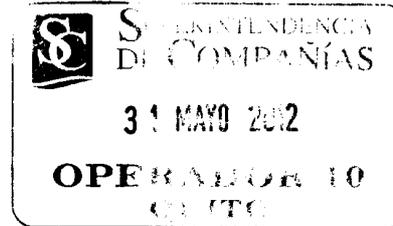




BRAND MEDICAL
Màs allà de una marca



BRAND MEDICAL ECUADOR S.A.

INFORME DE GERENTE AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011

De conformidad con lo establecido en los Estatutos de la Compañía y observando el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías, presentó a continuación el informe de actividades desarrolladas en el ejercicio económico del año 2011.

OPERACIÓN GENERAL

La compañía Brand Medical Ecuador S.A. comercializa dos líneas de Productos: en la Franquicia de Depuy (Implantes para Ortopedia) y en la Franquicia de Fada Pharma (Medicamentos Genéricos) nos hemos calificado en todos los centros hospitalarios del país y estamos comercializando a nivel nacional los mencionados productos. Nuestra operación y participación en el mercado crece. Específicamente en la Franquicia de Depuy el tema de servicio es fundamental para captar más participación y más clientes y a su vez esto representa más inversión.

La línea de Fada es un negocio más fácil en cuanto al tema de logística. Pero en esta línea estamos caminando paso a paso ya que es una línea nueva en el mercado ecuatoriano y vamos realizando un trabajo de campo más complejo. Estamos teniendo participación en la zona de Quito y empezando a desarrollar mercado en la zona de Guayaquil.

Durante el año 2011 apoyamos a médicos en programas científicos e invertimos en material promocional. La operación con la línea Depuy se trabaja con un inventario propio de Brandmedical lo que es muy complejo el manejo y control pues este tipo de cirugías están sujetas a cambio de códigos dependiendo la talla y la anatomía de cada paciente, lo que conlleva a ajustes de códigos continuamente.

Hemos participado en cursos, congresos, talleres y charlas científicas en sociedades de Ortopedia del país.

Este año ha bajado notablemente las cirugías a nivel privado pues la mayor parte de los pacientes se están acogiendo al beneficio que otorga el IESS a nivel nacional.

Hemos realizado convenios con clínicas privadas que trabajan con pacientes del IESS y esto nos ha permitido continuar con abarcar el mercado del IESS pero atendido en clínicas privadas.



BRAND MEDICAL
Màs allà de una marca

Estamos atendiendo cirugías a nivel nacional con contrato del IESS a través de la figura de Consorcio y por la situación geográfica y por falta de instrumentales la logística requiere de mucha planificación y efectivo.

Y en cuanto a la línea de fármacos no contamos con inventario propio por el momento, estamos pidiendo de acuerdo al consumo. La proyección a muy corto plazo es contar con un inventario disponible en nuestras oficinas de fármacos para que nos permite dar mejor servicio y realizar entregas oportunas.

Aumentamos el personal en un 15% en relación al año 2010.

Actualmente mantenemos un Fee establecido con la empresa Johnson & Johnson por el manejo logístico de las cirugías facturadas como J&J.

CONCLUSIONES

Personalmente considero que el negocio a nivel privado bajo enormemente por la capacidad y la apertura de estos procedimientos en el seguro social por lo que los pacientes esperan ser atendidos por el IESS en clínicas privadas, esto ha bajado notablemente la rentabilidad del negocio en vista que la mayor parte de las cirugías se realizan en clínicas privadas pero con pagos a través del IESS con un nivel de cartera de 180 días, disminuyendo la liquidez en el negocio, por lo que se requiere de mayor inversión y capital.

Para el 2012 la proyección de crecimiento es de un 10% en relación a la facturación del año 2011.

Para el 2012 la proyección de conseguir otra línea para complementar el portafolio de productos de Ortopedia es en la línea de Osteosíntesis.

Así mismo hay un incremento en el apoyo educacional para los médicos que deseamos desarrollar. De igual forma para el 2012 tenemos proyectado entrenar a los asesores comerciales e instrumentistas.

Atentamente,

Tilo Korneck
Gerente General

