

Quito 10 de Enero del 2007

Informe Gerencial 2006

La compañía fue constituida el 3 de Octubre del 2001 e inscrita en el Registro Mercantil bajo la Resolución No. 203, tomo 33 del 5 de Noviembre del mismo año.

A finales del año 2005 se cuenta con una línea de representación de genéricos Inyectables (Biosano) 9 marcas propias y dos por lanzarse , no existe otro plan de lanzamiento de productos o nuevas representaciones dentro de la base estratégica de la compañía

Al 30 de marzo del 2006, la compañía realizó un estudio y evaluación de sus Estados Financieros, necesaria para evaluar el desarrollo de la compañía durante este año; esta evaluación determinó la naturaleza, extensión y oportunidad de los procedimientos requeridos para que la compañía tome el rumbo que nos hemos trazado.

Conclusiones del Estudio

La compañía se encontraba en causal de disolución sobre la base de sus pérdidas acumuladas en el año 2005 , era necesario un capitalización de parte de los accionistas .

Para la masa critica existente, se confirma que la empresa tiene un alto nivel de gasto operativo concentrado especialmente en el personal administrativo y los gastos de infraestructura utilizada en su operación, adicionalmente los inventarios existentes tienen una corta fecha de expiración y el pronóstico establecido para cada ítem tiene concordancia con los niveles de rotación existente por esta razón existían muchas devoluciones y una alta provisión de obsolescencia, como referencia el 70% del inventario existente vencía en el año 2006

Dentro de los productos a ser lanzados en el primer trimestre dos tenían un nivel de rentabilidad demasiado bajo en relación al presupuesto necesario para su promoción Disten y Rinozol , se definió discontinuar estas marcas

La línea de productos Genéricos tenía un alto nivel de competencia y los precios que se los estaba comercializando eran los mas altos del mercado , adicionalmente a esto se sembró en farmacias de todo el país moléculas de uso eminentemente hospitalario lo que implico un flujo de devoluciones constantes durante el año , adicionalmente el portafolio era obsoleto y no representaba una ventaja competitiva para la compañía, además de las 11 marcas registradas por Pharmabol solamente 5 participaban en segmentos de mercados importantes y con altos niveles de crecimiento las demás pertenecían a segmentos muy competitivos y las moléculas tienen pocas ventajas competitivas .

Plan Estratégico y Desarrollo

En primer lugar se define solicitar a los accionistas una nueva capitalización esto se concreta con en el primer semestre del 2006, adicionalmente a esto se estructura un programa emergente de control de gastos operativos y control de importaciones sobre la base de la demanda del mercado.

Fue necesario revisar los precios de toda esta línea de productos Biosano (Genéricos Inyectables) y ubicarlos en niveles mas competitivos , esto genero una perdida de la rentabilidad proyectada en el presupuesto original , por todo esto era necesario buscar nuevas alternativas que permitan una proyección en ventas y rentabilidad más sustentable en el largo plazo

Se define desarrollar un plan de cinco años que permita lanzar nuevas marcas en segmentos competitivos y de alto crecimiento se mantienen reuniones con los ejecutivos de Biosano (Línea de Genéricos) y Lasca para el ingreso de nuevas marcas propias, adicionalmente a esto iniciamos conversaciones con ejecutivos de Glenmark (laboratorio farmacéutico Hindú), el objetivo principal fue establecer alianzas estratégicas para representar nuevos laboratorios que tengan interés de ingresar al mercado Ecuatoriano siempre y cuando ofrezcan un nivel alto de rentabilidad a la compañía

Ente Junio y Agosto se inician los tramites de registro de las nuevas marcas definidas en el Plan de 5 años (Lasca) y se concreta la alianza estratégica con Laboratorios Glenmark , adicionalmente se renueva el portafolio de la línea Biosano iniciando los tramites de registro de la línea de jeringas prellenadas , línea de dolor y la inclusión de Noxipar (Enoxaparina) como producto Core de esta línea de negocio.

Se resuelve dejar de comercializar la Línea de Inyectables de Sulbamoxy en base a no afectar nuestra alianza estratégica con Laboratorios Bagó

Resumen de la Gestión 2006

Durante el año 2006 se trabajo en lograr una mayor eficiencia en el área administrativa y hemos reducido el personal optimizando las funciones individuales de cada miembro del equipo otorgando el mismo servicio. En lo que respecta a inventarios hemos logrado optimizar el proceso de compras con un pronostico de rotación más efectivo, por esto nuestros inventarios proyectados para el año 2007 son mucho más sanos.

Tenemos ya 15 registros de nuevos productos a los cuales se les solicitara precios a inicios del año 2007 , se proyecta lanzar 31 productos nuevos en el próximo año

Hemos cerrado una alianza estratégica con GlenmarkPharmaceutical que permitirá aumentar nuestra masa critica de ventas en 500 K durante el año 2007

Hemos renegociado los precios de la mayoría de productos Biosano buscando un mejor margen de rentabilidad y competitividad en el mercado Ecuatoriano.

Se ha logrado que el 85% de nuestro inventario tenga fecha de expiración 2008 – 2009 permitiendo con esto disminuir el nivel de devoluciones y mejorar nuestra imagen en el Mercado

Todo lo expuesto se respalda en el Planeamiento Comercial y financiero estructurado para el año 2006 y el Plan a 5 años desarrollado en el primer semestre en el cual detallan muchas de las decisiones estratégicas comentadas en este informe

Atentamente


Bolívar Ochoa Delgado
Gerente General
Pharmabol SA

