

D.M. Quito, Jueves 29 de Junio de 2017

Informe del Gerente a la Junta General de Accionistas

Señores accionistas, presento a ustedes el Informe de las actividades que desarrolló Panadería Arenas C.A., durante el ejercicio económico 2016:

Ingresos de la Operación

En el año 2016 facturamos como ventas netas USD 2.304.360,16 y generamos USD 64.910.98 de utilidad neta, los datos más relevantes fueron los siguientes:

1. El nivel de ventas recaudadas de 2016 alcanzó los USD 2.304.960,16 de dólares; mientras que en el año 2015 fue de USD 2.257.218,34 de dólares, es decir, 2 % de crecimiento, a pesar que el año 2016 fue considerado un año difícil, de acuerdo a los datos de informes de organismos oficiales y especializados, como se cita a continuación:

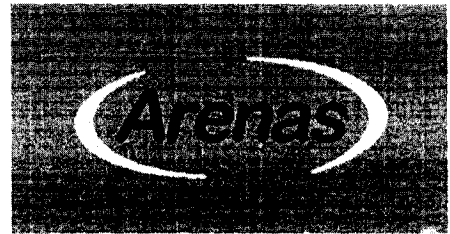
(I) El informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal), publicado este 15 de diciembre del 2016, da cuenta de una contracción del Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano del 2% para el cierre de 2016. De acuerdo con los datos del organismo, este resultado parte de una "débil demanda interna", la inversión y del consumo de los hogares. Otros factores que se toman en cuenta en el informe son la baja del precio del petróleo y el terremoto de abril de 2016.

<http://www.elcomercio.com/actualidad/cifras-negativas-crecimiento-ecuador-cepal.html>

2. Los ingresos por ventas estuvieron compuestas de la siguiente manera :

Facturación, Otros Ingresos No Operacionales, Utilidad Neta

	PRESUPUESTO	2016	% CUMPL.	2015	% INCR.
Ingresos por actividades ordinarias	\$2.520.000.00	\$2.304.360.16	91.44%	\$2.257.218.34	2%
Otros ingresos no Operacionales- Financieros		\$112.395.50		\$263.334.10	-57.31%
Utilidad Neta		\$64.910.98		\$45.042.19	44%



Gastos de Operación

A continuación se presenta un cuadro que resume los resultados de costos y gastos en cifras:

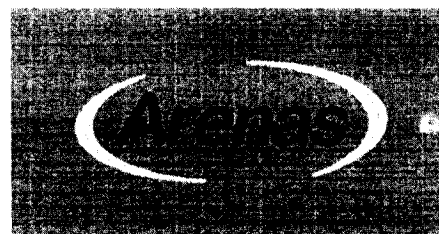
Gastos de Operación

CATEGORIA	2016	2015	% INCR.
Costo de Ventas y Producción	\$1.334.192.96	\$1.333.864.18	-0.02
Gastos de Administración y Ventas	\$991.172.50	\$1.101.392.44	-10%
Gastos no Operacionales-Financieros	\$26.479.22	\$40.253.63	-34.22%

En el año 2016 se continuó con el trabajo de mejora continua en todos los procesos de la empresa, para elevar el nivel de eficiencia, es así, como se pudo obtener un mejor resultado final al bajar el gasto de administración y ventas en un 10% y los gastos no operacionales-financieros en un 34.22%, como se observa en el cuadro anterior.

Resultados de la Operación

Las utilidades netas del año fueron de USD 64.910.98, es decir 44% más que en el período anterior año 2015. El ingreso neto no alcanzó lo presupuestado, sin embargo, obtuvo más de un 90% de cumplimiento y alcanzamos un nivel de crecimiento de la utilidad. La rentabilidad neta fue del 2.81%, frente a un 1.99% en el año 2015.



Gestión por Categorías

Resumen Gestión Categorías del Negocio (Ventas Netas)

CATEGORIA	2016	2015	Sub-Total
Locales Arenas Propios	\$ 1.226.378,57	\$ 1.376.460,09	-\$ 150.081,52
Distribuidores Arenas	\$ 670.764,00	\$ 586.223,96	\$ 84.540,03
Clientes institucionales	\$ 226.741,93	\$ 90.948,47	\$ 135.793,45
Autoservicios	\$ 173.733,04	\$ 196.643,09	-\$ 22.910,06
Empleados	\$ 5.815,46	\$ 5.871,21	-\$ 55,75
Consumidor final	\$ 1.053,47	\$ 1.071,51	-\$ 18,04
Total	\$ 2.304.486,46	\$ 2.257.218,34	\$ 47.268,12

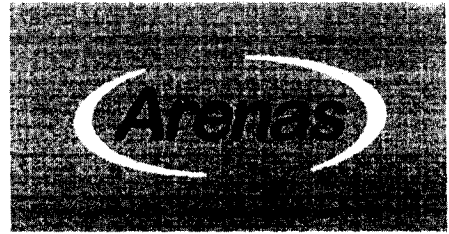
Gestión por Segmentos

Resumen Gestión Segmentos del Negocio (Ventas Brutas)

SEGMENTOS	META	2016	% ALCANZADO	2015	Diferencia
PANADERIA	\$ 1.638.000,00	\$ 1.595.093,84	97,38%	\$ 1.506.547,23	\$ 88.546,61
TERCEROS	\$ 378.000,00	\$ 307.481,95	81,34%	\$ 318.380,97	-\$ 10.899,02
PASTELERIA	\$ 252.000,00	\$ 224.850,01	89,22%	\$ 160.800,04	\$ 64.049,97
GALLETERIA	\$ 126.000,00	\$ 120.480,96	95,62%	\$ 157.873,57	-\$ 37.392,61
CAFETERIA	\$ 126.000,00	\$ 113.457,49	90,04%	\$ 161.082,04	-\$ 47.624,54

Panadería

El segmento de panadería continúa siendo el segmento de mayor aporte al negocio, pero es así mismo el segmento más apeteído a los ataques de la competencia. En el 2016 tuvimos un cumplimiento de la meta del 97,38% y un crecimiento de 6% respecto al año 2015.



Terceros

Los productos de terceros es el segmento que sirve como complemento de la cartera de productos que demanda nuestros clientes en nuestros locales y constituye una venta interesante aunque su margen es pequeño, sin embargo, es importante considerarlo dentro del presupuesto total con un porcentaje de participación del 15% del total de ventas. En el año 2016 alcanzamos el 81,34% del presupuesto y sufrió un decremento del 3,4% con respecto al 2015.

Pastelería

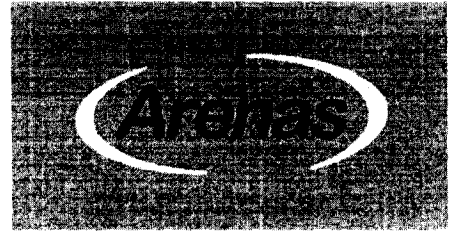
Este segmento presenta un importante despunte en este año con 40% de incremento en comparación con el año 2015, sin embargo alcanza 89,22% del valor presupuestado. Es importante destacar que 50% de su venta corresponde a la venta que se realizó exitosamente a la cadena de comidas de la Tablita del Tártaro.

Galletería

Galletería un segmento que de acuerdo a la proyección iba a sufrir un bajón en ventas, esto considerando que las cadenas de Supermercados El Rosado y Tía ya nos habían advertido que este segmento se iba a contraer en este período. Sus ventas con respecto al año 2015 experimentó un decrecimiento en 24%, por lo que es indispensable hacer un trabajo exhaustivo para recuperar el mercado, dirigiendo especialmente la mirada a fortalecer la presencia en los autoservicios que son los mercados naturales de consumo masivo, con un plan estratégico de marketing.

Cafetería

Lamentablemente aún no hemos logrado consolidar el sueño que he tenido en convertir este segmento en uno que nos identifique y que logre una diferencia con la competencia. Es así que en este período 2016 sufrimos un decrecimiento en ventas comparado al 2015 en 29.56%, esto es debido principalmente al descuido de los locales propios en elaboración y promoción de la línea de sánduches que se desarrolló y comercializó con un mejor resultado en el año 2015.



Publicidad

En el año 2016 se trabajó durante el primer semestre con la empresa Mediterráneo para el manejo del área de publicidad, con la cual se trabajó algunos conceptos de mejora del logo de la empresa y ajustes en los diseños e imagen de los locales comerciales, así como en el manejo de redes sociales y algunas promociones, sin embargo, de que creemos que ayudó a refrescar nuestra marca en el consumidor quiteño, consideramos que no alcanzamos mayores resultados económicos que se deriven de su gestión, por lo que se tomó la decisión de prescindir de sus servicios.

Recursos Humanos

Estructura

Al finalizar el ejercicio 2016, Panadería Arenas contó con 84 empleados. El 47% de la plantilla de Panadería Arenas C.A. está asignada a funciones de producción, el 37% a ventas en locales administrados directamente, 11% en administración y el 5% a tareas de servicios generales. El talento humano de Panadería Arenas está distribuido así: 42% mujeres y 58% hombres. La mayoría (54%) son menores de 35 años.

Gestión del Talento

Como parte de la gestión de mejora continua se ha venido buscando elevar el nivel profesional y técnico de nuestro talento humano, por tal motivo hemos incorporado nuevos profesionales con experiencia comprobada, así como deslindarnos de otros que no han aportado valor a la organización.

Relación con Clientes

En el año 2016, se continuó trabajando en aras de consolidar la relación comercial con todos nuestros clientes: distribuidores, autoservicios, clientes corporativos y otros, lo cual nos permitió un mejor resultado comparado con el 2015.





Los distribuidores Arenas en conjunto generaron una facturación hacia ellos de USD 704.517.73, que representan 30% de las ventas totales, distribuidos en porcentaje de la siguiente manera:

Miravalle 17%, Condado 13%, Villalengua 11%, Cumbayá (Vía láctea) 11%, Eloy Alfaro 9%, Coruña (6 meses) 9%, Rumipamba 7%, Cumbayá San Juan 6%, Puente3 6%, Ibarra 4%, Shyris 4%, Atacames Casa Blanca 2%.

Los clientes corporativos en conjunto generaron una facturación de USD 237.186.00, representando 10% de las ventas totales, distribuidos en porcentaje de la siguiente manera:

La Tablita Group 35%, Fabrifood 15%, Bavaria Productos 10%, Atimasa (Primax) 8%, Canal Uno 6%, Alimec 5%, HDGS 3%, Otros 18%.

Los autoservicios generaron un total de Facturación USD 193.493.30 que representó 8.17% de las ventas totales, distribuidos en porcentaje de la siguiente manera:

Corporación Favorita 51%, Corporación El Rosado 40%, Grupo Fybeca 5%, Tía 4%.

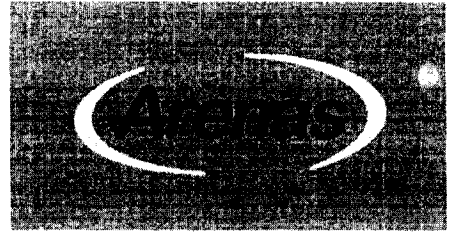
La calidad y el servicio continúan siendo los pilares de la relación con nuestros clientes.

Competencia

En el 2016 el mercado de Panaderías y negocios que giran alrededor de esta industria ha presentado movimientos importantes y es así como se presentan nuevos competidores que atacan principalmente nuestro nicho de mercado, como lo son: "Pan del Parque", "Si Hay Pan", "Sweet and Coffee"; industrias como: "Inalecsa", "Moderna", "Bimbo", así como la expansión de cadenas como: "Pan de Ambato" y "La Unión", el fortalecimiento de las panaderías de los Supermercados, "Maxipan", "Mi Panadería", lo que nos obliga a mantenernos en nuestro plan de mejora continua e innovación para no ver afectado nuestro mercado.

Departamento de Producción y Calidad

En el año 2016 se fortaleció el equipo de Producción y Calidad con la incorporación del Licenciado Byron Carranza y el Ingeniero Christian Ayala, los cuales fueron pilares fundamentales para llevar a cabo las grandes producciones de temporada de Guaguas y Colada Morada, así como las



producciones de Navidad y Fin de Año con Panes de Pascua, Panetones y Stollen; los mismos que no presentaron ningún tipo de problema en su elaboración y comercialización.

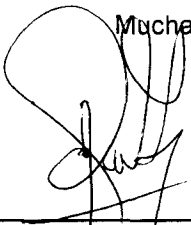
Síntesis

El 2016 fue un año en dónde el trabajo conjunto de todos nuestros colaboradores nos permitió alcanzar resultados satisfactorios, entendiendo que el esfuerzo nos dio sus frutos en un entorno difícil para los negocios en el Ecuador. Vemos con optimismo el 2017 pero queremos enfocarnos en un crecimiento ordenado, realista y con un alto nivel técnico-profesional, para juntos construir el presente de Panadería Arenas C.A. y de nuestro querido Ecuador.

Agradezco a los miembros del Directorio por su participación activa y su involucramiento en los problemas y decisiones que inciden en la gestión de la compañía.

Para finalizar, doy gracias a Dios, a mi familia, a mis colaboradores y a ustedes, señores accionistas, por confiar un año más el destino de Panadería Arenas C.A. en mis manos.

Muchas gracias,



EVERALDO RAMIREZ MAYEZA