

INFORME DE GERENTE GENERAL

Guayaquil, 4 de marzo del 2020

Señores
Junta General de Accionistas
BASESURCORP S.A.
Ciudad

De mis consideraciones:

En mi calidad de Gerente General de BASESURCORP S.A. y en cumplimiento a las disposiciones legales y estatutarias vigentes, a continuación, presento el informe de actividades por el año 2019 y los aspectos relevantes que tuvieron lugar durante el ejercicio económico.

La empresa ha cumplido con los presupuestos planteados para el 2019 al mismo tiempo que se han atendido todas las disposiciones laborales y tributarias implementadas por el gobierno durante el ejercicio económico.

Durante el 2019, la empresa logro estabilizarse y generar un crecimiento en ingresos totales un 14% con respecto al año anterior. El margen de rentabilidad se vio afectado por el esfuerzo que significo llevar a la compañía a un nivel mayor de ventas, por lo que las utilidades se vieron afectadas significativamente.

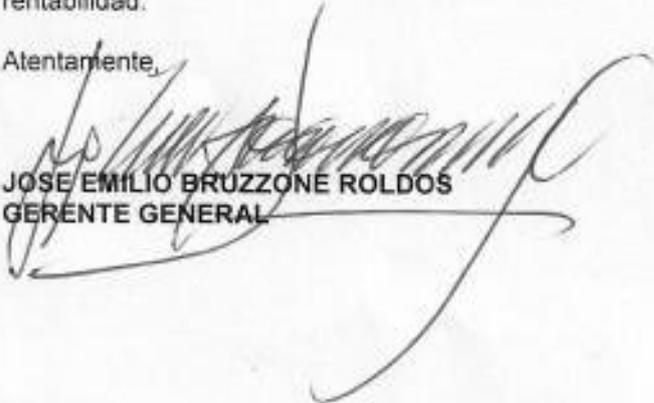
El mayor gasto fue invertido en el recurso humano y en las estrategias de comercialización y marketing para publicitar nuestra marca y nuestros productos. Esto genero la incorporación de nuevos e importantes clientes.

En 2019 el crecimiento de las líneas de secos y empacados en cantidades, promedia un 50% mientras que los dólares incrementaron en un 40 y un 22% respectivamente. Similar comportamiento vemos en la línea de mariscos

La línea de empacados no solo se encuentra en todos los autoservicios importantes a nivel nacional sino que empieza ya a tener presencia en el canal tradicional. Adicionalmente hemos trabajado en la diversificación de los productos y sobre todo en el posicionamiento de la marca Del Sur. Esta estrategia se seguirá reforzando durante el 2020 al darle especial importancia a las áreas de Mercadeo y de Investigación y Desarrollo donde esperamos que esta línea vaya ganando una mayor participación en la composición de ventas de la empresa.

A lo largo del 2020 continuaremos especializándonos en el manejo eficiente de inventarios, el control del gasto, el mantenimiento y crecimiento de los clientes antiguos, la inserción de clientes nuevos, la venta en nuevos nichos de mercado y el manejo eficiente del margen de rentabilidad.

Atentamente,



JOSE EMILIO BRUZZONE ROLDOS
GERENTE GENERAL