

INFORME DEL GERENTE DE LA IMPORTADORA MANUEL PESANTEZ & HIJOS CIA. LTDA. QUE PONE A CONSIDERACION DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

Señores Socios:

Con el objeto de dar cumplimiento a las disposiciones contempladas artículo 124 de la Ley de Compañías y las emanadas del Estatuto Social, pongo a su consideración, el informe de labores correspondientes al ejercicio económico del año 2019.

1. GENERALIDADES.

Los presentes estados financieros al 31 de diciembre 2019 constituyen los estados financieros anuales como resultado de la gestión y lineamientos definidos por la compañía, se incluyen en el presente informe los aspectos más sobresalientes, que fueron desarrollados durante el año y que estuvieron orientados al fortalecimiento de la compañía; mediante la atención de las oportunidades del mercado y demás acciones correctivas.

2. ESTADOS FINANCIEROS

CUENTAS	AÑO 2019	AÑO 2018
Activo	\$ 417698.80	\$ 395929.70
Pasivo	\$ 286931.29	\$ 280680.75
Patrimonio	\$ 130767.51	\$ 115248.95
Utilidad del Ejercicio	\$ 14600.61	\$ 22295.36

Los resultados de la gestión correspondiente al año 2019 alcanza los retos que nos propusimos pese al entorno económico que vive nuestro país. Nuestra estrategia para crecer está dando resultados, reforzamos nuestro enfoque al cliente y la gestión eficiente de costos, con base en un fuerte compromiso de sostenibilidad y el estricto cumplimiento proactivo impulsando planes de mejoramiento pese a la contracción del mercado. Seguimos desarrollando soluciones a la medida de las necesidades de nuestros clientes. Enfocados en una gestión eficiente hemos logrado importantes ahorros en todos los segmentos del negocio. Se logró la optimización de costos operativos, continuamos brindando soporte y servicio a nuestro amplio portafolio de clientes. En ese período, el valor de las ventas netas de los productos vendidos por la compañía, fue de USD 1345197.79 dólares. Pese a la compleja situación de mercado en el país, la situación financiera de la compañía es positiva. Las utilidades antes de impuestos fueron de \$ 27690.92, de las que se generaron \$ 5884.32 del impuesto a la renta causado y se destinaron \$ 4153.64 a la participación de los trabajadores. Al 31 de diciembre de 2019, el patrimonio de los socios fue de \$ 130767.51.

Con el fin de mejorar la eficiencia de los procesos de ventas de manera significativa en la ejecución de las actividades de la compañía y de una forma más ágil y segura se ha mejorado nuestro tiempo de respuesta para los clientes y proveedores garantizando procesos más seguros, ágiles y confiables.

Para concluir, ratificamos que seguiremos trabajando esforzadamente para alcanzar los objetivos que nos trazamos para el 2020, siempre con el mayor compromiso hacia nuestros valores y principios generando confianza y crecimiento.

1. RECOMENDACIONES.

Las claves para que una empresa tenga éxito no solo tienen que ver con la calidad del producto sino que están asociadas a conseguir entrar al canal de retail pertinente que abre la puerta al consumidor potencial y por consecuencia se generen los niveles de renta más atractivos.

Un elemento fundamental para ingresar al mercado es entregar una propuesta de valor con diferenciación clara para los agentes claves: el canal y los consumidores. Para penetrar en el canal se requiere un producto con potencial de venta, con mayores márgenes que los productos existentes, con el cual se puedan hacer registros de trazabilidad y que maximice el aprovechamiento de espacio.

La política de precio debe estar vinculada a la estructura de costos de las grandes cadenas de retail, por lo tanto se estima que el precio de venta debe estar en función de los márgenes deseados y la disposición a pagar por parte del cliente. Sobre este último punto existe disposición a pagar una prima diferenciada por parte del cliente por el valor agregado que se percibe.

Según la ANFAB, uno de los cambios de hábitos en el consumo que quedarán tras la pandemia será la demanda de alimentos más saludables.

Para el consumidor, los elementos que logran hacer una diferencia están asociados a un incremento en los valores nutricionales de vitaminas y minerales, mayor inocuidad y apreciaciones sensoriales donde las variables como color, sabor y textura se sincronizan con gustos más refinados. Otros factores que ayudan a una mayor penetración tienen que ver con la conveniencia y facilidades que deben ofrecerse para el estilo de vida actual.

Para el año 2020 se tiene contemplado fortalecer nuestra estructura comercial incorporando una Gerencia de Producto con miras a ampliar nuestro portafolio de servicios.

El apoyo incondicional que recibimos permanentemente por parte de nuestros Socios, han sido determinantes en esta labor de reorientar la compañía hacia una nueva visión de negocio, más concentrada en el producto, y además, en el propósito de ir depurando esas operaciones que no se ajustan a esta nueva definición del negocio. Resaltamos también la confianza y retroalimentación permanente por parte de nuestros clientes y proveedores, así como el profesionalismo, compromiso y dedicación de nuestro equipo de colaboradores, que han sido decisivos en esta labor de reorientar nuestra compañía a fin de lograr las metas propuestas que contemplen el fortalecimiento de nuestra posición en el mercado por su servicio e imagen, y por la calidad de sus productos.

Atentamente,


Sr. Manuel Telmo Pesantez Farfán.
GERENTE.