

Apreciados Accionistas:

A continuación, presentamos el informe de las actividades que desarrollo FOODFRAN S.A. 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 \$426,831 USD en ventas, sufrimos una pérdida neta de \$83,311 USD, fueron los siguientes:

1. En 2017 comenzamos con 3 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, lo cual nos obligó a cerrar la tienda del hotel Mercure en el mes de Diciembre, por lo tanto, cerramos el año con únicamente 2 locales.
2. Con 1 tienda menos en operación y una economía afectada su consumo en aproximadamente un 17%, nuestras ventas entre el 2016 y 2017 cayeron en aproximadamente un 25%.

Gastos de la Operación

Se presentan los siguientes rubros:

Gastos de Materiales:

Durante el año 2017 gastamos \$143,268 USD, 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 19% en relación a las ventas, este aumento porcentual se debe principalmente a la baja en ventas y al cierre de 1 local, que representa el 33% de los locales de la empresa. Según los lineamientos de casa matriz, el gasto en nómina de los locales debería estar bordeando el 15%. Sin embargo, los locales trabajaron con el mínimo personal posible.

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 el enfoque de los costos de los locales de FOODFRAN, sin embargo, la contracción del mercado que venimos sufriendo no nos ha permitido recuperar.

La pérdida neta del año 2017 fue de \$83,311 USD versus una pérdida de \$62,024 USD en el año 2016 y donde tuvimos \$144,991 USD menos en ingresos, 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 cerrar 1 tienda a finales del 2017 en operación. Y estamos negociando la salida de la tienda ubicada en la estación de servicio Primax en la Gaspar de Villarroel también para el primer trimestre del 2018.

Los resultados del año nos lleva a poner en consideración de los socios la propuesta de negociar con el personal de trabajo su renuncia con el fin de evitar altos gastos de indemnizaciones y también considerar ya el cierre de todas las tiendas de la empresa y liquidar la misma y así no seguir perdiendo más de nuestro patrimonio. Propuesta que dejamos al mejor criterio de ustedes ya que como van las cosas en el país, no logramos dilucidar un mejor futuro para los locales.

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