

MEMORIA

(Información no auditada ni cubierta por el Informe de los Auditores Independientes)

Señores Accionistas de
SAVANT PHARM S.A.:

De acuerdo a las disposiciones legales y estatutarias en vigencia, el Directorio de SAVANT PHARM S.A. somete a vuestra consideración la presente Memoria y Estados Financieros con sus respectivas Notas, correspondientes al décimo séptimo ejercicio económico, finalizado el 31 de diciembre de 2021.

Contexto macroeconómico

La empresa ha transcurrido el año 2021 en un contexto complejo, tanto por las condiciones macroeconómicas, cuyas variables principales han tenido en el año una fuerte volatilidad, como las sociales y políticas, tanto en el ámbito nacional como internacional.

Gran parte del año, la compañía siguió afectada por el hecho de que la Organización Mundial de la Salud, declaró la pandemia a nivel global por el Virus COVID-19 en el año 2020, lo cual tuvo como consecuencias medidas de contención y mitigación adoptadas por el Gobierno Nacional al decretar la Emergencia Sanitaria y adoptar acciones sociales preventivas.

En el marco de la continuación de la interrupción temporal y generalizada de la actividad económica, la compañía sigue con el protocolo implementado en 2020, que establece las condiciones de trabajo para operar en estricto cumplimiento de las normas de salud pública legisladas por las autoridades nacionales y provinciales, con el fin de cuidar la salud de sus colaboradores, clientes, proveedores.

A pesar de la situación descrita, la compañía no ha interrumpido en ningún momento la operación de producción, distribución y venta de sus productos, no solo en virtud del carácter esencial de la actividad desarrollada, sino por la gran dedicación de todas las partes involucradas en el desarrollo operativo.

En el año 2021 se produjo un marcado aumento del producto interno bruto (PBI) de Argentina de alrededor de 10%, a modo de una recuperación de la caída abrupta de similar magnitud en el año 2020. La inflación del año ha sido de aproximadamente 50%. El tipo de cambio aumentó un 21% comparativo con el año anterior y la tasa de interés se ha ubicado en el orden del 29 a 41%. Las perspectivas de crecimiento no se vislumbran en gran medida en el futuro cercano, asimismo se proyecta una reactivación para el año 2022 de entre 2 y 4%. La actividad económica de la industria farmacéutica nacional ha sido estable, por ser esencial para la sociedad, y ha sostenido un sólido nivel de actividad durante el segundo año de pandemia.

Aspectos económicos y financieros

El resultado del ejercicio 2021 de pesos argentinos arroja una Pérdida de -\$171.371.000, siendo el resultado antes del impuesto a las ganancias positivo por \$101.374.000, pero afectado principalmente por el Costo Financiero por \$ 416.200.000 debido a las altas tasas de interés. Las ventas del ejercicio 2021 fueron de \$3.615.753.000 Analizando el Estado de Situación Financiera surge que la Liquidez Corriente es 1,26. El Activo tuvo una disminución de \$155.980.000 explicada fundamentalmente por el Activo No Corriente ("Activos intangibles" y "Propiedad, planta y equipo"). El Pasivo tuvo un aumento de \$15.151.000 originada principalmente por el Pasivo Corriente ("Deudas Comerciales").

Aspectos comerciales

Ante un contexto que se espera Post-Pandemia, Savant continúa su esquema de trabajo en lo comercial a un sistema de Home office, pero con más presencialidad en clientes que lo permitan. La adaptación lograda el año pasado por la tecnología que tenemos en sistemas, en conectividad y en herramientas que le facilitan la tarea a los ejecutivos de venta, ahora se complementa con una serie de encuentros presenciales con clientes con el fin de cerrar acuerdos comerciales con revisión trimestral. Además de este aspecto continuamos la contribución del área comercial para lograr la sustentabilidad de la compañía, bajamos el plazos de cobranzas de 41 a 36 días y continuamos como foco estratégicos llevar nuestra propuesta de valor de líneas y marcas, construyendo más y mejor posicionamiento, exhibición, optimizando Margen Bruto y Descuento por canal.

Seguimos evolucionando nuestras 3 líneas comerciales: CONSUMER, DERMATOLOGÍA y GENERICS, cada una con sus Marcas Y SKU perfectamente definidos y reflejados en el cuadro de patrimonio Marcario junto a su plan de nuevos productos. Cada uno de estos negocios tiene un claro objetivo. CONSUMER es una Línea de medicamentos y productos de uso diario destinados al cuidado de la salud, donde los pacientes cuentan con el asesoramiento del Farmacéutico para una elección segura y responsable, contamos con productos de calidad e imagen diferencial con identidad de marca que prioriza el impacto en el consumidor, transmitiendo innovación y modernidad, con atractiva rentabilidad e inversión medida en nuestros clientes. DERMATOLOGÍA es una línea con un portafolio de productos de alta calidad, específicos para cada necesidad y avalados desde siempre por los dermatólogos argentinos. Cuenta con productos que responden a 4 tipos de tratamientos, Cabello, Antiage, Acné y Piel Sensible. GENERICS es una línea comercial con moléculas de alto volumen, para patologías crónicas y agudas, que representa, para el paciente, una propuesta de medicamentos a precios accesibles y para nuestros clientes, una propuesta de valor de excelente rentabilidad.

A partir de estas decisiones estratégicas intensificamos la creación de condiciones del modelo comercial, cuyo objetivo de servicio al cliente es llegar a 12.000 Puntos de Venta ("PDV") de los cuales, a 1.500 PDV se llega a través de la atención directa de los Clientes Claves (que son aquellos que tienen el 50 % del MS del Mercado Farmacéutico), 7.000 PDV a través de las Droguerías de Servicio (impulsando la venta a través de la fuerza de ventas de estas droguerías), 2.000 PDV a través de las Droguerías de Oferta Alineadas (impulsando la venta a través de la fuerza de ventas de estas droguerías que llegan a PDV de difícil acceso directo para SAVANT) y el resto de los PDV llegamos a través de la Venta Telefónica tercerizada y Droguerías de oferta.

Profundizamos la cobertura de acciones en puntos de venta, continuando con el posicionamiento y visibilidad de las marcas y el laboratorio en los PDV definidos para la estrategia comercial.

Todo lo anterior implicó la evolución de los roles de las estructuras de ventas y trade marketing para alinearlas a la nueva estrategia de construcción de valor basada en el valor agregado.

En relación a la evolución de venta, la línea CONSUMER creció un 25% en dólares ganando participación de mercado,, especialmente en la marca Almaximo. La línea DERMATOLOGÍA logro crecer un 30% en dólares empujado por la suba de unidades. La línea GENERICS mantuvo su participación de mercado, aumentando su facturación en U\$D en un 16%, esta línea tiene el gran desafío de seguir creciendo en su volumen total de negocio.

Aspectos industriales

Durante el año 2021, continuamos con lo establecido por el cambio de estrategia de negocio de la empresa enfocada en la optimización de su cartera de productos. Por lo tanto, y con respecto al ciclo 2020, hemos alcanzado un crecimiento general de las unidades producidas (producto terminado) del orden del 12%, así como un incremento de lotes elaborados del 21%.

Por otro lado cabe mencionar que el Uso de la capacidad instalada rondó el 70 % durante el ciclo 2021 y la productividad tuvo una evolución positiva, con un incremento del 22 % interanual.

El mayor crecimiento obtenido durante el período 2020 fue la línea Antiinfecciosa con un crecimiento total del 48% interanual proveniente principalmente del incremento de las unidades de comprimidos recubiertos de antibióticos betalactámicos.

Durante el año 2021 hemos continuado el camino ya iniciado en 2017 focalizándonos en la excelencia operacional. Así fue que mejoramos los procesos con el fin de incrementar gradualmente la eficiencia operativa, como se puede ver en la reducción de pérdidas productivas, las cuales fueron un 0,6% menor con respecto al ciclo 2021. Esto se logró gracias a la continuidad que le dimos al de ejercicio de mejora continua, integrando células de trabajo, analizando causas contributivas y disparando planes de acción focalizados. Seguimos trabajando sobre los rendimientos de los procesos productivos y scrap, obteniendo como resultados rendimientos con un incremento del 0,5 puntos porcentuales interanual (2020 vs 2021). Para el caso de reducción de scrap (la relación de material scrap / material total utilizado) los resultados obtenidos evolucionaron positivamente de 0,4 % a 0,1% (Interanual), es decir, una reducción del 75% en términos de costos de material enviado a scrap.

Por otra parte, alineado a nuestra estrategia de lograr tener una gestión industrial competitiva, con el fin de poder abastecer productos farmacéuticos para Argentina y la región; dentro del marco de trabajo de Higiene Seguridad y Medio Ambiente hemos obtenido Certificado de aptitud ambiental (CAA) que nos identifica como una empresa de impacto ambiental controlado.

Seguimos trabajando en la implementación del sistema integral de gestión de riesgos operativos asociados a los procesos llevados a cabo en el complejo industrial, logrado una reducción inicial del índice de riesgo en planta.

Es importante mencionar que seguimos reforzando el foco de nuestros esfuerzos en consolidar la calidad de cara a construir valor marcario, a través del monitoreo del cumplimiento normativo y las prácticas de la buena manufactura.

Este año obtuvimos nuevamente buenos resultados en indicadores de calidad, como por ejemplo reclamos del mercado por calidad obteniendo una reducción del 50 % y la consolidación del sistema de calidad a través de los de Control de Cambios de los cuales hemos obtenido en 2021 un incremento de 30% respecto al 2020.

Perspectivas

Dado el escenario de evolución de la situación financiera y económica a nivel global y sobre todo a nivel país, la compañía planea transitar el año 2022 focalizada y acentuando las mismas premisas de siempre, para lograr maximizar la eficiencia en el capital de trabajo y en los gastos, mantener la liquidez y solvencia alcanzadas, apostando firmemente al posicionamiento de sus marcas, lo que le permitirá mejorar, período tras período, la calidad de sus resultados y por lo tanto ejecutar los proyectos necesarios para seguir creciendo. Durante el 2022, proyectamos un piso de crecimiento del 2% en las ventas respecto al año 2021. Finalmente, agradecemos a todos los integrantes de nuestra Compañía el compromiso demostrado durante el ejercicio transcurrido, haciendo extensivo dicho reconocimiento a clientes, proveedores y entidades financieras por el apoyo recibido.

Provincia de Buenos Aires,
15 de marzo de 2022

EL DIRECTORIO