

INFORME DE GERENCIA

A los miembros del directorio y accionistas de
GRUPOFARMA DEL ECUADOR S.A

Conforme a lo establecido en la Ley de Compañías y a lo determinado por la Junta de Accionistas, me permito poner a vuestra consideración el presente informe que resume las principales acciones desarrolladas por la administración durante el año 2015.

ACTIVIDADES

El año 2015, entorno complejo, marcado por el inicio de una desaceleración de la economía ecuatoriana especialmente en los dos últimos trimestres.

Se afianza la relación de distribución con la Cía. Leterago durante el año 2015, reflejándose beneficios en temas de manejo en flujo de caja e inventarios.

Las ventas anuales se ubicaron en USD 20.5 millones, lo que significó un 103% del cumplimiento de la cuota establecida para el año.

Conforme datos de IMS, el mercado farmacéutico ecuatoriano sin leches en el 2015 evidenció un crecimiento del 3.73% en valores, mientras que GFE mostro un decrecimiento del -0.14% .

En cuanto al mercado en unidades, las cifras son: mercado total sin leches -0.74% decrecimiento, en tanto que GFE decrece -3.56%.

La participación de Mercado (market share) para el 2015 se ubicó en 1.81 con una evolución de 96, mientras que el año anterior registro una participación de 1.88 y evolución del 105.09

Durante el año 2015 se lanzaron al mercado ecuatoriano productos como: Normix, Instillagel y Diosmin. Los mismos que compiten en las clases terapéuticas: Antibiótico, Tópico Analgésico y Antivaricoso respectivamente.

Productos como Femen y Calcibon siguen liderando el mercado en sus respectivas categorías. Adicionalmente, productos como Bedoyecta, Aranda, Oralyte, Neolax, continúan con su presencia importante en el mercado y ganando participación en el mismo.

Las cadenas representan un 60% del mercado mientras que las farmacias independientes el 40%.

RESULTADOS ECONOMICOS

Para el 2015 Progresia Holding AG, como accionista mayoritario de la compañía, realizó un aporte de USD 2'500.000, destinados a compensar lo perdidas del ejercicio, esto como efecto de la política de alta inversión promocional y control de precios.



Rubén Calzacorta
Gerente general
GRUPOFARMA DEL ECUADOR