



D.M. Quito, lunes 11 de mayo de 2020

Informe del Gerente a la Junta General de Accionistas

Señores accionistas, presento a ustedes el Informe de las actividades que desarrolló PANADERÍA Y GALLETERÍA ARENAS C.A., durante el ejercicio económico 2019:

Ingresos de la Operación

En el año 2019 facturamos ventas netas USD 2.454.845,57 y generamos USD 31.245.80 de utilidad, los datos más relevantes fueron los siguientes:

1. El nivel de ventas superó los USD 2.000.000,00 dos millones de dólares.
2. Los ingresos estuvieron conformados de la siguiente manera:

Tipo de venta	Ventas
Ventas en locales propios	\$1.559.509,24
Ventas a franquiciados y otros clientes	\$895.336,33
Total ingresos	\$2.454.845,57

En el año 2019 se incursionó en el mercado con nuevos productos, tanto productos de temporada, como productos que han permanecido en la cartera vigente. Además, se ha desarrollado nuevos empaques que han permitido crear una imagen única.

Gastos de Operación

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

Gastos de Operación



Concepto	Valor
Costo de Ventas y Producción	\$1.407.426,45
Gastos de Administración y Ventas	\$990.562,95
Gastos no Operacionales-Financieros	\$52.789,29

En el año 2019 se reestructuró las áreas con la creación del área de cadena de abastecimiento, también existió una reestructuración en el área comercial.

Para llevar a cabo los proyectos se recurrió al Banco de Loja, institución que nos otorgó préstamos bancarios a largo plazo.

Un aspecto que afectó negativamente a la operación del año 2019 fue el paro nacional que duró más de 10 días y que se presentó en el mes de octubre ocasionando pérdidas significativas en ventas, pues históricamente octubre es el mes con mayor nivel de ventas del año.

Este paro también nos afectó porque se generaron devoluciones de producto.

Resultados de la Operación

La utilidad del año 2018 fue de USD 46.839,24 el año 2019 es 31.245,80. La disminución de 15.593,44 se presentó por el incremento de los gastos operacionales. Sobre todo, en bajas de inventarios y costos de producción.

Gestión por Segmentos

Resumen Gestión Ventas por Segmentos (Ventas Brutas productos propios)

SEGMENTO	VENTAS	%
PANADERIA	\$ 1,586,524.95	85.37%
PASTELERIA	\$ 91,641.99	4.93%
GALLETERIA	\$ 69,846.61	3.76%
CAFETERIA	\$ 110,447.34	5.94%
TOTALES	\$ 1,858,460.89	100.00%

SEGMENTO	VENTAS
TERCEROS	\$ 601,661.77



Nota: Los terceros se compran a los proveedores a diferencia de los productos propios que son elaborados en nuestra planta.

Panadería

El segmento de Panadería Representa el 85.37% del total de ventas continúa siendo el segmento de mayor aporte al negocio, se diversificó la oferta en nuestros locales y clientes con nuevos productos en el mercado como por ejemplo figuras de navidad y figuras para temporada de semana santa, galletas etc.

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. Básicamente nuestra mayor concentración de productos se da en aquellos locales que son considerados Market.

Pastelería

Es considerado el complemento ideal de la Panadería, representa el 3.76% de las ventas brutas.

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 brutas.

Cafetería

Es un mercado que puede crecer de forma sostenible implementando proyectos estratégicos. Representa el 5.94% de las ventas brutas.

Recursos Humanos

Estructura

Al finalizar el ejercicio 2019, Panadería Arenas contó con 87 empleados. 40 personas de la plantilla de Panadería Arenas C.A. están asignadas a funciones de producción y logística; 37 personas a ventas en locales administrados directamente; 10 personas en administración. El talento humano de Panadería Arenas está distribuido así: 37 mujeres y 50 hombres.



Relación con Clientes

En el año 2019, 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 incrementó un local en la gasolinera Mobil del Labrador, local que nos da una expectativa de crecimiento.

Síntesis

El 2019 fue un año complicado por la situación del país en el último trimestre, además se prevé una situación compleja por la mirada preocupante hacia el 2020, que tiene una connotación negativa por causa de la Pandemia que se pronostica será determinante en todo el ámbito económico. Se consolidaron puntos de venta importantes como Coruña y Villalengua, además de fortalecer la imagen creando nuevos ambientes en los locales comerciales.

La marca PREFERIDA se está consolidando y creciendo de a poco iniciamos el 2019 con un local ubicado en la Mitad del Mundo

El seguir capacitando a nuestro personal en el conocimiento del área de alimento, el continuar mejorando nuestros procesos cada día y cada momento es nuestro objetivo con el fin de seguir posicionados en el mercado nacional y también en el internacional.

Uno de los objetivos para este año es crecer como empresa y generar siempre utilidad aprovechando las oportunidades que nos da el mercado. en cada negocio que emprendamos.

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