



INFORME ANUAL DE ACTIVIDADES PARA EL DIRECTORIO DE GENANDES S.A.

Luego de culminar el año fiscal 2011 me es grato presentar a ustedes un resumen de las principales actividades realizadas el presente año:

1. GENANDES S.A., como distribuidor oficial de ABS-GLOBAL para Ecuador, se encuentra comercializando dos líneas muy importantes: semen bovino y sellador para ubres. Al momento ABS-GLOBAL sigue siendo nuestro principal proveedor.
2. A partir de Enero del 2005 nos convertimos además en DISTRIBUIDORES EXCLUSIVOS de ABS-GLOBAL para todo el país, por lo que hemos ampliado nuestra red de ventas y distribución a nivel nacional.
3. ABS-GLOBAL de Estados Unidos nos concede al momento un crédito directo de 90 días en las facturas. Desgraciadamente por la situación actual de nuestro país están cada vez más estrictos, barajando la posibilidad de eventualmente eliminar le crédito.
4. En el caso de ABS-PECPLAN, nuestro proveedor de semen de Brasil, estamos trabajando con 120 días de crédito.
5. **El año 2011 fue complicado, mostrando varios meses con ventas bajas. Luego de revisar la operación anual con nuestro asesor contable, observamos que los costos operativos se ha incrementado a un nivel más alto que las ventas, principalmente por parte de nuestros Sub-Distribuidores.**
6. **Uno de los principales motivos por la que no logramos llegar a niveles óptimos de ventas es que la línea de semen es una de las más competidas dentro del rubro pecuario. Nuestra competencia maneja promociones, descuentos y plazo de pago con los que nosotros no estamos de acuerdo en implementar. Adicionalmente se han popularizado algunas razas lecheras a las que nosotros desgraciadamente no tenemos acceso.**
7. **Nuevamente nuestra red directa realizo un muy buen trabajo; si se observa el reporte mensual de ventas, las ventas directas de GENANDES son estables, cumplen en la mayoría de los casos su presupuesto y nos permiten cubrir en general el punto de equilibrio. Desgraciadamente continuamos viendo que las ventas de los distribuidores son inestables y en general no cumplen su prepuesto.**



8. **En vista de esta situación, a mediado de año contratamos un cuarto vendedor para manejar las provincias de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo. Luego de tres meses vimos que los resultados eran malos y los costos altos, algo que impacto en el resultado final del año.**
9. La principal meta para el 2012 es la de crecer en el mercado, siendo este un requerimiento formal de ABS. Nuestro proveedor nos solicita anualmente la entrega de presupuestos, y cada vez están más exigentes respecto al cumplimiento. Para el año Fiscal 2012-2013 nos han solicitado mostrar crecimiento y cobertura, lo cual estamos empeñados en cumplir.
10. En vista de que uno de los principales problemas que tiene GENANDES en la actualidad es su limitado capital operacional, ya que la mayoría de nuestro capital está en inventarios y cartera, habíamos considerado la posibilidad de vender una parte del paquete accionario, algo de desgraciadamente no se concretó.
11. Antes esta situación, en los primeros meses del 2012 buscaremos la forma de hacer un aumento de capital de parte de los socios para obtener liquidez.
12. Durante este año hemos participado en varias actividades promocionales, siendo las más importantes:
 - a. Feria de las Terneras – Marzo 2011
 - b. Feria Holstein Friesian – Septiembre 2011
 - c. Feria del Cantón Montufar – Septiembre 2011
 - d. Feria Ganadera de Guayaquil – Octubre 2011
13. La situación de nuestra cartera es realmente buena, sobre todos gracias a nuestras alianzas técnico-comerciales con varias plantas lecheras: Industrias Lecheras TONI, la principal industria lechera de la Costa; NESTLE-DPA, la planta lechera más grande del país y la principal compradora de la Sierra Pasteurizadora Quito, la mayor compradora de leche en la Sierra Centro; y Alpi Ecuador, que trabaja en la Sierra Norte.
14. Nuestra página WEB se ha convertido en una excelente herramienta de contacto y comunicación para con nuestros clientes y nuevos prospectos. Cada vez tenemos más visitantes y esperamos que esto sea una herramienta de crecimiento.
15. Para el 201 tenemos dos planes importantes, que nos permitan incrementar las ventas globales
 - a. Buscar definitivamente otras líneas de productos, que nos permitan diversificar el portafolio.
 - b. Contratar un “Gerente de Producto” que ejerza un cercano control, sobre todo a los distribuidores. Esta persona tiene un perfil técnico que nos permitirá dar también asesoría técnica, algo que dejamos de hacer por costos.

16. La Gerencia, pone a consideración la Resolución emitida por la Superintendencia de Compañías, que es la aplicación de las normas internacionales de información financiera (NIIF) para PYMES, la cual analizará y determinará la relación Costo – Beneficio, que implicará para la empresa, este análisis será notificado oportunamente.

Si bien la situación económica y socio-política del Ecuador continua siendo inestable, durante el 2011 queremos continuar consolidando nuestra posición en todo el país, incrementando las ventas a través de una completa cobertura de nuestra red propia de ventas, y de un constante apoyo a nuestros distribuidores. Esperamos incorporar a los nuevos accionistas a la empresa, a través de eso, hacer un importante aporte de capital que permita una operación más fluida de nuestra empresa.

Atentamente,



Ing. Carmen Guarderas
GERENTE GENERAL

Machachi, Abril 1 de 2012

