

INFORME SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2014, QUE EL GERENTE DE COMERCIAL MERSAL S.A. PRESENTA A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS REUNIDA EL 24 DE ABRIL DEL 2015

Podríamos decir que el año fiscal 2014 ha sido uno de los más duros en la historia de nuestra Empresa.

Las situaciones externas generadas por las políticas públicas produjeron un estado de "nerviosismo" en el gremio médico, particularmente en aquel sector que es nuestro principal objetivo y nicho de mercado, que reaccionó absteniéndose de realizar cualquier tipo de inversión en nuevo equipamiento o actualización tecnológica.

Esta situación, en los inicios de este nuevo año parecería que tiene una tendencia a debilitarse, sin que ello signifique que podemos tener una idea clara de lo que va a suceder.

Haciendo un análisis del movimiento económico de Mersal en el presente año y comparándolo con el ejercicio del año anterior, vemos hay una caída del monto de ventas totales en el año, que asciende a un 15%, cifra que resulta muy significativa e impactante en el contexto administrativo y dimensión de nuestra Empresa.



Estos resultados, analizados sectorialmente de acuerdo a los distintos grupos de productos, y como se aprecia en el gráfico respectivo, muestran diferentes tendencias para cada uno de los tres grupos básicos.

Segmento REACTIVOS™: A pesar del problema generado por la pérdida de distribución directa de Monobind, las cifras son semejantes a las del año 2012 y

en relación al año anterior, la caída es de un 4%. Es importante destacar que a pesar de que esta cifra no parecería mayor, al pasar a ser subdistribuidores de Monobind, el margen de utilidad es bastante menor, multiplicándose el impacto económico general.

Segmento INSUMOS: La tendencia es a mantener las cifras en los últimos tres años y en su mayor parte incluye a los productos de "compra local", en los que jugamos un papel de "subdistribuidores".

Segmento EQUIPOS: Siendo el segmento en el que teníamos puestas las mayores esperanzas de crecimiento, es el que presenta la mayor caída, la misma que llega a un 40% y que tiene relación directa con los motivos expuestos en los párrafos iniciales.

A pesar de todos los esfuerzos realizados y las ventas dentro y fuera de la ciudad, en provincias y pequeñas poblaciones, en todo el año no hubo ni un solo médico u obstetra que se decidieran por comprar un ecógrafo básico por temor a las "regulaciones" del Ministerio respectivo, siendo que un equipo básico solamente es una herramienta útil de trabajo para un profesional que intenta hacer las cosas de manera correcta y efectiva para su paciente.

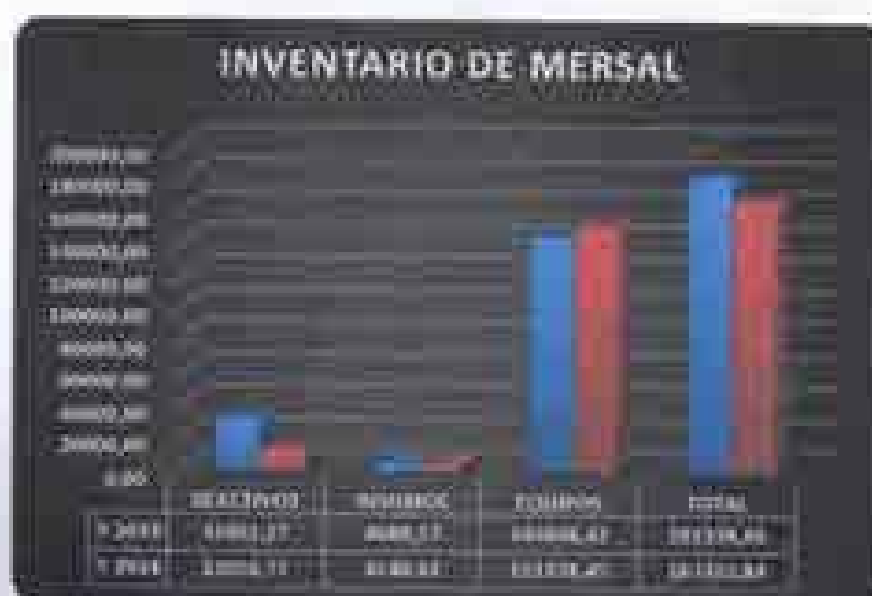


El monto de importaciones comparado con el del año anterior nos muestra que hay una disminución del 51.5%, que se refleja en la disminución de ventas del año que termina y a pesar de lo cual el monto de inventario se sostiene, hecho que corrobora el tema y la explicación para los resultados descritos para las ventas del segmento de equipos en particular.

El cuadro respectivo muestra muy objetivamente el problema referido.



Analizando comparativamente (por sectores) la conformación del inventario al cierre del ejercicio fiscal, podemos ver que hay una disminución en lo relativo a reactivos, hecho que se explica principalmente porque dejamos de ser "importadores" de Monobind y por lo tanto nuestra necesidad de tener una "existencia programada" también se redujo. El inventario relativo a equipos, el mismo que alcanza al 90% del monto total del inventario al cierre del ejercicio fiscal.





Antes de cerrar este punto, cabe destacar que a pesar de las situaciones frustrantes que nos tocó vivir, se mantuvo la unidad, el sentido de trabajo en equipo y la fe del grupo de ventas, que se mantiene firme y buscando opciones en toda dirección.

En un análisis de cada sector, podemos puntualizar algunos aspectos particulares, que afectaron o incidieron en el comportamiento de las ventas de cada sector:

1. DIAGNOSTICO

- 1.1 La falta de liquidez y la imposibilidad de realizar importaciones de productos diagnósticos sin registro sanitario, nos impidió probar el mercado en relación a una posible introducción de nuevos reactivos que estuvieran libres del problema monopolístico de los sistemas "cerrados" y los convenios de "comodato".
- 1.2 Esperamos superar estas dificultades en un tiempo prudencial y volver a pensar en este tipo de líneas "de avanzada tecnológica".

2. EQUIPOS

- 2.1 La situación generada por las "regulaciones oficiales", nos plantea la necesidad de salir del inventario de equipos ecográficos y mantener las líneas solo para ventas bajo pedido.
- 2.2 Siguen en pie las posibilidades de iniciar un desarrollo en función de nuestras posibilidades de liquidez y demanda, de posibles líneas:

- BMC China;

- Newtech, China - USA
- GSD, China
- Carewell, China
- Hoxon, China
- CooperSurgical, USA
- y otras más.

Siempre con una base de ventas sobre pedido inicialmente.

3. INSUMOS.

Este sector está integrado por dos líneas básicas y múltiples firma de compra local que sirven para mantener la imagen de servicio con nuestros clientes.

Las líneas fijas Inmed y CooperSurgical, mostraron diferente comportamiento. Los productos de Inmed son de consumo hospitalario y durante el año que termina no generaron ventas pues todo pasó a través del sistema de "compras públicas" y la Empresa decidió no participar en el mismo por todos los problemas intrínsecos que lo acompañan.

CooperSurgical con sus cepillos para toma de muestras de Papamoclatu nos permitió mantener las ventas especialmente a Solca, en base a su calidad, pese a la presencia de productos de menor precio.

En este sector estuvo previsto el "lanzamiento" de la línea de "Doctor's Program", de rellenos cosméticos de Ácido Hialurónico, el mismo que por circunstancias ajenas a nuestro control, hubo de posponerse para el presente año.

También, dentro de este sector, debo mencionar a nuestro producto "Enewa" (purificador de agua) que en el presente año, pese a los múltiples esfuerzos realizados, no ha logrado despejar en sus ventas y exige una introducción más centrada en la "educación", tanto de usuarios, como de agentes de difusión.

CONCLUSIONES.

El corolario de este corto análisis nos podría hacer pensar en primer término en un "fracaso" de nuestra Empresa en el año 2014, lo cual de alguna manera es cierto, pero por otra parte, debe motivarnos para superar la crisis, utilizando todos los elementos aprendidos de esta experiencia negativa y potenciando

todos los logros y virtudes desarrollados en este tiempo, particularmente en nuestro capital humano.

No puedo cerrar este informe sin dejar constancia de mi profundo agradecimiento a todas y cada una de las personas que conforman el "equipo MERSAL", por su entrega honesta y decidida para luchar por nuestros objetivos y por la fe que pusieron en cada día de trabajo.

Atentamente,



Dr. Héctor Marino S.
GERENTE GENERAL