

INFORME DE LA GERENCIA GENERAL

Señores Accionistas:

Al concluir el ejercicio económico 2016, como parte de mis obligaciones como Representante Legal de Laboratorios Bagó del Ecuador S.A., a continuación presento de manera resumida los acontecimientos internos, propios del negocio, acciones de Mercadeo, Ventas, Finanzas, Comunicaciones y Recursos Humanos, que llevaron a la Compañía a mostrar los resultados obtenidos durante el año que terminó el 31 de Diciembre de 2016.

Acciones Administrativas

El año que acaba de transcurrir se presentó con sus propias particularidades e implicó mayores habilidades para superar los nuevos desafíos que se nos presentaban.

Finanzas

Los Estados Financieros del 2016, se presentaron bajo lo que establecen las Normas Internacionales de Información Financiera. La Compañía generó un resultado positivo antes de impuestos de USD 2'459,988 dando como resultado, un impuesto a la renta corriente de USD 1'163,666.

Durante el año trabajamos en el proyecto de cambio de la tarifa de IVA de 12% a 14%, a raíz de la emisión de la Ley de Solidaridad, la cual se implementó desde el mes de Mayo y estará vigente por el lapso de un año, así como de la contribución solidaria sobre las utilidades y de los accionistas.

Continuamos con el seguimiento a los estudios relacionados con los precios de transferencia y dimos cumplimiento al 100% de las exigencias de los organismos de control público como el SRI y la Superintendencia de Compañías, demostrando un vez más a través de los Informes del Comisario, de los Auditores Externos y de Precios de Transferencia, el adecuado manejo de los recursos, del control interno, contable y financiero de la compañía.

Trabajamos durante el año en varios procesos/proyectos importantes para la organización.

Recursos Humanos

El año 2016 cerró con una dotación de 206 colaboradores, de los cuales 78% pertenecen al área comercial y 22% pertenecen al área administrativa.

En el transcurso del 2016 se realizó una medición de la percepción de ambiente y cultura organizacional a través de la encuesta y focus groups realizados con el Great Place to Work

En el año 2016 continuamos desarrollando acciones para fortalecer nuestra cultura organizacional y alinear a los nuevos colaboradores en aquellos aspectos que son importantes y nos diferencian de nuestros competidores. Trabajamos también en temas de desarrollo personal, capacitación formal para Gerencias y Jefaturas.

A pesar de la difícil situación económica que enfrenta el país no desvinculamos a ningún colaborador, ya que nuestro recurso humano es el motor del crecimiento sostenido que tiene la compañía.

Marketing

El área de Marketing constituye el pilar fundamental en donde se planifican las estrategias que permiten desarrollar nuestro portafolio de productos generando ideas innovadoras y campañas enfocadas a mantener nuestro liderazgo e incrementar la participación de mercado.

En el año 2016 se realizaron varios lanzamientos entre los cuales se destacan productos en la línea Cardiológica y Dermatológica.

Como aspecto central estratégico y en coordinación con el área de Ventas todos nuestros esfuerzos se enfocaron en aportar conocimientos científicos a los profesionales de la salud de todo el país mediante la organización de reuniones científicas.

Ventas

Durante el año el equipo de ventas se enfocó en especialidades estratégicas, en fortalecer las zonas de mayor desarrollo económico, ya que estas implican una oportunidad de crecimiento; y, por otra parte, en zonas pequeñas, continuamos consolidando nuestro servicio personalizado con atención de visita médica desde la propia zona (VM Residente).

En el 2016, el mercado Institucional Ecuatoriano atravesó por la Subasta Inversa Corporativa de Medicamentos con 414 ítems y con un presupuesto referencial de 500 millones de dólares, con el objetivo de abastecer medicamentos e insumos médicos a todas las entidades públicas del Estado que pertenecen a la Red Integral de Salud Pública (RIPS) abriéndose a Oferentes Nacionales y Extranjeros.

Continuamos utilizando el iPad como herramienta estratégica, ya que a partir de esta gestionamos: programas interactivos, ayudas visuales, información clave y soluciones para nuestros colaboradores.

El trabajo integral en el punto de venta es uno de nuestros objetivos logrados durante este año, para ofrecer así el mejor nivel de atención al cliente.

Comunicaciones

En enero del 2016 se presentó a la sociedad médica y comunidad general, la nueva página web rediseñada con una imagen fresca y alineada a lo que la empresa quiere proyectar (Vitalidad, salud, bienestar, calidad). El diseño moderno, facilita la navegación, reduce la redacción y aumenta las imágenes, de ésta manera el navegador puede ampliar la información cuando lo requiera, la información está alineada a la corporación manteniendo las restricciones y avisos para los navegantes.

De la mano con el trabajo en Redes sociales, la página web centraliza la información educativa que se publica en las redes (facebook, twitter e Instagram) de tal manera que desde las redes generamos tráfico hacia nuestra página web y se cumple el objetivo de conseguir visualizaciones y navegación dentro de la web.

Continuando el trabajo en Redes sociales, este año se consolidó a Facebook como el principal canal de comunicación e interacción con la comunidad, esto dado que las cifras estadísticas de uso de redes sociales en Ecuador la principal red es Facebook para los dos géneros, seguida de Twitter para hombres e Instagram para mujeres

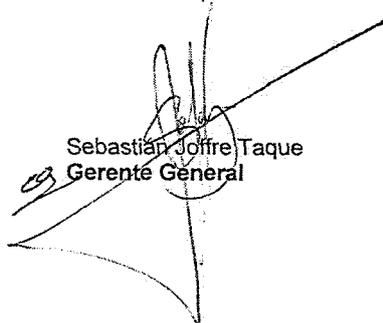
El 2016 se reactivó a los seguidores de Facebook, llegando a los 100.000 pero sobretodo tenemos seguidores que interactúan con Bagó.

Otros Aspectos

En el RO No. 400 se publicó el documento final que establece el cálculo de precios techo en base a una mediana de mercado que incluye a productos genéricos y de marca. La publicación de la lista oficial se realizó en Octubre del 2015 y de acuerdo a lo que estipula la legislación, el 8 de Abril del 2016, 6 meses después de la publicación, se implementó el listado a nivel nacional.

Aprovecho para agradecer al Directorio y a los Señores accionistas por la confianza depositada para la gestión y los resultados obtenidos en la gestión del año 2016.

Atentamente,



Sebastián Joffre Taque
Gerente General