Apreciados Accionistas:

A continuación, presentamos el informe de las actividades que desarrollo FOODFRAN S.A. durante el ejercicio económico 2015:

Ingresos de la Operación

Los temas más importantes que influyeron en el resultado de la gestión del año 2015 en el que facturamos $799,373 USD en ventas, sufrimos una pérdida neta de $67,992 USD, fueron los siguientes:

1. Hemos cumplido con todas las disposiciones emanadas por la Junta General de Socios.
2. En octubre del 2015 nos tocó cerrar una tienda por su bajo rendimiento que es la de Tumbaco.
3. En el 2015, 2 de las 4 tiendas de FOODFRAN estuvieron entre las tiendas Top 10 del territorio en ventas entre 30 tiendas abiertas en todo el territorio.
4. El año 2015 fue un año donde hubo una crisis económica muy fuerte a nivel nacional, principalmente impulsada por los bajos precios del petróleo, lo cual impactó enormemente en la economía nacional y por ende en nuestro negocio.

Gastos de la Operación

Se presentan los siguientes rubros:

Gastos de Materiales:

Durante el año 2015 gastamos $300,451 USD, lo cual significó un costo de comida promedio de 38% lo cual 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%.

Gastos de Personal:

Nuestra nómina en los locales bajó a un 14% en relación a las ventas, lo cual es adecuado ya que, según los registros de casa matriz, el gasto en nómina de lo locales debería estar bordeando el 15%.

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 2015 se basó sobretodo en el enfoque de los costos de los locales de FOODFRAN. Tenemos locales muy bien posicionados con ubicaciones muy estratégicas dentro de

la ciudad, sin embargo, hay una contracción del mercado desde mediados del 2014 y que tomó mucha más fuerza en el 2015 de la cual no nos hemos podido recuperar.

La pérdida neta del año 2015 fue de $67,992 USD versus una utilidad de $17,824 USD en el año 2014 y donde tuvimos $138,328 USD menos en ventas, lo que aporta también a la alta pérdida del año.

La baja en ventas tomó más fuera en el último trimestre del 2015 que es cuando se lanzó el programa de valor denominado "BUENAZO", que consistía en un Sub de 15 cms de pechuga de pollo, mismo que lamentablemente no generó un aumento de tráfico y disminuyó el margen de nuestros productos ya que al ser un sanduche tan atractivo y a bajo precios pues canibalizó la venta de los subs Premium.

A esto debemos reconocer también que nuestros precios están 26% por encima de los precios de la competencia, lo cual hace que los posibles consumidores elijan ir a otros negocios de comida ya que el poder adquisitivo en general se ha disminuido considerablemente y hubo una reacción extremadamente lenta por parte de la franquicia en USA a esto que también nos afectó en gran magnitud.

Síntesis

El 2015 fue un año de muchos retos y hemos tenido bastantes barreras en el camino que nos ha costado pasar. Consideramos que con el equipo administrativo hemos logrado controlar y mejorar algunos costos, pero la crisis por la que está pasando el país nos ha hecho el camino muy difícil por lo que no hemos podido levantar los resultados.

Adicionalmente, al tener una doble labor al estar como Gerente General de FOODFRAN y también desempeñar mi papel como Agente de Desarrollo de Subway en el norte del país, y con la crisis general en todo el país en donde me tocaba enfocarme también en como apoyar a que las demás tiendas del territorio se vean menos afectadas pues debo aceptar y reconocer que esta doble labor no me permitió enfocar el 100% de mis esfuerzos y recursos a FOODFRAN. Razón por la cual presenté mi renuncia como Gerente General de FOODFRAN a partir del 1er de enero del 2016 y para lo cual pongo la posición a disposición de la Junta de Accionistas.

Vemos que se viene un año 2016 con muchísimos más retos que afrontar principalmente en el lado político y socioeconómico por el que atraviesa el país, por lo que necesitamos una persona que pueda dedicarse en un 100% a las actividades que FOODFRAN representa.

Para concluir deseo agradecerles enormemente por el apoyo y confianza depositada en mi persona durante estos últimos años tuve el honor de liderar un equipo de buena calidad que siempre ha estado comprometido con pasión en el cumplimiento de sus obligaciones, pero lamentablemente con la situación del país nos ha costado mucho el poder recuperarnos y levantarnos de la crisis. Agradecemos a todo el talento humano de FOODFRAN SA. por ese compromiso.

Atentamente,

Jorge Saltos Cornejo
Gerente General