



D.M. Quito, miércoles 17 de Abril de 2019

Informe del Gerente a la Junta General de Accionistas

Señores Accionistas, presento a ustedes el Informe de las actividades desarrolladas en Panadería Arenas C.A., durante el ejercicio económico 2018:

Antecedentes

A inicio del año 2018 se realizó la contratación de dos líderes de áreas en Operaciones y Ventas. Se consolidó un equipo de trabajo que se mantiene firme incluso en este año 2019. La idea es seguir consolidando los equipos con el fin de mantener una estructura sólida que nos permita crecer de forma segura en toda la ciudad de Quito inicialmente y luego extendernos hacia más provincias del Ecuador.

Se realizó la planificación estratégica del año 2018 con la asesoría técnica de profesionales destacados en el mercado de alimentos. Esta planificación nos permitió enfocar nuestros esfuerzos hacia la misión y visión definidos.

Mediante negociaciones con los grandes proveedores se consiguió manejar acuerdos de pagos importantes como reducción en costos de compra, pagos fijos en los que se cancelaba parte del valor vencido y todo el valor de compra actual, es el caso de MODERNA, LEVAPAN, HUEVOS AVITO, ALPINA entre otros. Estos acuerdos nos permitieron obtener un flujo de caja para pagos a los demás proveedores. Se logró reducir el valor total adeudado a proveedores en más de \$70.000,00 setenta mil dólares.

Se estableció una medición semanal de Ingresos y Egresos con lo que evitamos presentar problemas con los bancos.

Se dejó de fabricar productos que no representaban beneficios para la empresa como los postres de LA TABLITA DEL TÁRTARO, y pan cortado para CORPORACIÓN FAVORITA.

En cuanto a la imagen corporativa de la empresa se dio un rumbo diferente remodelando los locales Fontana y Marina que ahora cuentan con mobiliario e iluminación únicos diseñados para crear una



Las Toronjas E12-120 y
Av. De Las Palmeras



experiencia única para nuestros clientes. Además se realizó la apertura de dos nuevos locales comerciales ubicados en Cumbaya y otro en Tumbaco.

La rotación de personal tuvo un impacto positivo en la empresa pues a diferencia de años anteriores el nivel de rotación disminuyó drásticamente.

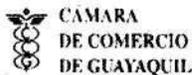
Se sentaron las bases para la calificación en Las buenas prácticas de Manufactura realizando adecuaciones físicas en la planta y consolidando la relación en apoyo técnico con FEDEXPORT.

Ingresos de la Operación

En el año 2018 facturamos como ventas netas USD 2.055.654,28 y generamos una utilidad antes de participación del 15% de USD 46.839,2416, los datos más relevantes fueron los siguientes:

1. El nivel de ventas netas de los últimos tres años 2016, 2017 y 2018 sobrepasaron los 2.000.000,00 dos millones de dólares.

A pesar de que las cifras macroeconómicas no son las mejores según indica la Cámara de Comercio de Guayaquil, el sector de Panificación y de alimentos se mantiene estable.

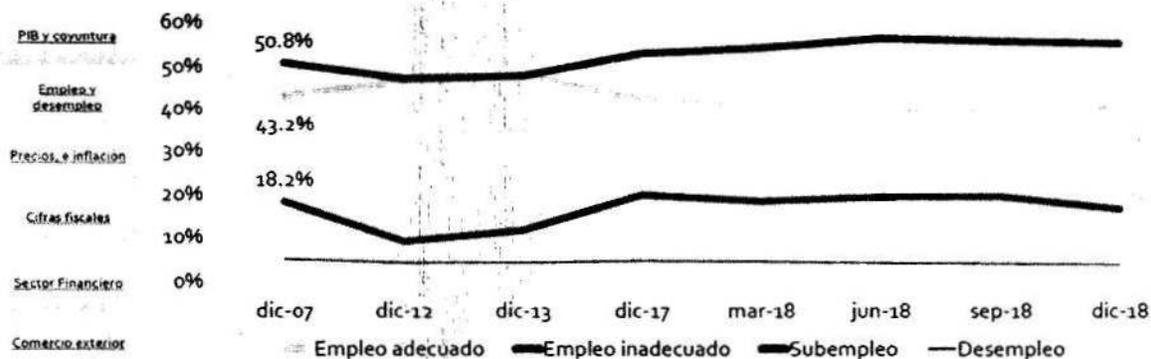


Empleo y desempleo

- Condiciones del mercado laboral se deterioran: aumenta el empleo inadecuado en el país.
- Tasa de desempleo juvenil duplica la tasa de desempleo nacional.
- Sector comercio es el mayor generador de empleo adecuado.

Desde diciembre 2014, la calidad de empleo solo se ha deteriorado y el subempleo se ha duplicado desde el 2012.

Principales indicadores mercado laboral



El empleo no adecuado equivale al 55% de la PEA. En el último año alrededor de 155,000 personas dejaron de tener un empleo adecuado.

<http://www.lacamara.org/website/wp-content/uploads/2018/02/Entorno-economico-ccg.pdf>

2. Los ingresos estuvieron compuestos de la siguiente manera :

Facturación, Otros Ingresos No Operacionales, Utilidad Neta

Concepto	2018
Ingresos por actividades ordinarias	\$2.113.129,04
Otros ingresos no Operacionales	\$12.565,52
Utilidad	\$46.839,24



Gastos de Operación

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

Gastos de Operación

CATEGORIA	2018
Costo de Ventas y Producción	\$1.185.135,66
Gastos de Administración y Ventas	\$803.023,83
Gastos no Operacionales-Financieros	\$33.221,07

Resultados de la Operación

La utilidad del año fue de USD 46.839,24 y en el año 2017 la utilidad fue de 33.795,82. Existió un incremento en la utilidad de \$13.043,42 dando un resultado favorable en más de 39%.

Resumen Gestión Categorías del Negocio (Ventas Netas)

CATEGORIA	2018
Locales Arenas Propios	\$ 933,804.18
Distribuidores Arenas	\$ 917,697.54
Clientes institucionales	\$ 78,209.45
Autoservicios	\$ 120,755.10
Empleados	\$ 1,986.89
Consumidor final	\$ 3,201.12
Total	\$ 2,055,654.28



Gestión por Segmentos

Resumen Gestión Segmentos del Negocio (Ventas Brutas)

SEGMENTOS	2017	Porcentaje
PANADERIA	\$ 1,552,415.95	76%
TERCEROS	\$ 270,867.64	13%
PASTELERIA	\$ 92,139.83	4%
GALLETERIA	\$ 72,336.41	4%
CAFETERIA	\$ 67,894.45	3%
TOTALES	2,055,654.28	100%

Panadería

El segmento de panadería continúa siendo el de mayor aporte al negocio, pero de igual manera es el más complejo y competitivo. Representa el 76% de las ventas netas.

Pastelería

Es considerado el complemento ideal de la Panadería, representa el 4% de las ventas netas.

Galletería

La mayor parte de ventas la realizamos a través de las cadenas de supermercado como Tía, Corporación el Rosado y Corporación Favorita, representa el 4% de las ventas netas.

Cafetería

Es un mercado que puede crecer de forma sostenible implementando proyectos estratégicos. Representa el 3% de las ventas netas.

Terceros

Los productos de terceros sirven como complemento de la cartera de productos que demanda nuestros clientes en nuestros locales y constituye una venta interesante aunque su margen es moderado. Representa el 13% de las ventas netas.



Recursos Humanos

Estructura

Al finalizar el ejercicio 2018, Panadería Arenas contó con 79 empleados. 32 personas de la plantilla de Panadería Arenas C.A. están asignadas a funciones de producción, 32 personas a ventas en locales administrados directamente, 8 personas en administración y 7 personas a tareas de servicios generales. El talento humano de Panadería Arenas está distribuido así: 32 mujeres y 47 hombres. La mayoría son menores de 35 años.

Relación con Clientes

En el año 2018, se continuó trabajando para consolidar la relación comercial con todos nuestros clientes: distribuidores, autoservicios, clientes corporativos y otros, lo cual nos permitió mejorar incrementando los canales de venta. Se trabajó intensamente en afianzar las redes sociales como Facebook e Instagram, donde tenemos gran acogida y seguimiento.

Competencia

En el 2018 el mercado de Panaderías y negocios que giran alrededor de esta industria ha presentado movimientos importantes

Sin embargo hemos trabajado en la implementación de un modelo de negocio diferente y de gran aceptación para nuestros potenciales franquiciados el mismo que empezaremos a ejecutar en el año 2019.

SINTESIS

El 2018 fue un año positivo porque se le dio un nuevo rumbo a la empresa afianzando el equipo humano colaborador de alto nivel en todas las áreas, además de consolidar la calidad de nuestros productos en toda la cadena.



Vemos con optimismo el 2019 pero queremos enfocarnos en un crecimiento ordenado, realista con un alto nivel técnico-profesional. Uno de los objetivos para este año es crecer en varios sectores de Quito, y en el corto plazo abrimos campos a las demás ciudades del Ecuador.

Es importante destacar la participación activa de los miembros del Directorio en las decisiones de la empresa y expreso el más sincero agradecimiento por ello.

Muchas gracias,

ESTEBAN HECHT ZENTNER