

Asesoría - Servicio - Resultados
INFORME DE GERENCIA AGRIGENETIC S.A. 2011

Estimados accionistas

Cumpliendo con lo establecido en la ley de compañías someto a ustedes el informe de Gerencia del año 2011

El año 2011 ha sido complicado tanto para nuestros clientes como para la empresa. Los clientes han tenido problemas de clima y sobre todo de inestabilidad con nuevas reglas de juego e impuestos que generan una desestimulación, sin contar con el ya sabido incremento de los costos de los insumos.

La compañía tubo una crisis de vendedores, con la salida del 50% de la fuerza de ventas a inicios del segundo trimestre del año, se generaron estrategias para compensar este vacío, lamentablemente hasta la fecha no se consigue personal de ventas estable y capaz-

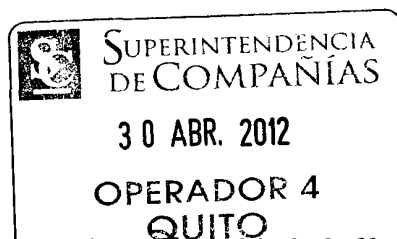
Las leyes han cambiado a favor de la delincuencia, el famoso hurto que no es robo se sanciona con una amonestación, los delincuentes salen más rápido de lo que, el acusador debe poner en las denuncias toda la información para que la delincuencia lo llame a intimidar y consigue que se eliminen las acusaciones y se completa con no poder defenderse (no hay permisos de porte de armas y los guardias tampoco las pueden poseer). Se roban el forraje y no hay una ley efectiva que lo prohíba, matan el ganado lo pelan y se llevan la carne, se roban la maquinaria agrícola que es muy difícil de recuperar por el sistema de control. Esto deja en zozobra al ganadero y no le deja pensar en su negocio.

El volumen de la producción es la diferencia de ganar ó perder dinero en la ganadería, si se limita las hectáreas y se castiga con impuestos, los estímulos de crecer y diluir los costos fijos desaparecen y la idea de Salir del negocio se acentúa. Hay que considerar que muchos de los países en el mundo reciben subsidios para el productor ganadero y hay una tendencia mundial al volumen de vacas para lograr economía de escala.

Hay un mercado que podría crecer y este el pequeño que considera a la ganadería su libreta de ahorros, pierde dinero pero logra capitalizar, pero en este ultimo tiempo ha surgido el problema del costo de un empleado, que hace a esto un negocio casero.

La ganadería de carne se ha complicado aún más con los costos, y cada vez se ve la similitud con otros países donde han logrado salir adelante con volumen ya que la utilidad por unidad sigue achicándose, más cuando es un negocio que depende del comerciante.

En el 2011 la compañía mantiene su objetivo sobre el crecimiento de las líneas de semen, esos es el objetivo inclusive para los años futuros, pero la competencia se sigue incrementando en número de casas ya cada centro de inseminación que se sale de las cooperativas de exportación abre su propio negocio



Asesoría - Servicio - Resultados

LUSA no ha despegado, tenemos buenos precios y calidad de producto pero la fuerza de ventas no responde, se le ha capacitado, motivado, premiado pero es un recurso insensible a desarrollar, sin contar con el pésimo servicio de logística de inventarios que nos obliga a pedir más de lo que se requiere, o llega tarde a la época de uso.

Para llegar a los productores participamos en eventos de desarrollo de productos, a más de establecer ruteos y objetivos de visita personalizada, pero su flujo de caja es lo que hace que la fuerza de ventas desgaste mucho tiempo en visitas improductivas para cobrar en partes pagos fraccionados muy pequeños.

En el 2010 \$ 435.318 (cuatrocientos treinta y cinco mil trescientos diez y ocho) dólares americanos y en el 2011 se vendió \$ 411.147 (cuatrocientos once mil ciento cuarenta y siete) dólares americanos con un decrecimiento del 5,55%, pero con ajustes de todo tipo se logro un 83,2% más de margen operativo que el 2009 pasando de \$ 8.376 dólares americanos a \$ 14.618 dólares americanos

Nuestro activo total decreció en 1,81%, llegando a \$ 259.858 (doscientos cincuenta y nueve mil ochocientos cincuenta y ocho) dólares americanos.

El patrimonio creció en el 55,46% llegando a \$ 144.123 (ciento cuarenta y cuatro mil ciento veinte y tres) dólares americanos.

El activo corriente decrece en un 2,15% y el pasivo corriente baja en 24,15 %

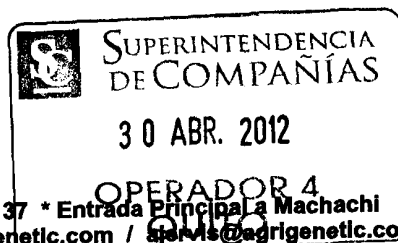
Es importante resaltar que este año hemos logrado seguir con el esquema de financiamiento a través de los proveedores ya que las condiciones de riesgo país y la crisis financiera mundial, a afectado a todos y nuestros proveedores han puesto condiciones de pago de contado y a 120 días tope, esto es inferior a nuestra cartera, afectada por ganaderos que a su vez se financian de los proveedores locales.

RECURSOS HUMANOS

El 2011 partimos con 4 vendedores, el plan era terminar con 5 a 6 vendedores, lamentablemente al inicio del segundo trimestre 2 de ellos que es el 50% renunciaron al mismo tiempo y para irse a la competencia en la misma zona, hemos contratado vendedores para reemplazarlos pero no han funcionado Este es una debilidad importante de la CIA. Es muy difícil encontrar vendedores profesionales y sobre todo comprometidos, este es la mayor limitante en el negocio, y al parecer de los competidores medianos y pequeños.

Reemplazamos al bodeguero que también salió con los 2 vendedores por otro y contratamos una persona para mejorar nuestro sistema de fidelización y eventos, Hay mucho que hacer en este tema que nos ayuda a mejorar la imagen de la empresa. Finalizando el año con 7 personas

Implementamos un curso mensual de capacitación en ventas que es lo que más les falta ya que son profesionales agropecuarios



Asesoría - Servicio - Resultados

PRODUCTOS

Los productos de Uruguay (LUSA) son muy buenos de calidad a precios muy competitivos, han remplazado a los productos de Tortuga veterinaria y pero no alcanzan el volumen para remplazar a Hipra, tratamos de suplir con semen bovino.

El semen es la base del negocio, es el año más intenso de desarrollo de semen, pero el mercado no reacciona a la velocidad planificada, ó es muy tradicionalista ó la fuerza de ventas no es convincente. Hay compañías donde cada 3 meses viene un asesor internacional, esto impacta en algunos ganaderos, otros ya reciben su asesoría directa internacional. La evaluación de vacas es una de sus estrategias y hemos comenzado con eso nosotros también, esperamos mejorar con esto nuestras ventas

El semen de Coopex Montbeliarde ha sido el producto estrella, El semen de Taurus Service que pensamos sería una gran oportunidad, pero la fuerza de ventas no lo puede manejar, son tres años y no podemos capitalizar la marca, seguimos buscando la manera de ingresar con un mayor porcentaje de mercado.

AGROPHARMA de Argentina ha sido imposible registrarlos y se han quedado fuera para el año 2012, lamentablemente los registros están a cargo del hijo del dueño que no tiene experiencia y al parecer no le da mucha importancia.

La empresa tiene mucho potencial de crecimiento ya que el mercado de semen cada vez crece se estima que en precio de venta debe estar por los 7 millones de dólares, los líderes siguen siendo Select y Semex principalmente, aunque este año han crecido otros nuevos actores.

Gracias por su apoyo durante este 2011 trabajaremos para un mejor 2012

Atentamente
Jose Iván Gallegos
Gerente General

