



INFORME DE GERENCIA

Quito, 1 marzo del 2016

Junta directiva presente:

Mediante este oficio presento el informe correspondiente al desenvolvimiento económico de la empresa COMERCIALIZADORA DE MEDICAMENTOS GOODPHARMA S.A. correspondiente al periodo 2015.

MISION EMPRESARIAL:

Somos una empresa que presta servicios de salud, y mejora de la vida humana, brindando servicio a domicilio de medicamentos, nuestra principal misión es brindarle el mejor servicio tanto en la entrega como en la provisión de los mismos.

VISION EMPRESARIAL:

Para el año 2020 se consolidará como una empresa líder en la entrega de medicamentos a domicilio, acreditada, competitiva, con el uso eficiente de los recursos para la ejecución de sus procesos que aseguren la sostenibilidad financiera y manteniendo una rentabilidad económica y social.

INFORME DE GERENCIA DE VENTAS

Según el informe de la gerencia de ventas y considerando que fue el primer año completo de venta de medicamentos se lograron los objetivos propuestos con una venta de \$ 248.880,79

Según este informe, siguen siendo los psicotrópicos junto con los antidepresivos y los antiirreumáticos, los medicamentos de mayor rotación debido a la labor de ventas realizada.

Otras líneas como la Cardiovascular necesitan ser promocionadas ya que por relacionarse con enfermedades crónicas prometen buenas expectativas de desarrollo.

El 2015 fue un año de problemas en la importación de medicamentos además de los problemas económicos del país lo que repercutió directamente en la proyección ventas esperada.

Los productos que representaron más económicamente por la rotación fueron los psicotrópicos seguidos por los antidepresivos.

ANÁLISIS DEL COSTO DE VENTAS

Los productos que más utilidades nos han dado son:

PRODUCTO	UTILIDAD BRUTA	% DE RENDIMIENTO
Coumadin	6225.00	150.00%
Synvisc One	3551.90	24.13%
Concerta 36mg	3239.93	29.88%
Concerta 18 mg	1884.32	25.86%
Ceumid Solucion Oral 100mg	1685.79	82.73%
Ceumid 1000mg	1070.02	51.83%
Invanz solución iny	1069.02	14.20%
Neuryl Gotas 2.5mg	952.77	22.38
Xanax 1mg	952.19	24.06%

Del cuadro anterior podemos deducir que podríamos mejorar la utilidad en ciertos productos como el Neuryl y el Xanax haciendo uso de las políticas de pronto pago de algunos de nuestros proveedores para mejorar la rentabilidad. En el caso de los productos Ceumid nos hemos beneficiado de las políticas de bonificación del laboratorio para conseguir una rentabilidad alta. El problema del producto Concerta que es un producto de muy buena rentabilidad es que hay escasez en el país por problemas del laboratorio y de las políticas de importación del gobierno ecuatoriano, lo que ha hecho que no se pueda vender en mayores cantidades. El Synvisc es un producto que necesitamos seguirlo promocionando.

OBJETIVOS DE CUMPLIMIENTO

Nuestro principal mercado ha sido enfocado por el sector privado de la medicina, y se ha obtenido buenos resultados por el servicio a domicilio que se ofrece a los pacientes. En el primer semestre del 2016 esperamos concretar la apertura de nuestro primer punto de venta al público en la modalidad de Farmacia. Y para finales del segundo semestre de este año esperamos concretar la concesión de nuestra primera franquicia. Para poder llegar a este objetivo se está trabajando con el estudio jurídico Trejo Rodríguez & Asociados Abogados para los registros de marca y elaboración del contrato modelo de franquicia.

Con el fin bajar costos administrativos en el año 2016 se optará por mantener dentro del rol de pagos el personal mínimo que se requiera, siendo necesario para la operación de la empresa la contratación de una profesional Química Farmacéutica, y por otro lado se ha decidido la tercerización del personal de reparto y mensajería.

Por lo anteriormente expuesto, es decir incrementado un punto de venta, con lo cual esperamos incrementar las ventas en un 100%; utilizando las políticas de descuentos y bonificación de nuestros proveedores; y bajando costos administrativos esperamos en este año obtener una utilidad neta del 5% sobre las ventas y con ello poder absorber las pérdidas del primer año completo de operaciones.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS ECONÓMICOS

En cuanto al resultado económico de la empresa debo expresar que el año 2014 se operó solamente el mes de diciembre, que es un mes irregular debido a la serie de días festivos, por lo que tuvimos una pérdida de USD 1.151,13 lo cual es aceptable por las circunstancias expuestas.

En el año 2015, que podemos apreciar la operación regular de la empresa, hemos obtenido una pérdida de USD 5.436,94 lo que no nos deja tranquilos pero sí con la satisfacción de haber ganado mercado y conseguido ya una cartera de clientes estable, que nos permita seguir tratando de incrementar nuestras ventas. Además podemos argumentar que debido a que se empezó con un pequeño capital de USD 4.000,00 no nos ha permitido tener la liquidez necesaria para conseguir mejores descuentos y precios de compra de los productos a nuestros distribuidores. Así mismo la situación económica que atravesó el país, no nos permitió conseguir líneas de crédito en los bancos que nos permitan contar con un capital de trabajo que beneficie nuestra posibilidad de mejorar la utilidad en los productos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Me es grato reconocer la estupenda labor del departamento de ventas, liderados por Gerencia de ventas, puesto que en el año 2015 se cumplieron los objetivos trazados. En cuanto al departamento administrativo hubo varios cambios en el personal lo que ha permitido seguir mejorando en varios aspectos que mostraban fallas y errores en la organización administrativa de la empresa. El año 2015 fue difícil en lo referente a las cuentas bancarias de la empresa, por la falta de liquidez que sufrimos debido al alto stock de productos que no rotaron como se esperaba y costos que tuvimos que recurrir para la iniciar la operación de la empresa.

Las recomendaciones que se pueden realizar están dirigidas a la expansión a nuevos mercados mediante la apertura de puntos de ventas en la modalidad farmacia a lo largo de la ciudad. En cuanto al manejo de inventarios recomiendo seguir con la política de los últimos meses en cuanto mantener un inventario mínimo que nos permita la rotación de los productos de manera adecuada y mantener un inventario solamente de los productos de alta rotación. En lo referente a los gastos administrativos debemos mantener los gastos en los mínimos posibles que nos permitan mantener la liquidez necesaria para poder cumplir con nuestros proveedores. Debido a la delicada situación de liquidez del país y la decisión de las entidades bancarias de restringir los créditos se mantendrá la política de realizar los pagos mediante transferencias bancarias evitando la entrega de cheques posfechados, así evitar los sobregiros y la posibilidad de protestos.

Atentamente,

GUIDO LONGO

GERENTE GENERAL

GOODPHARMA S.A.



INFORME GERENCIA DE VENTAS

Quito, 1 febrero del 2016

Gerencia General presente:

Mediante este oficio presento el informe correspondiente a las ventas de la empresa COMERCIALIZADORA DE MEDICAMENTOS GOODPHARMA S.A. correspondiente al 2015.

RESUMEN DE LA GESTION DE VENTAS

En primer término, considerando que fue el primer año completo de venta de medicamentos fue satisfactoria con una venta de \$ 248.880,79

Debo también mencionar que nuestro mejor mes en ventas fue octubre con \$35.027,61 y el mes de menores ventas fue en febrero con \$12.275,96. Con los datos de ventas del año podemos determinar también un promedio de ventas mensuales de \$ 20.740,07

A continuación se realiza un detalle de los medicamentos más vendidos en unidades durante el año 2015:

CLONAZEPAN 2.5 mg (PSICO)	2914
WARFARINA SODICA 5 MG	9020
LORAZEPAM (PSICO)	14220
CLORHIDRATO DE METILFENIDATO) (PSICO)	6285
ALPRAZOLAM (PSICO)	5000
CLONAZEPAM	8363
ZOLPIDEN	5960
LEVETIRACETAN	3673
QUETIAPINA	2071
CLOBAZEPAN	4130
METOTREXATO	1404
ROCALTRON 0.5 CAP. *30 (CALCITROL)	1050

Los Psicotrópicos siguen siendo los medicamentos de mayor rotación con un crecimiento mensual junto con los antidepresivos en esta línea se trabaja de la mano con los Psiquiatras y Neurólogos para poder cumplir con los objetivos, y los antirreumáticos son productos crónicos con un buen crecimiento para la empresa.

La línea Cardiovascular es una línea que pensábamos que estaba en proceso de crecimiento, pero no ocurrió así. De todas maneras para el 2016 vamos a insistir en el desarrollo de esta línea.

El 2015 fue un año de problemas en la importación de medicamentos para el país por lo cual se perdió ventas para la empresa dejando así de vender los productos que teníamos expectativa de crecimiento.

A continuación los productos que representaron más económicamente:

Descripción	Suma de Total
CLORHIDRATO DE METILFENIDATO (PSICO)	24.654,87
SYNVISC (HILANO G-F)	22.286,81
LORAZEPAM	14.229,93
WARFARINA SODICA	11.516,30
CLONAZEPAN 9.284,52	9.284,52
QUETIAPINA	5.178,53
LEVETIRACETAN	10.675,49
ACIDO ZOLEDRONICO	7.090,88
ZOLPIDEN	6.199,18

Como se puede observar aunque no represente mucho en cantidad el ZYNVICS solo se vendió 130 sin embargo su aporte económico es significativo.

Nuestra principal fuerza de ventas está enfocada a personas naturales, por el sector estratégico en el que se encuentra ubicada la empresa la mayoría de clientes son doctores de la consulta privada.

OBJETIVOS DE CUMPLIMIENTO

Nuestro principal mercado ha sido enfocado por el sector privado de la medicina, y se ha obtenido buenos resultados por el servicio a domicilio que se ofrece a los pacientes, pero se está trabajando para abrir farmacias en diferentes sitios estratégicos bajo la modalidad de franquicias. El objetivo para este año es incrementar las ventas en un 50%.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Fue un buen año que lleno las expectativas de la empresa, con un crecimiento sostenido pese que solo trabajamos con un solo sector de ciudad. Tenemos que enfocarnos este año en otros sectores de Norte, centro y Sur de la ciudad que nos pueden ayudar para el crecimiento apoyándonos en las casas farmacéuticas para lograr los objetivos.

Atentamente



BLENDY MALDONADO

GERENTE DE VENTAS

GOODPHARMA S.A.



GOOD PHARMA