



INFORME ANUAL DE GERENCIA GENERAL RIKOCOM ALIMENTOS S.A.

Estimados Señores Accionistas:

Cúmpleme informar a Ustedes sobre los resultados obtenidos, correspondientes al Ejercicio Económico del año 2019, por lo que presento el informe anual de la Gerencia General.

1. SITUACIÓN DE LA EMPRESA EN EL AÑO 2019

El año 2019 ha sido un año en el que la situación económica del país se ha sostenido en iguales términos que el año anterior, con un indicador de inflación que según las fuentes oficiales ha bordeado cero, lo que indica el inicio de una recesión económica. Durante el año se tomaron medidas importantes en las tres principales áreas; producción, comercialización y logística.

En Producción iniciamos con el control del costo de producción, para ello, a partir del mes de julio, se ha realizado el seguimiento diario de efectividad en cada lote de producción, para evaluar el rendimiento de cada parada de producción y de inmediato realizar los ajustes necesarios. Se ha controlado el consumo de materias primas de acuerdo a la formulación de cada uno de ítems producidos y a la vez control de costo de mano de obra con el control de generación de horas extras. Tuvimos un importante importe en la productividad con el arreglo de una de las dos maquinas de envasado de Doy Pack, lo que no incremento considerablemente la productividad en estas presentaciones.

En cuanto a Comercialización se ha profundizado la gestión para vender nuestros productos de las marcas Pinandro, Farm Best y Quinoa Plus, en el canal tradicional y en el canal moderno, para el canal tradicional se ha negociado la distribución con Asertia a nivel nacional, iniciando la venta con ellos en el mes de septiembre en 4 de sus agencias y luego en noviembre con el resto de las agencias del distribuidor, para ello se realizaron ferias y actividades promocionales importantes, con la intención de introducir la marca y productos en este segmento de mercado. En cuanto al canal moderno durante todo el año estuvimos presentes en las actividades promocionales en la mayoría de las cadenas de autoservicios, logramos la codificación de algunos de nuestros productos en Santa Maria y Tia, con miras a que en el año 2020 tengamos un desarrollo importante en los mismos. En el mes de julio hicimos el lanzamiento de nuestra campaña publicitaria y promocional de Spiderman, para ello adecuamos nuestra producción de Salsa de Tomate y Mayonesa marca Pinandro con el diseño de Spiderman que mayoritariamente se comercializo en el canal moderno y luego del periodo de tiempo previsto se realizo el sorteo de los premios vinculados a la campaña.

En lo que respecta a la facturación de nuestra división de Maquilas que es la más



importante en cuanto a volumen, es necesario recalcar que sufrimos importantes disminuciones de facturación básicamente debido a; la reducción considerable de producción y venta a Levapan pues ellos dejaron de comprarnos todas sus presentaciones de consumo durante el año 2019 que básicamente represento una disminución de aproximadamente el 50% respecto de lo presupuestado y lo vendido en un mes estándar del año 2018, otro impacto importante que sufrimos fue baja de producción de Industrias Ales y Danec , en ambos casos la suma fue una importante disminución para la cifra de venta del año, con ello logramos una cifra en ventas de \$2.938.546, cifra menor al año anterior pero que tiene un componente porcentual importante de nuestra marca.

En cuanto a los gastos en general, logramos estar muy pegados al presupuesto general aprobado por la Junta de Accionistas en al inicio del año 2019, con ello los gastos prácticamente fueron similares al año 2018 , a no ser por los rubros de la Campaña promocional de Spiderman.

Los resultados generales de empresa se los detalla a continuación:

2. CONOCIMIENTO DE RESULTADOS

2.1. INGRESOS

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
Ventas	2,938,546	3,329,224
Otros Ingresos	<u>8,306</u>	<u>12,917</u>

2.2. EGRESOS

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
Costo de ventas	<u>(2,463,472)</u>	<u>(2,857,871)</u>
Gastos de administración y ventas	(1,066,405)	(1,005,747)

3. UTILIDADES

	<u>2019</u>	<u>2018</u>
Pérdida operacional	(583,025)	(521,477)

4. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL

La Junta General de Accionistas ha generado durante año varias disposiciones de operación y particularmente las generadas en la junta general ordinaria han sido acatadas por completo y puestas en gestión permanentemente durante todo el año generando una serie de parámetros positivos importantes dentro de la gestión misma



**RIKOCOM
ALIMENTOS**

de la empresa.

5. PROYECCIÓN PARA EL AÑO 2020

Los Señores Accionistas han aprobado las cifras de presupuesto mensual de ventas y de resultados de la empresa para el año 2020, mismas que se presentan a continuación y son parte un plan global de redefinición de la empresa en todos ámbitos de gestión,

Reestructuración del portafolio de Productos

Cambio en la empresa que maquila los cereales y barras energéticas

Reestructuración de personal en todas las áreas de empresa

Reestructuración de pasivo de empresa (préstamos bancarios)

	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20
ventas pinandro	20,410	18,709	24,492	24,152	24,152	27,554
ventas cereales y barras	11,210	10,276	13,452	13,265	13,265	15,134
ventas maquilas	78,316	71,789	93,979	92,674	92,674	105,726
ventas marca Supermaxi	24,998	22,915	29,998	29,581	29,581	33,748
	134,934	123,690	161,921	159,672	159,672	182,161

	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	total
ventas pinandro	30,615	30,615	40,821	40,821	34,017	23,812	340,171
ventas cereales y barras	16,815	16,815	22,420	22,420	18,683	13,078	186,834
ventas maquilas	117,473	117,473	156,631	156,631	130,526	91,368	1,305,261
ventas marca Supermaxi	37,497	37,497	49,997	49,997	41,664	29,165	416,638
	202,401	202,401	269,869	269,869	224,890	157,423	2,248,904

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para el año 2020 y la consecución del presupuesto general de ventas y resultados , los señores Accionistas han aprobado y apoyado la reestructuración general de empresa

- Reestructuración de portafolio de productos: Se plantea una depuración del portafolio de productos pensando en aquellos que tienen mayor acogida y a la vez tienen mayor eficiencia productiva, se enfatizo también en el desarrollo de la comercialización de cereales y barras energéticas y su recodificación en los autoservicios
- Reestructuración de personal: Se ha planteado realizar en el mes de enero una reestructuración organizacional funcionando puestos de trabajo, reprogramando las jornadas de producción, como objetivo se plantea la resuccion del costo general en mas del 30%.
- Renegociación de deudas/prestamos: Se ha planteado conseguir reemplazar la deuda bancaria existente en las distintas operaciones crediticias con la visión de bajar el gasto financiero mensual en mas del 45%.



- Reenfoque de los horarios y jornadas laborales: Rediseñar las jornadas laborales de manera que no sean de 12 horas continuas si no turnos de 8 horas cada uno, realizar paradas de producción mas continuas y productivas a través de enfoque o especialización en la producción
- Revisión de gastos: Realizar una revisión y ajuste general de gastos que provoque una disminución del 32% en su conjunto.

Con lo anterior es generar una expectativa distinta de producción y comercialización que le garantice a la empresa un futuro promisorio en el marco de generar cifras positivas que otorguen estabilidad y liquidez al mediano plazo a la empresa

Agradezco a los señores Accionistas por la confianza depositada en mi gestión como Gerente General y espero seguir cumpliendo con vuestras expectativas.



Xavier Mariño
Gerente General