

INFORME DE GERENTE PERÍODO 2013 (ENERO-DICIEMBRE)

Genética 3000 Efialt S.A.
Roberto Cava
Gerente General

Dr. Richard Mancheno
Ing. Marcelo Rivera
Ing. Gonzalo Vorbeck

El objeto de este informe es dar a conocer a los socios el desempeño general de la empresa Genética 3000 Efialt S.A. en el aspecto económico y de gestión durante el período ENERO 2013 a DICIEMBRE 2013. Para ello se utiliza el análisis de datos de gerencia y los reportes contables para sustentar dicha información.

- I. INFORME DE VENTAS.
- II. INFORME RENDIMIENTO FINANCIERO
- III. CONCLUSIONES

I. INFORME DE VENTAS

Los socios de la empresa se ponen como objetivo para este año subir el promedio de las ventas. El promedio en el 2012 se encontraba en alrededor de 1200 unidades y la meta para el 2013 fue llegar a las 2000 unidades de venta promedio. El promedio alcanzado al 31 de Diciembre fue de 1700 unidades, lo cual nos coloca cerca del objetivo. Existieron meses con ventas que superaron las 2000 dosis, como el mes de Junio en donde se venden 2700 dosis. Sin embargo, otros meses en donde las ventas no fueron satisfactorias. En un sentido general, 2013 fue un año bueno en ventas y se espera que para el 2014 se puedan alcanzar de 2500 a 3000 unidades de promedio.

II. INFORME RENDIMIENTO FINANCIERO

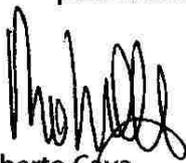
El rendimiento generado por las ventas es bueno, pero la empresa no genera suficiente margen unitario. Esto se debe principalmente a que los descuentos realizados a los distribuidores se realizan directamente del precio de venta al público, es decir, son descuentos altos en términos monetarios efectivos. Este es un sacrificio que la empresa estaba dispuesta a realizar por tratarse de los primeros años de funcionamiento y de esta manera crear un negocio atractivo para los distribuidores. Sin embargo, a mediados del año, se decide probar otra estrategia en el tema de descuentos que ayudaran a la empresa a subir los márgenes. Esta estrategia consistía básicamente en aumentar el descuento del 40 al 50%, pero

tratándose de un descuento en mercadería y no del PVP. Se tiene estimado implementar la estrategia a partir de Enero del 2014.

También es importante considerar que la empresa empieza la construcción de un nuevo galpón y laboratorio para los sementales, financiado al 100% por aportes del socio Roberto Cava. Este es el principal motivo por el cual se genera una pérdida al final del año.

III. CONCLUSIONES

1. Las ventas se consolidan y crecen durante el 2013 vs 2012.
2. La empresa sacrifica margen para hacer el negocio atractivo para los distribuidores.
3. Se abarca un mayor porcentaje del mercado nacional.
4. Se plantean nuevas estrategias para incrementar el margen sin afectar a los distribuidores.
5. Se arrancan con el proyecto del nuevo centro genético con una visión a largo plazo, creando un espacio profesional y siguiendo las reglas internacionales de procesamiento de semen.
6. La imagen de la empresa es fortalecida con marketing efectivo y producto de calidad.
7. Se proyectan incrementos en ventas y adición de nuevos distribuidores para el año 2014.



Roberto Cava
Gerente General