

## INFORME DE GERENTE PERÍODO 2015 (ENERO-DICIEMBRE)

Genética 3000 Efialt S.A.  
Gonzalo Vorbeck  
Gerente General

Ing. Roberto Cava  
Dr. Richard Mancheno  
Ing. Marcelo Rivera

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 a DICIEMBRE 2015. Para ello se utiliza el análisis de datos de gerencia y los reportes contables para sustentar dicha información.

- I. INFORME ADMINISTRATIVO.
- II. ÁMBITO LABORAL
- III. ÁMBITO LEGAL Y TRIBUTARIO

### INFORME ADMINISTRATIVO.- RENDIMIENTO FINANCIERO

La empresa se desempeñó con normalidad poniendo énfasis en el aparato de ventas que es algo que nos ha costado aumentar en los últimos años. Hemos llegado a un nivel de ventas que no logramos sobrepasar, alrededor de las 1500 dosis mensuales en promedio. En el año 2015 hemos logrado obtener ventas por USD 121,073 que comparado con el año 2014 tenemos un incremento del 13.16% con lo que logramos obtener una utilidad de USD 4,609, que a mi criterio es satisfactorio, aunque esto demuestra también que estamos creciendo y ampliando nuestra cartera de clientes.

#### VENTAS

En cuanto a unidades vendidas, en el 2015 se logran colocar **17,799** dosis en el mercado vs. **18,139** dosis en el 2014. Este decrecimiento de 340 dosis, equivalente a una reducción del **1.87%** se debe principalmente al cambio de esquema comercial y de descuento hacia los distribuidores. Recordemos que en el 2014 se utilizaba el esquema del 40% de descuento neto del PVP, mientras que en el 2015 se adopta un esquema mixto, con descuentos de hasta el 50% (25% PVP y 25% en producto) dependiendo de los volúmenes. Los descuentos se realizan de acuerdo a la siguiente tabla:

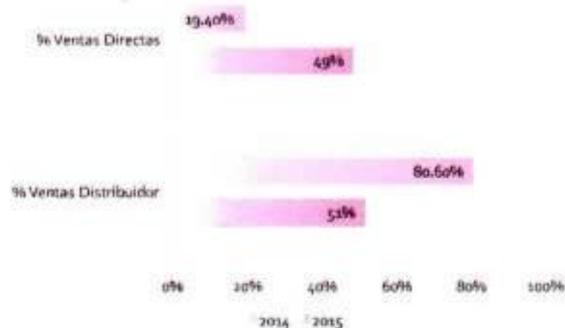


#### Descuentos Mensuales

Rango Dóla	DCTO TOTAL	DCTO DEL PVP	DCTO PRODUCTO
1-99	10%		10%
100-299	30%	15%	15%
300 - 499	50%	25%	25%
500 o más	50%	30%	20%

El objetivo de este cambio de esquema comercial era el de aumentar la utilidad neta para la empresa sin afectar de manera negativa a los distribuidores. El hecho de entregar una parte del descuento en producto, implica un margen mayor para la empresa ya que el porcentaje otorgado en producto es menor que el descuento del PVP, en términos monetarios. Es decir, a la empresa le conviene dar descuento en producto porque el costo de producción es menor que el costo de otorgar descuento únicamente del PVP. Lamentablemente, esta decisión sí tuvo un impacto negativo en cuanto a ventas de los distribuidores. No se puede aludir que la reducción de ventas por parte de los distribuidores fue exclusivamente por este nuevo esquema, pero sí pienso que tuvo un impacto.

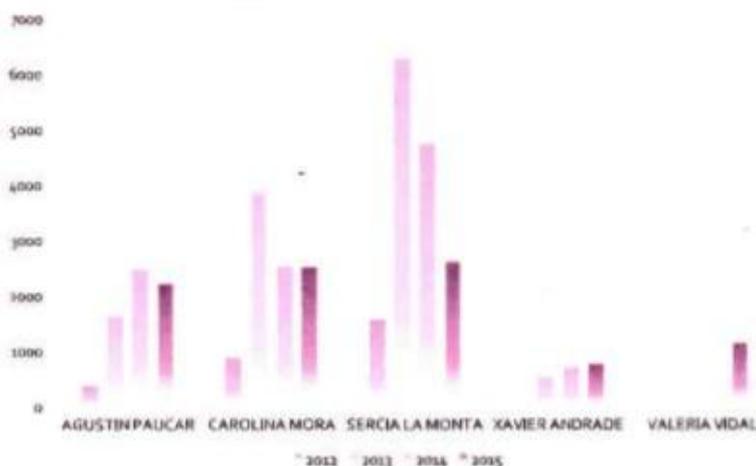
Es importante notar que en el año 2014, de las ventas totales el 80% aproximadamente era realizada por distribuidores. En el 2015 las ventas totales por distribuidores disminuye a un 51%. Claramente estas ventas por distribuidores han bajado, lo que ha forzado aumentar las ventas directas de 20% en el 2014 a 49% en el 2015:



Los argumentos principales de los distribuidores para justificar estas reducciones siempre han sido:

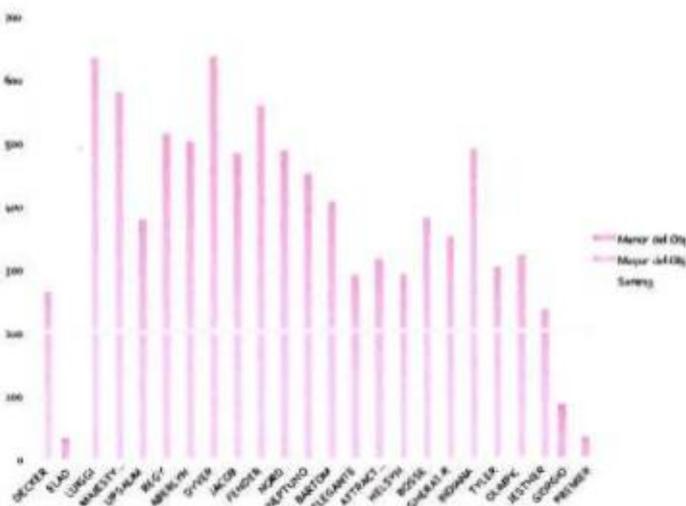
1. Los descuentos eran mejores cuando se otorgaba el 40% del PVP
2. Dificultad en los cobros a los ganaderos
3. Competencia bien establecida
4. Precios más económicos de otras casas
5. Rechazo al producto nacional

El distribuidor que sufre la mayor caída de sus ventas de 2014 a 2015 es Sercia La Monta. Agustín Paucar y Carolina Mora mantienen casi el mismo nivel de ventas del 2014. Xavier Andrade incrementa su nivel pero no de manera significativa y tenemos la entrada de Valeria Vidal, quien parece tener un ritmo constante en sus ventas. Veremos su desempeño en el 2016.

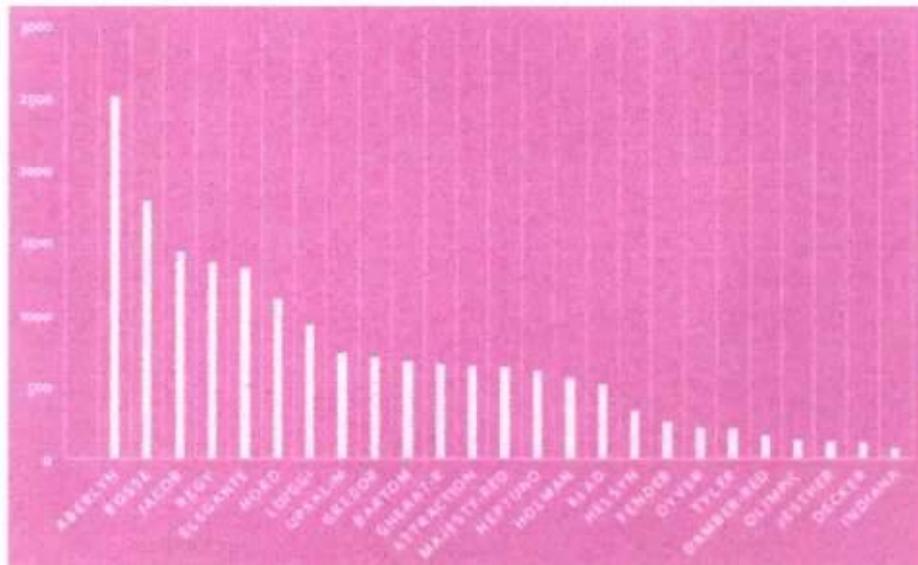


## INVENTARIO

En cuanto al inventario actual de nuestros toros:



Y aquí en orden descendiente, los toros más vendidos del 2015:



#### AMBITO LABORAL.-

En el aspecto laboral debo manifestar que la compañía trabajó con normalidad siempre optimizando los recursos por lo que puedo manifestar que la compañía no mantiene conflicto alguno con ninguno de nuestros colaboradores y todas y cada una de las obligaciones han sido canceladas oportunamente.

#### AMBITO LEGAL Y TRIBUTARIO.-

En el ámbito legal y tributario debo manifestar que la compañía a dado cumplimiento oportuno con todas y cada una de las obligaciones legales y tributarias y que actualmente nos encontramos al día ante nuestras entidades de control.

  
Gonzalo Vorbeck  
Gerente General