



**ShopGallery**  
ecuador

**INFORME GERENCIAL**

**DUTY PAID S.A.**

**AÑO 2010**



A los Señores accionistas de Duty Paid S.A.:

Duty Paid Ecuador comenzó a operar en enero 2008 con su local Shop Gallery. Durante el año 2010 consolidamos el negocio retail, mejorando el caudal de ventas y las potencialidades en materia de explotación del espacio arrendado por la compañía en el Aeropuerto J. J. de Olmedo.

### INDICADORES ACUMULADOS MES CORRIENTE (2010)

del 01-ene al 31-dic

Total Compañía

| Facturación   | *2,207,904.13 | 1,096,278.89 | 1,111,625.24 | 101.40 |  |
|---------------|---------------|--------------|--------------|--------|--|
| Tickets       | 87,992.00     | 38,666.00    | 49,326.00    | 127.57 |  |
| Pr. x Tickets | 25.09         | 28.35        | -3.26        | -11.50 |  |

\*La facturación incluye el IVA

Durante este año, empezó a funcionar la nueva tienda Retail de Duty Paid, bajo la denominación de "República del Cacao" en la Salida Internacional. Un concepto tomado del principal auspiciante del proyecto, la compañía Confiteca, quien hizo aportes económicos importantes para la ejecución y puesta en marcha de la misma. A cambio, DUTY PAID S.A. vende sus productos, expone su imagen y complementa con publicidad. Durante el 2010 el valor facturado en República del Cacao, fue de USD 916.805,35 (incluye IVA).

La concesión de los espacios publicitarios acordado con TAGSA siguen con el efecto esperado, facturamos alrededor de USD\$1'500.000 logrando superar el presupuesto inicial para este rubro así como la facturación del año anterior en 67% (USD900.000). Como contraparte de estos ingresos hemos invertido en gastos de infraestructura y mantenimiento para mejoramiento de ciertas áreas del Aeropuerto, tal como lo indica el contrato con el Aeropuerto, así como adecuaciones para crear nuevos espacios.

Los Estados Financieros se encuentran a disposición de la Casa Matriz. Aquí un comparativo con el año anterior de los resultados obtenidos:

Es importante mencionar que Duty Paid S.A. aportará también mejoras tecnológicas y arquitectónicas al Aeropuerto de Guayaquil en este año venidero, a cambio de renovar y ampliar los espacios destinados a publicidad dentro y fuera del terminal principal.



Esperamos para el 2011 continuar con la tendencia de incorporar nuevas tiendas con conceptos específicos que sean apalancadas por sus principales proveedores (aportantes) a cambio de exposición de marca, imagen, productos y publicidad.

Con respecto al destino de las utilidades, están a disposición de la Casa Matriz y en cuanto sea autorizado, emitiremos el cronograma de pago de las mismas.

La Gerencia espera un incremento de pasajeros nacionales y mayor flujo en este sector, así como en el área Internacional.

Respecto a la rama publicitaria del negocio la estrategia planteada para este año será la de crear, mejorar y ampliar espacios, invirtiendo para lograr un mayor volumen de facturación y amplitud de posibilidades.

Queremos recomendar a los accionistas que para el 2011 se mantengan las estrategias y políticas de trabajar en proyectos aeroportuarios y de retail.

En general estimamos para el año 2011 un fuerte crecimiento en las operaciones y por ende en las utilidades.

Sergio Rinaldo  
Gerente General

