



INFORME DE GERENCIA

Período Enero - Diciembre del 2009

Quito, Abril 13 del 2010

Al término del ejercicio, para iniciar este informe debemos empezar mencionando que hay errores que se pagan y muy caro. Estamos sufriendo la falta de liquidez para emprender actividades económicas que pueden ser rentables.

No es fácil desenvolverse con un inventario de \$255.787 que prácticamente no se ha vendido en cuatro años. Tampoco es sostenible afrontar un crédito del exterior, impago por \$97.865.15. Tampoco es fácil que no se pueda cancelar un crédito a accionistas por \$190.124.09. En forma aparente hay respaldo para cumplir con estas obligaciones, pero hasta el momento no hay respuesta del mercado.

Hemos hecho varios intentos pero las iniciativas en este campo han fallado. En estas circunstancias, las pérdidas ocasionadas en el Ejercicio son de \$13.028,91 que la Junta Universal de accionistas reunida el 9 de Febrero del año en curso, resolvió que será absorbida en su totalidad por los accionistas. En esta reunión se resolvió además, contratar personal especializado para impulsar la venta de estos inventarios y vender los productos como máximo hasta el mes de septiembre del año en curso, que de no haber resultados positivos se proceda a vender a remate, incluso como chatarra electrónica, para desocupar las bodegas y orientar las actividades de la compañía hacia objetivos productivos.

En esa misma reunión se decidió además que se desarrolle el proyecto de MINIMERCADOS, la idea es fortalecer y recuperar las TIENDAS DE BARRIO que en la actualidad han sido absorbidas por las grandes cadenas de SUPERMERCADOS.

Para eso tenemos dos Ingenieros preparados para afrontar este proyecto, uno Ingeniero en Alimentos y un Ingeniero Comercial especializado en Marketing de productos masivos. Lo principal es integrar a estas tiendas la nueva tecnología, nuestra especialidad, al estilo de las TIENDAS DE CONVENIENCIA y productos envasados acorde con la realidad social del consumidor. Esta idea está siendo desarrollada en Medellín luego de haber fracasado en dos intentos; En los seis años próximos anteriores, han logrado implementar 3.000 tiendas de conveniencia de estilo popular aportando al desarrollo de comunidades desprotegidas de un servicio digno, ahora pueden comprar productos de calidad a precios accesibles. Seguiremos en la lucha.

Patricio Chacón Velasteguí
GERENTE GENERAL
TRAVELMAX S.A.

