**INFORME DEL REPRESENTATE LEGAL DE**
**CORPORACION GALERIASGOURMET ECUADOR CIA.LTDA.**

Quito, 26 de Marzo del 2014

Señores
JUNTA DE SOCIOS
CORPORACION GALERIASGOURMET ECUADOR CIA.LTDA.
Presente

De mi consideración:

Con fecha 25 de Marzo de 2013, fui nombrado por la Junta de socios como Gerente General de la compañía.

Mediante la presente, pongo en conocimiento de la Junta de socios de la CORPORACION GALERIASGOURMET ECUADOR CIA.LTDA el Informe de Gerencia correspondiente a las actividades del Ejercicio Económico 2013.

## 1. CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS Y RESUMEN DE HECHOS RELEVANTES DEL PERIODO

CORPORACION GALERIASGOURMET ECUADOR CIA.LTDA, al 31 de diciembre del 2013 cumplió tres años y medio de funcionamiento, período en el cual avanzamos en la consolidación de la empresa e incrementamos el número de proveedores de la Galeria, que actualmente cuenta con 140 productores ecuatorianos; lográndose también diversificar los productos al incorporarse nuevas líneas y marcas; se ha enfatizado en el mejoramiento de la calidad de los productos y productores y continuamos el mejoramiento de la operatividad, el funcionamiento administrativo y comercial de la empresa.
Durante el año 2013, la empresa continuó los esfuerzos para incrementar las ventas y seguimos acrecentado la confianza de nuestros proveedores, basado en el correcto manejo de sus productos y sus cuentas, lo cual está rindiendo sus frutos, ya que muchos productores nacionales desean incorporarse a nuestra comercialización. Sin duda, esta confianza constituye uno de los mejores activos intangibles de la empresa, pues vamos capitalizando en estos casi cuatro años de funcionamiento los resultados de nuestra transparente gestión administrativa y comercial.

A pesar de la dificultades económicas a nivel mundial, que influenciaron en el turismo internacional y en la capacidad de gasto de los turistas que visitaron el país; logramos alcanzar un incremento de ventas del 10.6.% respecto al año 2012.

En cuanto a la promoción de la cadena de tiendas, se ha mantenido la promoción en la publicación denominada Guía de Oro, que es una guía que está presente en los principales hoteles de la ciudad y que abarca al nicho de clientes que requiere la Galería Ecuador Gourmet.

Como promoción, también se está utilizando el Facebook, en el cual se ubica diariamente información de los productores y nuevos emprendimientos y se está acrecentando el número de "fan page" de Galería Ecuador.

Debido al traslado de las nuevas instalaciones del Aeropuerto d Quito a Tababela y a pesar de haber presentado una propuesta económica, no fue posible mantener nuestra presencia comercial en este aeropuerto. Para contrarrestar la pérdida del local comercial del aeropuerto se contrató dos locales en el aeropuerto de Baltra, con los cual aspiramos a consolidar un nuevo mercado en Galápagos, con probabilidades de ampliarnos con otro local en Puerto Ayora, en función del nivel de ventas que alcancemos y posibilitar la sustentabilidad de nuevos locales.

Se aumentaron de dos a cuatro los locales del Mercado Artesanal para cubrir el volumen de ventas que perdíamos por el cierre del local del antiguo aeropuerto de Quito, sin embargo los nuevos locales no han sido muy exitosos básicamente por el desempeño de los vendedores que no rindieron en forma adecuada, pese a que se realizaron varios cambios de personal no se alcanzó consolidar las nuevas tiendas. Esta experiencia deja como conclusión que el número de cuatro locales en el mercado artesanal no es sustentable en función de que el incremento de las ventas no representa una ventaja respecto a los costos elevados de arrendamiento de los locales y pago de las vendedoras. Por tal motivo se cerró uno de los locales, el que fuera creado para la cafetería; afortunadamente y por gestión de la gerencia, se logró recuperar la proporción del adelanto del arriendo y el valor entregado por la construcción con lo cual, únicamente la empresa canceló por el tiempo en el que estuvo abierto el local y por el costo de la oportunidad que necesitábamos experimentar.

En el presente periodo hemos realizado varias ventas a ministerios y empresas públicas, con la preparación de kits de regalos, lo cual es positivo para alcanzar el reconocimiento de entidades de gobierno para alcanzar a futuro nuevas metas, en función de constituirnos en un referente nacional de productos ecuatorianos de calidad.

Otro objetivo que se ha propuesto la empresa es la creación de una página web con una tienda virtual, para lograr una mayor promoción y elevar el nivel de comercialización de los productos de Galería. Este ha sido un proceso largo, por la complejidad y el volumen de productos que disponemos para ofertar, pero que se lo está complementando, esperando que para mediados del año próximo podamos contar con este nuevo local virtual.

## 2. CUMPLIMIENTO DE LAS DISPOSICIONES DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS

En el presente periodo se han cumplido con todas las disposiciones dispuestas por la Junta General, por lo que considero que me he manejado en forma correcta y en forma legal, respetando el estatuto social, que rige las actividades de la Empresa.

## 3. SITUACION FINANCIERA DE LA COMPANIA AL CIERRE DEL EJERCICIO 2013

A continuación presento en forma simplificada la información de los activos, pasivos y patrimonio de la compañía y la situación financiera de la misma cortada al 31 de diciembre del 2013. Los activos totales alcanzaron el valor de 149.9 mil dólares, que representa una disminución de 23% respecto al año 2012, de estos el 30.8 % corresponde a bancos por el monto de 46.1 mil dólares, lo cual también corresponde a una disminución del 39.4% respecto al periodo anterior, debido a que en el presente período respecto al anterior bajamos los Activos Corrientes y subimos los Activos No Corrientes en casi el mismo monto; es decir se disminuyó casi en 30 mil dólares la cuenta bancos para utilizarla en la cuenta edificios e instalaciones (compra dos nuevos locales en el proyecto del nuevo mercado artesanal, por 25 mil dólares e insumos de equipos del nuevo local de la cafetería del mercado artesanal por 4,3 mil dólares}.

Es importante indicar que se mantuvo una adecuada cantidad de dinero de respaldo en bancos para poder cumplir con el pago a proveedores, lo que demuestra la liquidez y solidez financiera de la compañía, fundamentada en el correcto manejo de los recursos y en la eficiente estructura de los costos fijos.

El total de los pasivos al 31 de Diciembre del 2013, fue de $ 183.2 mil dólares, que respecto al año 2012 representan un incremento del 10 %, de los cuales se incrementó la cuenta de Proveedores de 24 mil dólares a 40 mil dólares (16 mil de incremento)

La utilidad bruta en el año 2013 fue de $ 5.798 dólares, que respecto al año 2012 representa una disminución del **64 %**; (en el periodo 2012 la utilidad bruta fue de $ 16.134), en el presente período la compañía ha podido seguir cubriendo todos sus costos y gastos de forma oportuna y solvente, mediante el manejo austero de gastos.

Adicionalmente, adjunto un reporte de los principales índices financieros para su conocimiento.

## PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE LAS UTILIDADES

Respaldado en el presente informe económico de los estados financieros, la Gerencia General recomienda a la Junta de Socios, proceder, como no puede ser de otro modo, según la ley en lo referente al cálculo y pago de las utilidades a los empleados que laboraron durante el año 2013.

También recomiendo mantener, al igual que en el año 2012 la correspondiente provisión de la reserva legal hasta por el valor de $ 200,oo que representa el 50% del capital suscrito de la compañía. También se deberá provisionar los valores correspondientes de reserva y pago del impuesto a la renta según se deduce de los estados financieros y no distribuir dividendos a los socios, con la finalidad de fortalecer la situación financiera y la liquidez de la compañía.

## 4. RECOMENDACIONES PARA EL SIGUIENTE EJERCICIO ECONOMICO

En la calidad de Gerente de la compañía, mi recomendación para el próximo año 2014 es la continuar con la permanente gestión de promoción y ventas en las tiendas que actualmente mantenemos abiertas.

a) En el caso de la tiendas del Mercado Artesanal y en función de la experiencia del cierre del local de la cafetería en este mercado, mi recomendación es de que también cancelemos uno de ellos para mantenernos únicamente con dos locales, pues en función de ventas y costos podremos tener una mejor utilidad neta; pero si es necesario realizar un análisis más profundo a futuro en función de los acontecimientos del próximo período respecto a la competencia directa de otros dos locales de la competencia que todavía se han mantenido y que nos han afectado en nuestras ventas; evaluando si les estaremos dando ventaja si cerramos una de nuestras tiendas. Los plazos de terminación de los contratos en las tiendas del Mercado Artesanal se encuentran en el período entre diciembre 2014 y febrero 2015.

b) Como lo indiqué anteriormente, según el desempeño de los locales en el aeropuerto de Baltra, tendremos que analizar si a futuro la apertura de un nuevo local en Puerto Ayora.

c) Debemos también promocionarnos con guías y operadores turísticos para conseguir el direccionamiento de grupos de turistas a nuestras tiendas.

d) Como se indicó anteriormente es muy importante utilizar la tecnología para experimentar con la venta en línea de nuestros productos, por lo cual deberá apoyarse este emprendimiento y de ser necesario contratar una persona que administre la tienda virtual.

e) Otra recomendación es de salir a buscar al cliente nacional e internacional, contratando a una vendedora experta, bajo la modalidad de pago por metas cumplidas y comisión en ventas, para que visite a empresas, compañías, embajadas, operadores de agencias de turismo y de hoteles cinco estrellas, empresas que realizan eventos internacionales, altos funcionarios estatales y ejecutivos de empresas multinacionales que viajan permanentemente al exterior, etc, para ofrecerles regalos corporativos en un servicio completo con la entrega en sus instalaciones.

f) Sería también importante, conseguir que los operadores que realizan las visitas guiadas a la ciudad, ya sea de la entidad municipal u operadores turísticos privados, incluyan dentro de su programación una parada de compras en la Galería, para lo cual deberá negociarse comisiones y

solucionar dificultades operativas como parqueo de buses, capacidad de atención y degustaciones para clientes, etc.

g) Es necesario seguir madurando el proyecto de franquiciar la marca Galería Ecuador Gourmet, para lo cual se requiere ir consolidando nuestra presencia en el mercado y seguir afianzando las relaciones con entidades estatales.

h) Otra recomendación es de retomar el funcionamiento de la cafetería de Galería, para dar un mejor servicio al cliente que visita la Galería y promocionar los productos que comercializamos con degustación y platos preparados con estos productos. Además se debería retomar las degustaciones de los días sábados para promocionar las diferentes marcas presentes en la Galería.

i) Con la experiencia alcanzada en estos casi cuatro años de funcionamiento de la Galería y con el conocimiento de los productos y confianza de nuestros proveedores, deberíamos diversificar las actividades de la Galería, especializándonos en ofrecer al sector público y privado el servicio de elaboración de ferias, eventos para comisiones internacionales de negocios, atención en obsequios a delegaciones extranjeras, invitaciones a funcionarios y visitantes de embajadas internacionales para ofrecerles un tour de compras exclusivo en nuestra matriz que incluya degustaciones, catas, información turística, etc.

Atentamente,

Ing. Diego Castillo Coello
**GERENTE GENERAL**
**CORPORACION GALERIASGOURMET ECUADOR CIA.LTDA.**