

**"DULCECANDY S.A."**  
**Avda. Colón E8-85 (698) – Edificio El Dorado**  
**Quito – Ecuador**

SEÑORES ACCIONISTAS:

En cumplimiento con las disposiciones legales y estatutarias, se somete a consideración de ustedes el Informe de Labores de "DULCECANDY S.A.", el Balance General, el Estado de Pérdidas y Ganancias conjuntamente con el Informe del Señor Comisario, correspondientes al ejercicio del año dos mil trece.

**ENTORNO ECUATORIANO**

**Producto Interno Bruto (PIB)**

Cifras preliminares indican que el crecimiento del PIB 2013 estaría alrededor del 3.5%. Menor al crecimiento proyectado por el Gobierno que fue del 4.05%. El valor del PIB en 2013 es USD 93,6 MM.

**El segmento de manufacturas**, contrario a las expectativas del gobierno, se ha desacelerado, a pesar de las medidas tomadas para incentivar su crecimiento. El crecimiento obtenido para el 2013 llegaría al 4.25%, diferente al esperado de 5.8%.

Este comportamiento se debería a que las empresas no realizan nuevas inversiones, dedicándose a cubrir la demanda interna utilizando su capacidad ociosa.

Las medidas dictadas últimamente de restricción de importaciones, podría afectar el desarrollo de algunas empresas.

**El petróleo** el precio promedio cerró en USD 97.93, registrando una ligera reducción respecto a diciembre 2012.

Las condiciones del mercado hacen prever que el precio del petróleo no tendrá mayores variaciones y que mantendrá un promedio similar o ligeramente inferior para el 2014, lo cual generaría mayores retos al Gobierno por la dependencia que tiene la economía en el petróleo y el hecho de que los gastos continúan aumentando en mayor proporción a los ingresos.

La producción petrolera a noviembre 2013 registra una variación positiva de 8,1%, incremento que se da en la producción de empresas públicas, ya que las privadas siguen contrayéndose, sin que se avizore nuevas inversiones de este sector.

**La inflación** se convierte en el mayor logro del gobierno al tener en diciembre 2013 un comportamiento a la baja, llegando a un 2.70% anual, siendo una de las más bajas de la región, superado por Colombia con 1.94% y menor que Perú y Chile.

Esta baja proviene especialmente del grupo de alimentos, que constituye una tercera parte de la canasta familiar del IPC y representa un 25% de la ponderación del índice, que experimentó una variación mensual de 0.31% y anual de 1.92%.

**El Mercado Laboral:** el índice de desempleo relacionado con diciembre 2013 baja en 3.5%, situándose en 4.86%. El subempleo sube en el mismo periodo, (dic12- dic13), 39.83% a 43.35%.

**El salario básico** para el 2013 se elevó a USD 318.00, con un incremento de 8.9% frente al 2012. Con este aumento el gobierno excede el salario digno que se impuso como meta, superando a varios países latinoamericanos.

**Las tasas de interés** referenciales no han registrado cambios, conservándose estables desde el 2011 y no se esperarían variaciones en el corto, plazo. La tasa pasiva referencial se mantiene en 4.53% y la tasa activa referencial en 8.17%.

## SECTOR EXTERNO

La brecha externa se presenta como uno de los principales problemas que debe afrontar el gobierno, por lo cual se han tomado ciertas medidas de control y se esperarían otras adicionales.

**La balanza comercial** a noviembre 2013, presenta un saldo negativo de USD 1.352mm FOB, mayor al obtenido a noviembre 2012, que fue de USD 507 millones. Esta diferencia se debe a un mayor incremento de las importaciones petroleras que crecen en mayor proporción que las exportaciones. El cierre parcial de la Refinería de Esmeraldas influyó en el aumento de importación de combustibles.

## INFORME DE GESTIÓN

Continuando con nuestra misión de sorprender al consumidor, durante el 2013 nos acercamos de manera más profunda hacia nuestros consumidores logrando su confianza en nuestras marcas de Retail, generando cerca de 140.000 tickets directos durante el año y más de 290.000 visitas a nuestros locales.

En el año 2013 logramos crecer de manera significativa generando un importante incremento de 10 veces en la venta pasando de una facturación de USD. 59.000 en el 2012 a USD. 588.000 impulsada fundamentalmente por la apertura de nuevos puntos de venta y por el desarrollo de nuevo portafolio que complementó el mix de nuestras tiendas.



La marca Happy Stop fue la marca más activa, de la que se abrieron 4 nuevos puntos de venta generando una venta total como marca de USD. 385.000.

Es importante recalcar que una de las nuevas locaciones fue fuera de Quito en el Mall de Los Andes en la ciudad de Ambato, el cual ha tenido un excelente desempeño ya que el consumidor ambateño no había estado expuesto a un concepto similar hasta el día de hoy.



Punto de Venta en Ambato abierto en el mes de Diciembre 2013 en Mall de Los Andes.

Buscando generar una importante innovación frente a los competidores locales se decidió contratar una asesoría en el exterior para poder incorporar a las tiendas de la marca el concepto de Caramelo Artesanal, proceso de alta innovación, diferenciación y atractivo para el consumidor.

*P*



Primera tienda de la marca que incorpora la cocina de Caramelo Artesanal. Abierta en el nuevo Mall del Aeropuerto de Quito.

En el mes de noviembre se abrió la primera tienda con este nuevo concepto en el Nuevo Aeropuerto de Quito donde el consumidor puede visualizar directamente la fabricación del caramelo hecho por artesanos expertos.

Con este novedoso concepto el consumidor aparte de poder aprender y entender cómo se fabrica el caramelo desde la mezcla de sus materias primas hasta el empaque final, podrá personalizar el mismo con su nombre, logo e incluso diversas formas que cumplan sus necesidades.



Rosas de Caramelo hechas 100% a mano por artesanos expertos.



Caramelo Artesanal con sabor y forma de durazno hecho 100% a mano en nuestros locales.



Portafolio de dulces Pick N Mix. Cerca de 300 diferentes referencias que complementan el portafolio de la marca donde el consumidor escoge su mix y construye su propia felicidad.



Durante el 2013 se lanzó oficialmente el concepto Dr. Look Lab al mercado ecuatoriano logrando generar una venta de USD. 148.000 con dos puntos de venta. El primero abierto en el Mall El Condado en el mes de Abril y el segundo en el Centro Comercial Iñaquito que se abrió en el mes de Noviembre.



Tienda en el Centro Comercial Iñaquito abierta en el mes de Noviembre 2013.

En estas novedosas tiendas, el consumidor infantil puede vivir una loca experiencia y cercanía con la marca sumergiéndose en el loco mundo del Laboratorio de Dr. Look.



Consumidores interactuando con la marca y sus novedosos productos.



Las tiendas tienen un portafolio único y diferenciado que no se puede encontrar en ningún otro lugar del país como dulces locos, juguetes en el mundo de la ciencia y máquinas electrónicas interactivas donde los niños pueden visualizar

como se fabrica automáticamente un algodón de azúcar o un caramelo comprimido.



Máquina Vending de Algodón de Azúcar. SKU # 1 en la venta de las tiendas.

Continuamos en la etapa de construcción del negocio de Retail generando una proyección atractiva de crecimiento para el 2014 y los años siguientes.

### **CUMPLIMIENTO DE NORMAS SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL, DERECHOS DE AUTOR Y PRECIOS DE TRANSFERENCIA**

La Compañía ha cumplido todas las normas sobre propiedad intelectual, derechos de autor y precios de transferencia que le son aplicables.

### **RESULTADOS FINANCIEROS Y RECOMENDACIONES**

Los Estados Financieros han sido presentados en conformidad con la Legislación vigente.

Durante el ejercicio 2.013 se generó una pérdida neta de USD.88.535.

En base a lo anteriormente mencionado y al Informe del señor Comisario, me permito recomendar a la Junta General Universal Ordinaria de Accionistas que en relación a la pérdida obtenida en el ejercicio dos mil trece, se proceda en conformidad a lo previsto en la Ley vigente.

Queda en consideración de los Señores Accionistas el presente Informe; y, corresponde a esta Junta General designar al Comisario Principal y Suplente para el ejercicio dos mil catorce; y, fijar las respectivas remuneraciones.

Quito, marzo 12 del 2.014

"DULCECANDY S.A."



Sebastián Montero Aguirre  
Gerente General

SMA  
EHM