



**DISTRIBUCIÓN - VENTAS**

---

Santo Domingo de los Tsáchilas, abril 17 de 2014

**CAMPUESA S.A.**

### **INFORME DE GERENTE GENERAL**

#### **Ejercicio Económico 2013:**

De acuerdo a lo estipulado en el artículo 256, numerales 3ro y 4to de la Ley de Compañías, someto a consideración de ustedes el presente informe de la compañía Campuesa S.A.

En calidad de Gerente General de la Compañía Campuesa S.A., presento el informe referente a la situación Administrativa y Financiera correspondiente al ejercicio económico del año 2013.

Como se había mencionado en informes de años anteriores, los cambios en las políticas de Gobierno han generado una gran controversia en el ámbito de la importación de licores, principalmente con la ley de etiquetado establecida en el mes de Septiembre del año 2013, poniendo un plazo limite para la comercialización de productos importados liberados antes de esta ley; afectando a productos como Tequila, Whisky, Vodka y Ron, lo cual ocasionó un serio problema tanto para los importadores como para los comerciantes ya que el plazo no fue suficiente para desalojar el inventario existente en las bodegas.

En función de las nuevas políticas de Gobierno, Campuesa optó por asociarse con otras compañías a nivel nacional para la creación de una nueva planta de licores nacionales. Actualmente la Compañía LICOREC S.A. cuenta ya con un nuevo producto en el mercado llamado RED WILLIAMS. Estimamos que en el transcurso del año se incorporen al portafolio nuevas marcas como: BLACK WILLIAMS, EL CHARRO TEQUILA, RON RIENDA, y otros productos más que todavía se encuentran en proyecto.

La expectativa de la Compañía es que en lo posterior estas marcas sean las más reconocidas a nivel nacional.

Mi recomendación para la Junta General de Accionistas es apoyar la gestión del nuevo Gerente para conformar un equipo de Mercadeo quien debe realizar un trabajo muy objetivo, puesto que al tener restricciones en cuanto a la publicación en medios de bebidas alcohólicas, debemos crear estrategias que nos permitan dar a conocer nuestros productos en todos los canales de distribución; como



---

**DISTRIBUCIÓN - VENTAS**

realizar Marketing Directo, Campañas BTL, y por último utilizar herramientas dentro del marco legal que nos permita manejar publicidad permanente y exclusiva dentro de los locales.

Por otra parte también debemos sondear el mercado e identificar cuáles serían los segmentos correctos para introducir nuestras marcas y conseguir una penetración directa en un corto plazo.

Con estas acciones debemos apuntar a un volumen de ventas óptimo cuyo objetivo principal será igualar y posteriormente superar el espacio de la participación que dejamos con los productos importados de la categoría económica.

Atentamente,

Ing. Danny Aguirre Torres

**GERENTE GENERAL**