

Apreciados Socios:

A continuación, presentamos el informe de las actividades que desarrolló AYNA Cía. Ltda. durante el ejercicio económico 2017:

Ingresos de la Operación

Los temas más importantes que influyeron en el resultado de la gestión del año 2017 en el que facturamos \$518,060 USD en ventas, sufrimos una pérdida neta de \$223,666 USD, fueron los siguientes:

1. En 2017 comenzamos con 5 locales, pero la difícil situación económica y política del país, más la caída en el posicionamiento y apreciación de la marca nos afectaron las ventas y costos de las mismas, al punto que tuvimos que cerrar 4 tiendas en el transcurso del año para disminuir la pérdida en el año.
2. Durante el año se realizó la venta de unos pocos equipos de tiendas que cerraron con el fin de ayudar a cubrir algunos gastos de la operación en momentos de bajo flujo de efectivo.

Gastos de la Operación

Se presentan los siguientes rubros:

Gastos de Materiales:

Durante el año 2017 gastamos \$163,915 USD en alimentos, lo cual significó un costo de comida promedio de 35%, por lo que mejoramos en 2 puntos porcentuales versus el año anterior y es un porcentaje adecuado para nuestra línea de negocio y así mantener también altos estándares de calidad en nuestros productos de acuerdo a nuestro medio. Cabe recalcar que el promedio de costo de comida del territorio es del 37% por lo que nuestras tiendas tuvieron mejor costo que el promedio del país y dentro de rangos óptimos para no afectar la calidad de nuestros productos, ni la experiencia de los clientes.

Gastos de Personal:

Nuestra nómina en los locales subió a un 24% en relación a los ingresos, este aumento porcentual se debe principalmente a la baja en ventas y al cierre del 80% de los locales con los que contaba la empresa.

Pago de Regalías:

El pago de regalías a casa matriz se mantuvo todo el año en un 8%.

Resultados de la Operación

La estrategia global del año 2017 se basó sobre todo en cerrar las tiendas que no signifiquen un aporte mayor para la empresa o para la marca. Es por esto que se tomó la decisión de cerrar 4 de las 5 tiendas con las que contábamos.

La pérdida neta del año 2017 fue de \$223,666 USD versus una pérdida de \$217,794 USD en el año 2016 y donde tuvimos \$390,396 USD menos en ventas, lo que aporta también a la alta pérdida del año.

Síntesis

El 2017 fue un año de muchos retos y hemos tenido bastantes barreras en el camino que nos ha costado pasar. La economía del país no se ha recuperado y el posicionamiento de la marca ha caído considerablemente lo cual nos ha costado la pérdida de clientes y también que se nos dificulte el poder atraer a nuevos.

El 2017 sin duda alguna fue un año fatal para la empresa en donde hicimos muchos esfuerzos por intentar recuperar las ventas y reducir los costos, pero no logramos alcanzar los objetivos propuestos.

Las altas pérdidas económicas del año nos llevaron a cerrarlo con 1 sola tienda en operación, pero los trabajos del metro de Quito afectaron la visibilidad de la misma lo cual nos golpeó bastante el poder hacer que esta tienda genere los ingresos que esperábamos para poder ir recuperando las altas pérdidas que tuvimos. Motivo por el cual estamos negociando también la salida de esta última ubicación en el primer trimestre del 2018.

Para concluir deseo agradecerles enormemente por el apoyo y confianza depositada en mi persona durante estos últimos años, pero lamentablemente con la situación del país nos ha costado mucho el poder recuperarnos y levantarnos de la crisis.

Atentamente,



Jorge Saltos Cornejo
Gerente General