

## INFORME DE LABORES A LOS ACCIONISTAS DE LAB-NYSE S.A.

Estimados accionistas, cerramos el 2014 con una recuperación muy notable, luego de los serios problemas de abastecimiento con el maquilador que lamentablemente teníamos.

### 1) PRODUCCIÓN

La mala decisión tomada a mediados del 2013 de elegir a René Chardón como socio estratégico en la maquila de nuestra línea de cuidado personal, resultó muy perjudicial, porque pese a los varios ofrecimientos de enmienda, solamente se agravaron, habiendo hecho crisis a mediados de Febrero donde tuvimos que tomar decisiones de emergencia cambiando a una farmacéutica, con mayores costos de producción, pero ante la urgencia de no quedar desabastecidos. Con este maquilador temporal pudimos sobrevivir hasta finales de abril cuando tomamos contacto con otra empresa, también del ramo farmacéutico, INDUFAR, con quienes hemos tenido una notable mejoría, razonables costos de producción y puntualidad en la entrega de las ordenes de producción comprometidas. Gracias a ello, hacia el segundo semestre del año, pudimos empezar a construir un stock de seguridad que habíamos perdido y ponernos en campaña de crecimiento de ventas.

En cuanto a las líneas Pulvapapies Medicado y Pulvaterb por diversos problemas técnicos con el laboratorio Ginsberg de Guayaquil, no pudimos salir al mercado en el 2014, como teníamos previsto.

### 2) SITUACIÓN ADMINISTRATIVA CONTABLE

El área administrativa se ha seguido consolidando, se han ampliado reportes de análisis de la operación extrayendo datos de nuestro ERP para apoyo a decisiones. En los aspectos tributario y patronal, hemos estado siempre al día, también gracias a que el flujo de dinero se ha podido estabilizar con una buena gestión de cobranzas y a la mejoría notable de las ventas en el segundo semestre del año. Nuestra operación, al igual que en los años precedentes, sigue haciéndose a través de operadores logísticos, siendo que en Octubre contratamos a nuevos operadores, con base en Sangolquí en procura de mejora de servicios y de baja de costos, que se podrán analizar en el 2015.

### 3) SITUACIÓN FINANCIERA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Como es de esperarse, los estados financieros y de resultados que presentamos para consideración de la junta se encuentran debidamente justificados en documentos físicos y asientos contables siguiendo la normativa aplicable.

Nuestra cartera de clientes es bastante confiable, más del 80% de nuestras ventas se realiza a cadenas nacionales. El cobro judicial acumulado de años anteriores, se pudo al menos reducir en el caso de Córdova, ya que en los otros casos, sigue el lento proceso de la justicia ordinaria.

El total del activo corriente subió en un 32.91% respecto del 2013, mientras que el no activo corriente, que comprende los activos fijos y diferidos subió

en 32.63%. Por el lado del pasivo, las obligaciones tributarias y patronales se mantienen al día. Los proveedores se pagan con puntualidad, administrando el flujo de caja responsablemente. Gracias a la mejora de ventas en el segundo semestre, el flujo de caja se ha mantenido positivo; no obstante, el pasivo corriente aumentó con respecto al 2013 en un 45.26% con proveedores, debido al incremento de producción y el no corriente disminuyó en 97.73%, habiéndose pagado casi la totalidad de préstamos. La jubilación patronal aumentó el 15% debido a los cálculos actuariales.

El patrimonio neto en este ejercicio, se incrementó en 39%, de los cuales el resultado neto del ejercicio representa el 13% de las ventas netas, luego de impuestos y participación a empleados, 5 puntos más que el 2013.

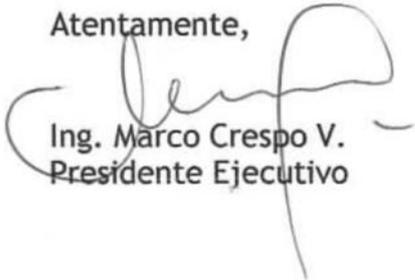
Las ventas netas el 2014, a pesar de los problemas tantas veces anotados, se incrementaron en un 15.46% con respecto al ejercicio anterior. El costo de ventas, por los problemas de inicio de año, se ubicó en un 35.30%, en comparación con 33.42% del 2013. Los gastos operacionales, sumaron este año solamente 45% respecto de 52% del 2013.

#### 4) SITUACIÓN COMERCIAL

Las ventas se incrementaron en un 15.46% respecto al ejercicio anterior, siendo como antes, las cadenas nacionales, nuestros principales clientes.

El crecimiento se ha dado principalmente en el segundo semestre con los mismos clientes tradicionales. Por los problemas de abastecimiento iniciales, no se gestionaron nuevos clientes sino hasta finales del año:

Atentamente,



Ing. Marco Crespo V.  
Presidente Ejecutivo