



Productos Schullo S.A.
 (100-1000-1000-1000)

El incremento de alimentos a nivel mundial está forzando a comprar anticipadamente o de contado, el contrapeso de obtener crédito de proveedores resulta en precios volátiles y dificultades de abastecimiento.

Ventas y competencia de SUPERMAXI directa e indirecta.

SUPERMAXI lanzó una línea con marca propia de granolas en el tercer trimestre de 2012 simultáneamente con otra marca del mismo fabricante (Terraferiti).

Con su lanzamiento bajaron 30% las ventas de nuestras Granolas en unidades y dólares durante el tercer trimestre. La situación comenzó a recuperarse de Octubre a Diciembre todavía con una baja al 15% de las ventas de granola.

En Granola la competencia directa de SUPERMAXI así como la baja de exportaciones del mismo producto en una tercera parte afectaron los resultados globales de 2012. Nuestra facturación total registra un aumento de 9% en dólares y cerca del 2% en unidades. Este crecimiento es significativamente más lento que el ritmo observado en los años, 2009, 2010 y 2011. En esos años el crecimiento en unidades y toneladas era no menor al 10% y en el 2011 fue del 20% en dólares.

Hacia el primer trimestre de 2013 la situación de la mayoría de granolas se recupera a niveles anteriores a julio 2012, excepto en 2 variedades en bolsa introducidas posteriormente por SUPERMAXI.

SUPERMAXI sigue sacando nuevos productos dentro de nuestra línea, el más reciente Paneta Orgánica y esperamos más.

Vemos que el Impacto inicial en ventas es fuerte y que luego de 6 meses retomamos niveles de venta por lealtad a la marca y por calidad. Aunque nuestros precios son más altos los consumidores vuelven a SCHULLO.

Sin limitarnos a esperar a que las ventas se recuperen hemos emprendido una campaña agresiva de impulso a nuestras líneas. Frente a los 4 eventos promocionales realizados en el 2012, este año están ya realizados 12 eventos de un total de 30 que están programados en todos los centros comerciales. Mediciones de los últimos 3 meses muestran mejoras importantes en la rotación de nuestros productos.



Por favor
 leer el etiquetado
 de los productos

Productos Schullo S.A. - Sucursal en Chile - Calle Santa Rosa 100, 12° - Santiago de Chile - Chile
 * BOLSAS DE GRANOLA * VIEL DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES *
 * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES *
 * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES *
 * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES * BOLSAS DE AGUAS CALIENTES *





President Joe D. Smith, Jr.
 1994-1995

Calidad, eficiencia y rentabilidad

Ante el formidable reto emprendimos urgentemente medidas para: a) preservar y mejorar aún más la calidad de nuestros productos y diversificarlos; b) producción eficiente ajustada a la demanda del mercado; c) maximizar rentabilidad.

La competencia directa de SUPERMAXI tiene la peculiaridad de que controla el mercado. Ellos deciden cuánto compran, qué exhibición dar a sus productos propios y los de su competencia, y qué márgenes, como en nuestros productos y los propios.

Una alternativa es diversificarse con más productos y más clientes sobre todo en el exterior.

Otra medida que hemos vuelto a implementar a partir de Marzo 2013, es la de producción justo A Tiempo. Con este sistema se logran varias ventajas:

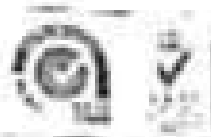
- a) productos frescos en el mercado,
- b) reducción de inventarios con la consiguiente baja en la demanda de liquidez,
- c) baja en turnos adicionales y horas extras, fluctuando en base a la demanda real del mercado.

Impacto gastos financieros y nuevas provisiones contables en rentabilidad

La pérdida de rentabilidad reflejada en nuestro estado de Pérdidas y Ganancias se suma al impacto en liquidez por uso de nuestro capital de trabajo en inversiones en la planta textil y maquinaria.

Los rubros más importantes con significativos incrementos que afectan directamente la rentabilidad son: a) gastos financieros, b) mantenimiento, depreciación de activos nuevos, y c) el aprovisionamiento contable de la jubilación patronal.

Por ejemplo los gastos financieros, principalmente, intereses pagados a bancos, se triplicaron de \$30 mil a \$90 mil dólares. Si bien el monto no es excesivo su incidencia en el Estado de Pérdidas y Ganancias es relativamente baja, menor al diez por ciento.

[illegible]



Productos Schullo S.A.
 INDUSTRIAL ALIMENTARIA

La provisión por Jubilación Patronal este año impactó en aproximadamente \$60 mil dólares nuestra rentabilidad. El manejo de este rubro y la provisión total será comentado más adelante.

Esto impacto se espera absorber vía incremento de precios que entró en vigencia entre enero y febrero 2013, y centrar nuestros esfuerzos de venta en las líneas más rentables.

Provisión de Jubilación Patronal

La provisión contable por Jubilación Patronal asciende a más de \$300 mil dólares según el cálculo actuarial. Esta no es una deuda exigible de pago inmediato.

Proponemos crear un ahorro efectivo anual de \$60 mil dólares administrado por la misma empresa que figurará en el activo corriente.

En casos de necesidad de liquidez, estos dineros depositados en cuentas de ahorro y/o certificados de depósito pueden servir como garantía de financiamiento bancario de corto plazo a menor costo. El manejo de un fondo de pensiones a través de una entidad financiera aprobada es igualmente una opción.

Ajustes, mejoras y preparación para el futuro

La vuelta a operar con Justo A Tiempo tiene un impacto inmediato en nuestros resultados desde marzo de 2013:

- El inventario de producto terminado se reduce
- La liquidez mejora faltando todavía recuperar capital de trabajo
- La frescura de los productos aumenta la percepción de calidad

Justo A Tiempo exige comunicación y coordinación en tiempo real entre Ventas y Producción, y dejar de lado proyecciones estadísticas poco confiables.

Mejoras inmediatas a la calidad se perciben ya por los consumidores, quienes nos han premiado con su lealtad.



Producta
 Sistema de Gestión de
 Calidad y Medio Ambiente

2013

Productos aptos para consumo humano y transformación para la alimentación humana: galletas, panes, pastas, aceites, margarina, leche, queso, yogurt, helados, dulces, mermeladas, salsas, aderezos, etc.
 PRODUCTA: AV. JUAN PABLO MONTAÑA - C.R. SANTA ROSA, MAT. S. 13 - DPTO. EL CAURA (AMAZONA)
 PRODUCTA: AV. JUAN PABLO MONTAÑA - C.R. SANTA ROSA, MAT. S. 13 - DPTO. EL CAURA (AMAZONA)
 PRODUCTA: AV. JUAN PABLO MONTAÑA - C.R. SANTA ROSA, MAT. S. 13 - DPTO. EL CAURA (AMAZONA)





Productos Schullo S.A.
 (CENTRO ALIMENTICIO)

El impulso directo con los consumidores es intenso, diez veces mayor que en el año pasado. Van 12 actividades en el primer tercio de 2013 frente a 3 actividades en todo el año 2012 y los resultados medidos en el movimiento de producto en Supermaxi es notorio.

Nuestro enfoque es afianzar la posición de la empresa con énfasis en la rentabilidad antes que en el crecimiento. Sea por competencia, o por una crisis general que avizoramos en la economía, la empresa está preparándose para sortear los obstáculos con eficiencia.

LIC. LUIS MALDONADO LINDE
 GERENTE GENERAL

Quito, 23 de abril de 2013



Asociación de Supermercados del Ecuador
 Asociación Nacional de Productores de Alimentos

Productos Schullo son parte de nuestra tradición por servir a los consumidores. Tenemos:
 * CAFE DE ARABICA * ARROZ * ARROZ CON LECHE * GUISO DE LA MONTAÑA * BERREROS DE TRIGO *
 * BERREROS DE TRIGO * CAFE * PAN DE AZÚCAR * PAN DE LECHE * PAN DE CEBOLLA * PAN DE MUEBLES * PAN DE
 * PAN DE CEBOLLA * PAN DE MUEBLES * PAN DE CEBOLLA * PAN DE MUEBLES * PAN DE CEBOLLA *
 * PAN DE MUEBLES * PAN DE CEBOLLA * PAN DE MUEBLES * PAN DE CEBOLLA * PAN DE MUEBLES *

