forma responsable pero oportuna en todo el país donde veamos que podemos brindar nuestra propuesta de valor a

los clientes y que sigamos en el camino de brindar una atención de alta calidad, con un gran servicio y a un precio que sea realmente competitivo en el mercado

7. CUMPLIMIENTO DE NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DE DERECHOS DE AUTOR.

La compañía al momento se encuentra regularizada en lo que tiene que ver con el tema de propiedad intelectual y de derechos de autor, dando regular cumplimiento a las normas que la legislación dispone sobre la materia, por parte de la Compañía y sus accionistas

8. OTROS

Las obligaciones laborales impositivas a nivel nacional y local obligaciones tributarias con el Fisco y la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito, así como pagos al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, con cámaras de la producción, etc., se han honrado satisfactoriamente y de forma oportuna, dentro de los plazos establecidos por la ley

9. AGRADECIMIENTOS

Parece ser una frase más, pero las palabras no me alcanzan para expresar lo vivido el año 2013, tengo que confesarles señores accionistas que ese año ha sido un año intenso, un año de mucha presión, un año de mucha dinámica, un año donde pusimos muchos proyectos simultáneamente, donde proyectamos un crecimiento muy grande y donde los sueños volaron con gran ímpetu, pero por momento olvidamos que somos frágiles y tenemos una capacidad máxima de atención, en muchos casos excedimos como equipo esa capacidad, es un gran aprendizaje, el día a día nos trajo algunos aterrizajes forzosos muchos logros, algunas soledades y sin lugar a dudas una gratitud enorme a quienes estuvieron siempre acompañando este ímpetu y osadía. Por lo anterior, quiero agradecer en primer lugar a Dios fuente principal de vida y gestor de todo lo que está a mi alrededor. Fue mi guía y acompañante en los momentos de angustia, me daba el valor para enfrentar el reto cada día con mayor valentía y entusiasmo lo mejor, siempre sentí su presencia cerca y eso me motivaba a seguir adelante

A mi esposa Eliana y mis hijos Maria Paula y Pablo Andrés, los que vivieron en primera fila todo este torbellino de sentimientos y emociones que lograron calmar mi ansiedad, acompañar mis soledades y sin duda recargar mis energías, también, celebrar los logros y los resultados que lindo es poder decirle al mundo que tengo una familia como la que quise siempre tener, gracias a ellos por ser la razón de mi vida

A mi infatigable equipo de trabajo, a mis Gerentes y Subgerentes a las jefaturas y coordinaciones, en fin a todo el equipo de más de 900 personas que confió nuevamente en los retos que nos pusimos, que pusieron con creces su

esfuerzo su compromiso su cariño y su deseo para que este esfuerzo de salir del cascarón y convertirnos en una empresa con identidad propia y con un futuro por recorrer, se aventuraron y estuvieron siempre vigilantes, comprometidos y sintieron en su propio ser. la presión de un despégue exitoso pero muy agitado. El orgullo de ser el capitán de este barco cargado de excelentes navegantes. me da la felicidad pero a su vez la responsabilidad de llegar cada día a un puerto seguro.

A Juan Sevilla, mi amistad, agradecimiento y cariño, eres un ser especial, soñador y visionario. hay que conocerte para entender que tu cuerpo es muy pequeño comparado con el alma, la vocación y el ser que hay dentro de ti, eres realmente un gran ser humano. le agradezco a la vida que me ha permitido hacer parte de tu equipo y sin duda de saber que tengo tu amistad me hace grande. Que orgullo tener en mi corta lista de amigos seres humanos excepcionales como Tú

A Luis Romero, que gran consejero y líder. no solo los años hacen crecer en estos dones, también es la naturaleza de un gran ser la que hace que estos dones crezcan más. Gracias Luchito por escucharme y acompañarme durante todo el año con tus reflexiones, exigencias y recomendaciones

Al equipo de directores que me acompañaron durante todo el 2013 mi agradecimiento por sus siempre proactivas recomendaciones, sugerencias, exigencias y aplausos. son un gran equipo que vivieron este año con quizás la misma intensidad que la vivimos desde adentro

A ustedes señores accionistas, porque siempre han visto más allá del corto plazo, siempre me ilusionan y me invitan a hacer de Venis una empresa visionaria, vigente, llena de buen servicio y referente en la prestación médica no solo en el Ecuador sino también en sus alrededores, el tener accionistas con los valores y principios que les acompañan me dan la seguridad de estar en el lugar correcto y haciendo lo correcto por ello un millón de gracias

Quito, 2 de mayo de 2014

Cordialmente,



JORGE ANDRES WILLS OSPINA
Gerente General