



INFORME A JUNTA DE ACCIONISTAS 2007

**Av. Colón 1794 y Av. 10 de Agosto, Edificio Corporación CFC. 4to Piso.
Teléfonos: (593-2) 255-3145 Fax: (593-2) 290-4413.
Quito – Ecuador**



Contenido

Análisis del macroentorno.....	3
EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA DURANTE EL 2007	3
Análisis del mercado publicitario general.....	7
EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA	7
SECTORES Y MARCAS DE MAYOR INVERSIÓN PUBLICITARIA	7
OFERTA PUBLICITARIA EN EL ECUADOR	8
ACTORES DE LAS PRINCIPALES CATEGORIAS RELACIONADAS.....	9
Situación de Elj Publicidad.....	12
CARTERA DE CLIENTES	12
CUENTAS POR COBRAR	13
CUENTAS POR PAGAR	14
RELACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y CUENTAS POR PAGAR.....	14
TARIFARIO DE NUESTROS SERVICIOS	15
RECURSOS HUMANOS Y SU DISTRIBUCIÓN	18
EVALUACIÓN DE LA AGENCIA POR PARTE DE LOS CLIENTES	20
Situación financiera de Elj Publicidad	21
BALANCE GENERAL COMPARATIVO 2006 - 2007.....	21
PRINCIPALES INDICES FINANCIEROS COMPARATIVO 2006 - 2007	21
Objetivos para el año 2008	22
CRECIMIENTO DE LA AGENCIA	22
PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS.....	23
FORMALIZACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES.....	25
RECONOCIMIENTO EN EL MEDIO	25
ESTRATEGIA DE COBRANZAS	26
PRESUPUESTO PROYECTADO 2008	27



Señores
 Accionistas
 J&E Marketing y Publicidad S.A.
 Presente.

De mis consideraciones:

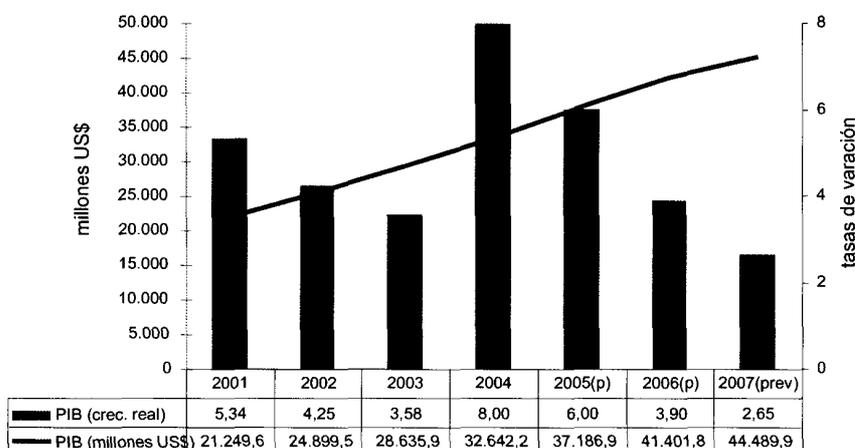
En cumplimiento con los estatutos de la empresa y de conformidad con las normas legales vigentes, se presenta a la Asamblea General de Accionistas este informe, donde se puntualizan las actividades más relevantes de la gestión desarrollada en el año 2007.

Análisis del macroentorno

EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA DURANTE EL 2007

La actividad económica, medida a través de la evolución del Producto Interno Bruto (PIB), registró una de las tasas más bajas de crecimiento en el 2007, en comparación con el último quinquenio, alcanzando un variación de 2,6%.

Gráfico 1: EVOLUCION DEL PIB
 En US\$ millones y tasas de crecimiento real



Fuente: Banco Central del Ecuador

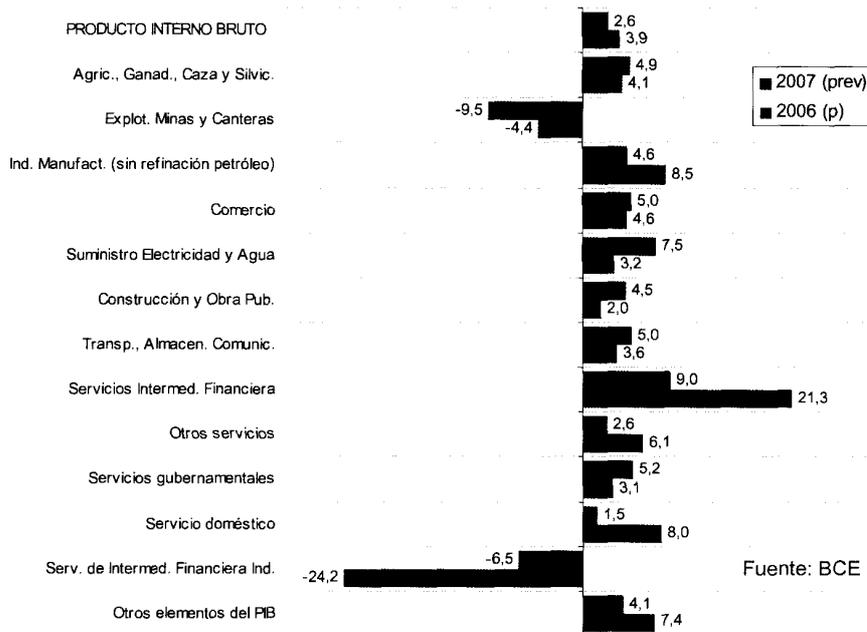
La desaceleración del crecimiento estuvo dada fundamentalmente por un mal desempeño del sector petrolero, tanto por los problemas operativos del sector como por las múltiples paralizaciones en la región amazónica.

Los sectores que sustentaron el crecimiento registrado en 2007 fueron los no petroleros, como Comercio, Construcción, Industria Manufacturera, Agricultura y las actividades

relacionadas con servicios, como se observa en la Gráfica 2. Este incremento fue estimulado principalmente por el consumo de los hogares, el cual presentó una tasa de crecimiento real del 6% en el mismo año.

Gráfico 2: EVOLUCION DEL PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD

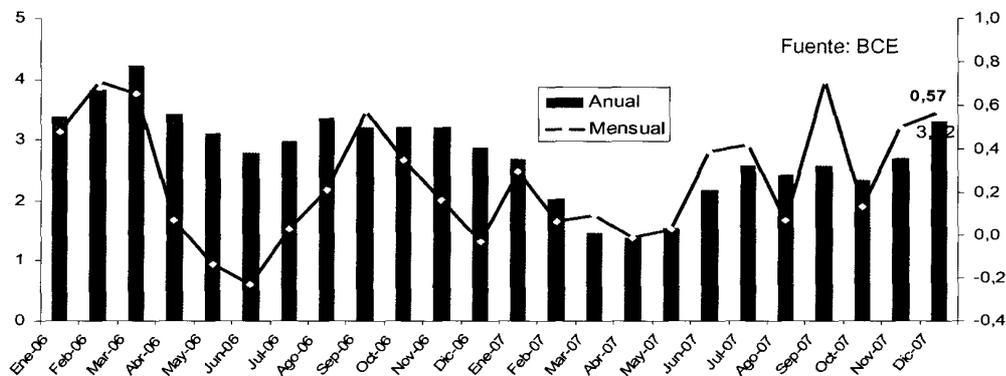
En tasas de crecimiento real



En cuanto a la evolución de los precios al consumidor, expresado por la tasa de inflación, en términos anuales se ubicó en 3,32%, el mayor porcentaje alcanzado durante el 2007. El alza en los dos últimos meses del año se debió al crecimiento de precios en los grupos de *Alimentos y Bebidas no Alcohólicas*, por el incremento a nivel internacional de los precios de algunos productos, como leche, arroz, trigo, entre otros.

Gráfico 3: INFLACION ANUAL Y MENSUAL

En tasas de variación

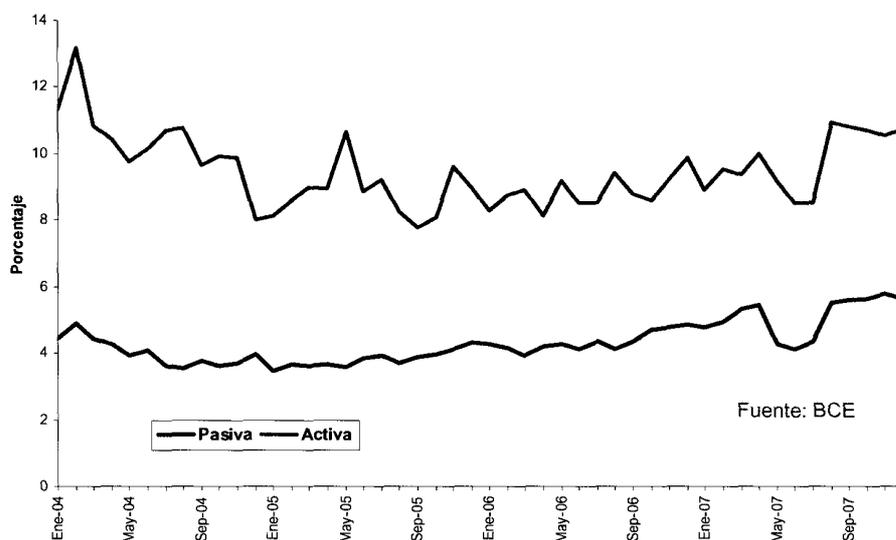


Por otra parte, la tasa de desempleo presentó una disminución en los últimos meses del año, llegando al 7,5% en octubre de 2007 última medición, una de las más bajas desde diciembre de 2002. Sin embargo este aumento en el empleo se ha concentrado en el sector informal principalmente. Es importante señalar que han existido cambios metodológicos en la medición de este indicador, lo cual también podría haber tenido un efecto en las cifras presentadas.

En julio de 2007 el Congreso Nacional aprobó la *Ley de Regulación del Costo Máximo Efectivo del Crédito*, donde se establece principalmente que la tasa de interés máxima que podrá cobrar cada segmento financiero será la correspondiente al promedio del sistema, más dos desviaciones estándares. Adicionalmente la ley prohíbe los cobros de tarifas que no impliquen la prestación de un servicio, así como los cargos por servicios no aceptados por los clientes; además que los acreedores no podrán cobrar comisiones por operaciones crediticias, ni aplicar comisión o cargo alguno a los pagos anticipados que efectúen sus deudores en los casos en que la tasa de interés pactada sea reajutable.

Sin embargo al analizar tanto la evolución de la tasa de interés como de los resultados de los Bancos, se observa que hasta finales de 2007 no se cumplió el objetivo del actual gobierno de disminuir el costo del crédito en el sistema financiero, más bien se observa el traslado de costos por comisiones bancarias hacia la tasa de interés, inclusive con una tasa implícita mayor en comparación con el 2006.

Gráfico 4: TASAS DE INTERES REFERENCIALES NOMINALES





Cuadro 1: **RESULTADO SISTEMA BANCOS**

En US\$ miles

	Dic-06	Dic-07
Cartera de Crédito (Bruta)	6.789.545	7.570.741
Intereses en Cartera de Crédito	616.187	807.614
Comisiones Ganadas en Cartera de Crédito	149.036	117.226
Provisiones en Cartera de Crédito	152.878	151.767
TASA IMPLÍCITA	11,3%	12,2%

Fuente: Superintendencia de Bancos

Respecto al sector externo, durante el 2007 se mantuvo una balanza comercial positiva de US\$ 1.268 millones, sustentada en las exportaciones petroleras. En efecto las exportaciones totales alcanzaron US\$ 13.852 millones, de las cuales aproximadamente el 60%, fueron petroleras. Sin embargo es importante mencionar que se debe exclusivamente a la evolución positiva de los precios del barril del petróleo, y no por mejoras en la producción, ya que el volumen producido cayó en 5% frente al 2006. Las exportaciones no petroleras experimentaron un moderado crecimiento, gracias al fuerte impulso del cacao y el café que crecieron a tasas de 34% y 22% respectivamente frente al año anterior.

Las remesas recibidas por los emigrantes ecuatorianos crecieron respecto a 2006 alcanzando aproximadamente los \$US 3.000 millones, situándose en la segunda fuente de ingresos para el país después de las exportaciones petroleras. En cuanto a la inversión extranjera directa se estima que en el 2007 alcanzó cerca de los US\$ 600 millones, muy por encima de lo registrado en los dos últimos años.

Finalmente, aunque la economía ecuatoriana presenta una evolución positiva en sus principales agregados, estos resultados son muy modestos, ya que no se supo aprovechar la coyuntura internacional de precios del petróleo, a pesar de la gran dependencia que mantiene la economía en este sector. Adicionalmente hay que considerar que mientras no existan las definiciones finales en las reformas políticas que se están desarrollando en manos del gobierno, este va a ser un factor predominante para los resultados que se den en el 2008, como ya sucedió en el 2007.

Análisis del mercado publicitario general

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA

El mercado publicitario ecuatoriano ha tenido un crecimiento importante a partir de la dolarización en el año 2000, contabilizándose que en el año 2007 se registró una inversión publicitaria, a tarifa de mercado, de 784.317.978 dólares, con una marcada desaceleración en su crecimiento, considerando los dos últimos años.

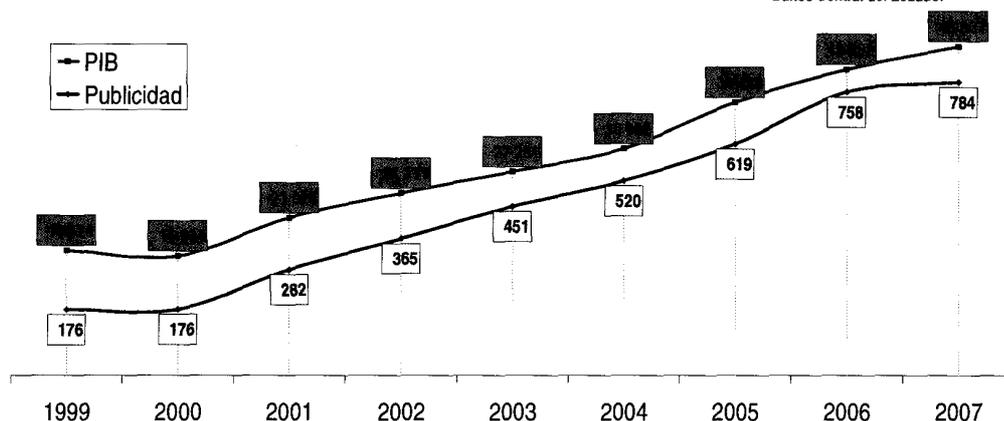
La inversión publicitaria histórica marca una relación con el crecimiento económico del país, ya que al igual que la mayoría de los países del mundo, se observa una relación directamente proporcional entre el PIB y la publicidad.



Relación del PIB con la Inversión publicitaria en el Ecuador

En millones de dólares

Fuente: Mercado y Medios de comunicación
Banco Central del Ecuador



Para el año 2008, se considera que la inversión publicitaria estará cercana a los 850 millones de dólares, es decir, un crecimiento del 8.4% respecto al año 2007, fruto de la importante inversión pública y las estrategias de mantenimiento y reactivación de las principales categorías del mercado como telefonía celular, vehículos, productos de limpieza e higiene, consumo masivo y electrodomésticos.

SECTORES Y MARCAS DE MAYOR INVERSIÓN PUBLICITARIA

El entorno económico ecuatoriano durante el año 2007, así como ciertas particularidades propias de cada categoría de negocio, ha provocado que las Comunicaciones, la movilización, los productos de higiene personal, las instituciones financieras, los productos de azar y los electrodomésticos sean los sectores de mayor inversión publicitaria en medios masivos. También hay que considerar dentro de este análisis la



fuerte presencia del sector público tanto central como seccional por cuestiones de posicionamiento o coyuntural político.

Relacionado directamente con las categorías de mayor inversión, no sorprende que marcas como Porta y Movistar estén en el tope de la inversión publicitaria.

Por otro lado, se observa que las instituciones del sector público se constituyen en una fuerte fuente de inversión ya que, considerando únicamente las tres primeras (Presidencia de la República, Consejo Provincial del Guayas y Municipio de Guayaquil), su inversión bordea los 18 millones de dólares.

Por ser categorías afines a Elj Publicidad es importante analizar a Vehículos, Bancos, Tarjetas de Crédito y Almacenes de Electrodomésticos, Leche, ya que los líderes de cada uno de estos sectores tienen una fuerte inversión (Chevrolet, Banco del Pichincha, Visa, Artefacta, Alpina).

Categorías de mayor inversión publicitaria

Enero - Diciembre 2007

Posición			Categoría	Inversión
I Sem.	II Sem.	General		
1	1	1	SERV. DE CELULARES	56 218 629
2	2	2	INST. PUBLICAS	47 909 277
4	3	3	VEHICULOS	29 116 715
3	5	4	AYUDA EN LINEA	24 348 530
5	7	5	SHAMPOO	19 455 031
7	4	6	DIARIO	18 200 975
11	9	7	TARJETA DE CREDITO	17 240 494
6	8	8	RIFAS Y SORTEOS	17 068 511
18	6	9	ALMACEN DE ELECTROD.	14 433 533
10	10	10	BANCOS	14 016 852
8	14	11	DENTIFRICO	11 144 820
9	16	12	GASEOSA	10 496 982
16	11	13	EVENTOS	9 523 390
15	13	14	DESODORANTE	9 454 863
17	15	15	JUGOS	8 946 976
23	12	16	TIENDA POR DEPARTAMENTO	8 613 390
22	18	17	ANALGESICOS	8 144 813
19	19	18	REVISTA	7 557 908
12	34	19	UNIVERSIDAD	7 552 004
13	35	20	LECHE	7 385 461

Fuente: Check Plus Ibope Time

Marcas de mayor inversión publicitaria

Enero - Diciembre 2007

Posición			Marca	Inversión
I Sem.	II Sem.	General		
1	1	1	PORTA	28 768 248
2	2	2	MOVISTAR	23 011 876
4	4	3	CHEVROLET	11 467 467
3	3	4	COLGATE	10 161 098
5	9	5	POZO MILLONARIO	7 033 194
12	5	6	PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA	6 531 173
23	6	7	CONSEJO PROV. GUAYAS	5 740 629
9	10	8	EL UNIVERSO	5 576 872
6	21	9	YANBAL	5 493 176
22	7	10	PINGUINO	5 387 964
7	23	11	SEDAL	5 356 269
13	13	12	LOTERIA NACIONAL	5 023 526
16	12	13	MUNICIPIO DE GUAYAQUIL	4 966 949
10	15	14	TIA	4 912 201
18	14	15	EL COMERCIO	4 833 939
8	24	16	TONI	4 727 379
11	18	17	COCA COLA	4 456 967
20	20	18	BANCO DEL PICHINCHA	4 135 736
31	16	19	NIVEA	3 981 826
93	11	20	JOHNSON'S BABY	3 776 710

Fuente: Check Plus Ibope Time

OFERTA PUBLICITARIA EN EL ECUADOR

Existe una gran oferta publicitaria en el Ecuador, en cuanto a agencias de publicidad que pautan en los diferentes medios de comunicación masivos, de aproximadamente 90 entidades, entre las que Elj Comunicaciones se ubicó en la posición 23.

También hay que considerar la existencia de, al menos, 100 boutiques creativas, que no cuentan ni con la infraestructura ni con la calidad publicitaria adecuada pero que se constituyen en una competencia directa especialmente por los valores de sus servicios,

no cuentan ni con la infraestructura ni con la calidad publicitaria adecuada pero que se constituyen en una competencia directa especialmente por los valores de sus servicios,



los mismos que los clientes observan sin hacer un análisis fuerte de la relación costo beneficio.

Estas microempresas, informales la mayoría, no realizan ningún proceso de seguimiento de calidad de su trabajo, efectividad en el mercado, control de los medios ni reportes serios hacia los clientes.

ACTORES DE LAS PRINCIPALES CATEGORIAS RELACIONADAS

En un mercado tan competitivo, como el ecuatoriano, es importante analizar el esfuerzo publicitario que realizan las marcas para mejorar su posicionamiento así como su nivel de ventas.

A manera de ejemplo de análisis se presenta la información de las categorías:

1. Almacenes de Electrodomésticos / Almacenes Varios
2. Bancos
3. Cerámicas
4. Tarjetas de Crédito
5. Vehículos

Se visualizará el posicionamiento de las marcas del Grupo Eljuri frente a las marcas más agresivas del mercado en cada una de las categorías.

Almacen electrodomésticos / Varios Inversión publicitaria 2007

Rk.	Marcas	Inversión	%
1	LA GANGA	4 174 247	21.5%
2	COMANDATO	3 530 442	18.2%
3	ARTEFACTA	3 241 880	16.7%
4	CREDITOS ECONOMICOS	2 940 649	15.2%
5	COMERCIAL JAHER	1 242 478	6.4%
6	ORVE HOGAR	664 542	3.4%
7	ALMACEN JAPON	622 762	3.2%
8	ALMACEN ESTUARDO SANCHEZ	327 341	1.7%
9	DISCOUNT CENTER	316 639	1.6%
10	SUKASA	201 929	1.0%
11	FABICSA	162 544	0.8%
12	ROSE	151 026	0.8%
13	JUAN ELJURI	106 133	0.5%
14	RADIOSHACK	97 811	0.5%
15	TODO HOGAR	95 519	0.5%
16	MAGDA	75 090	0.4%
17	GRUPO PYDACO	63 475	0.3%
18	ANGLO ECUATORIANA	62 323	0.3%
19	QCORP	55 027	0.3%
20	IMCOMSA	54 652	0.3%
	OTRAS MARCAS	1 189 291	6.1%
	TOTAL	19 374 799	100.0%



Bancos Inversión publicitaria 2007

Rk.	Marcas	Inversión	%
1	BANCO DEL PICHINCHA	4 135 736	29.5%
2	BANCO DE GUAYAQUIL	2 997 787	21.4%
3	BANCO BOLIVARIANO	1 118 007	8.0%
4	BANCO CENTRAL DEL ECUADOR	896 323	6.4%
5	BANCO GENERAL RUMIÑAHUI	828 208	5.9%
6	BANCO PROCREDIT	645 772	4.6%
7	BANCO DEL PACIFICO	583 229	4.2%
8	PRODUBANCO	547 405	3.9%
9	BANCO NACIONAL DE FOMENTO	386 348	2.8%
10	BANCO SOLIDARIO	308 534	2.2%
11	BANCO INTERNACIONAL	288 966	2.1%
12	BANCO CENTRO MUNDO	169 906	1.2%
13	VISA BANCO MM JARAMILLO ARTEAGA	167 678	1.2%
14	BANCO DE MACHALA	159 352	1.1%
15	BANCO DEL AUSTRO	156 123	1.1%
16	M.M. JARAMILLO ARTEAGA	143 518	1.0%
17	BANCO DEL ESTADO	141 339	1.0%
18	BANCO TERRITORIAL	84 956	0.6%
19	BANCO DELBANK S.A.	56 231	0.4%
20	FILANBANCO	46 380	0.3%
	OTRAS MARCAS	155 056	1.1%
TOTAL		14 016 852	100.0%

Fuente: Check Plus Ibope Time

Baldosas y Azulejos Inversión publicitaria 2007

Rk.	Marcas	Inversión	%
1	PORCELLANIX	704 349	48.0%
2	GRAIMAN	592 637	40.4%
3	KERAMIKOS	93 191	6.4%
4	ITALGRES	16 500	1.1%
5	ALFA	13 519	0.9%
6	CERLUX	10 962	0.7%
7	EUROGRES S. A.	9 990	0.7%
8	TERMIKON	9 194	0.6%
9	CERAMICA RIALTO	5 432	0.4%
10	PROGRANSA	2 212	0.2%
11	HARDUTSH	1 848	0.1%
12	ITALPISOS	1 785	0.1%
13	DURAMAS	1 600	0.1%
14	MURANGLASS	1 445	0.1%
15	PISOS Y ALGO MAS	740	0.1%
16	ECUACERAMICA	504	0.0%
17	CERAMICAS LA ESPAÑOLA	468	0.0%
18	GRAMINAR	378	0.0%
19	COMERCIAL "ECUAPISOS"	72	0.0%
	OTRAS MARCAS		0.0%
TOTAL		1 466 825	100.0%

Fuente: Check Plus Ibope Time



C O M U N I C A C I O N

Tarjetas de Crédito y relacionadas Inversión publicitaria 2007

Rk.	Marcas	Inversión	%
1	DINERS CLUB	3 236 011	18.8%
2	VISA	2 826 931	16.4%
3	AMERICAN EXPRESS BCO. DE GUAYAQUIL	1 879 907	10.9%
4	BANKARD	1 681 742	9.8%
5	VISA MASTERCARD BANCO DEL PICHINCHA	1 473 196	8.5%
6	PACIFICARD	1 160 135	6.7%
7	VISA ELECTRON	1 139 985	6.6%
8	MASTERCARD	1 127 027	6.5%
9	CUOTA FACIL	560 093	3.2%
10	MASTERCARD Y VISA-BANCO INTERNACIONAL	452 268	2.6%
11	VISA BANCO DE GUAYAQUIL	426 105	2.5%
12	MASTERCARD/PRODUBANCO	273 993	1.6%
13	VISA BCO. DEL PICHINCHA	208 362	1.2%
14	SUPERMAXI	162 967	0.9%
15	VISA Y MASTERCARD-BCO. DEL AUSTRO	148 242	0.9%
16	COOP. 29 DE OCTUBRE	140 268	0.8%
17	DIRECTA	56 528	0.3%
18	VISA BANCO DEL AUSTRO	63 666	0.3%
19	VISA BANCO MM JARAMILLO ARTEAGA	46 196	0.3%
20	MEDITRAN	31 706	0.2%
	OTRAS MARCAS	155 267	0.9%
TOTAL		17 240 494	100.0%

Fuente: Check Plus Ibope Time

Vehículos Inversión publicitaria 2007

Rk.	Marcas	Inversión	%
1	CHEVROLET	11 467 467	39.4%
2	HINO	2 654 270	9.1%
3	HYUNDAI	2 390 987	8.2%
4	MAZDA	1 995 467	6.9%
5	TOYOTA	1 178 211	4.0%
6	NISSAN	969 044	3.3%
7	KIA	718 432	2.5%
8	CARRERA AUTOS	718 065	2.5%
9	FORD	622 666	2.1%
10	QMC	577 814	2.0%
11	RENAULT	567 559	1.9%
12	MITSUBISHI	508 983	1.7%
13	CAMIONES QMC	458 818	1.6%
14	VOLKSWAGEN	378 989	1.3%
15	PEUGEOT	370 389	1.3%
16	FIAT	278 142	1.0%
17	DICRESA	276 605	0.9%
18	DAIHATSU	239 589	0.8%
19	SKODA	173 945	0.6%
20	AUTOMOTORES CONTINENTAL	148 018	0.5%
	OTRAS MARCAS	2 423 258	8.3%
TOTAL		29 116 715	100.0%

Fuente: Check Plus Ibope Time



Situación de Elj Publicidad

CARTERA DE CLIENTES

La agencia en el año 2007 tuvo entre su cartera de clientes activos a 30 empresas de las cuales el 98% corresponden a empresas relacionadas con el considerado tercer grupo económico del país¹, el Grupo Eljuri. Esta situación nos convierte en una agencia in house completamente, razón por la cual no somos aceptados en la Asociación ecuatoriana de Agencias de Publicidad, AEAP, aspecto que debemos de cambiar en el presente año.

Adicionalmente se observa una fuerte concentración de la facturación (65%) en dos clientes: Hyundai y Quito Motors. Este hecho toma mayor trascendencia cuando se analiza que existe una serie de clientes importantes del Grupo, cuyo nivel de inversión publicitaria es relevante pero que no lo hacen a través nuestro.

Como analizaremos más adelante, Elj Publicidad entrega a sus clientes una serie de valores agregados que revaloriza la inversión comparándola con una negociación directa con los medios de comunicación.



Inversión por
cliente 2007

CLIENTE	INVERSION 2007 ⁽¹⁾
Neohyundai	1 117 009.69
Quito Motors	393 116.71
Kía	207 369.45
Austrocírculo (Gente)	167 661.62
Banco del Austro	70 498.41
Suecia Motors (Volvo)	45 907.80
Seguros Unidos (Ecuasistencia)	44 547.00
Zotye	35 320.49
Huntsat (Sherloc)	30 290.98
Kerámicos	25 942.00
JMC	22 081.07
Constructora Valero (Lotepec)	20 025.00
Almacenes Juan Eljuri	19 749.00
Mobility	19 688.30
División Licores	18 467.90
AutoHyun	17 224.70
Coopseguros	14 180.00
Acosaustró	9 799.10
Hypoo	5 636.00
Cumbre Gastronómica	4 699.52
Motos y Motos	3 285.00
Corporación CFC	3 035.72
Merquiauto	2 862.12
Austrobank	2 300.00
Inmobiliaria Amazonas	1 757.00
Center Phone	1 407.41
Ecasa	815.50
Coris del Ecuador	414.00
Zanabria	313.60
Jac (Chinacars)	70.00
Cartorama	.00
Ecuacerámica	.00
Ecuacocoa	.00
Metrocar	.00
Parmalat	.00
Proexport	.00
Sidec	.00
TOTAL	2 305 475.09

(1) Inversión basada en Facturación 2007

¹ Según el Servicio de Rentas Internas www.sri.gov.ec



CUENTAS POR COBRAR

Hasta el 31 de Diciembre del 2007, se tuvo una cartera de 46 clientes con saldos pendientes desde el año 2005 y que en conjunto se contabiliza en 537.872.75 dólares.

Hay que resaltar que clientes como Neohyundai, Quito Motors y Gente Consorcio Directo, son los únicos que tienen procesos fluidos de pagos.

Almacenes Juan Eljuri en sus distintas divisiones, Ecasa y Banco del Austro, entre los mayores deudores, presentan una serie de inconvenientes en los pagos, solicitando repetidamente respaldos y diluyendo los procesos de decisión.

La agencia para potencializar y clarificar la cobranza a los clientes los ha distribuido de la siguiente manera:

1. **Clientes Activos:** Neohyundai, Ecuacerámica, Seguros Unidos, Quito Motors, Autoexpress, JMC, Merquiauto, Suecia Motros, Carxpert, Corporación CFC, Gente Consorcio Directo, Huntsat, Mobility y Centerphone.
2. **Clientes Conflicto:** Ecasa, AJU Licores, AJU Motos y Motos, La Taberna, La Toscana, Grand Vandush, Banco del Austro, SIDEC, Italpisos, Hypoo, Kerámikos, Ecuacocoa, Al Vuelo Express y Serviforma.
3. **Clientes de Medios:** Teleamazonas, Telesistema, Canal Uno, Tc Televisión, Emcovisa y Editorial Gran Tauro.
4. **Clientes Incobrables:** Autocom.

Cuentas por Cobrar
2007

CLIENTE	Saldo	Días Cartera máximo ⁽¹⁾
1 ALMACEN JUAN ELJURI	107 493.43	1033
Av. Orellana	20 242.73	742
Condado	294.56	28
División Licores	11 856.17	915
División Motos	1 524.08	1033
Evento JVC	37 376.93	639
Grand Vandush	21 560.00	1033
La Taberna	3 796.80	946
La Toscana	7 741.36	1019
Skoda	3 100.79	24
2 NEOHYUNDAI	82 642.26	97
3 ECASA.	61 287.35	975
4 QUITO MOTORS	61 158.65	53
5 GENTE CONSORCIO DIRECTO	56 582.73	61
6 RELAD S.A.	21 113.21	917
7 BANCO DEL AUSTRO	16 994.34	118
8 MOBILITY ON LINE S.A.	15 277.82	26
9 AUTOCHINA	13 247.66	96
10 JIANGLING MOTORS COMPANY	12 371.64	69
11 SUECIA MOTORS S.A.	10 994.86	706
12 TELECUATRO GUAYAQUIL C.A.	9 363.59	854
13 ECUACOCOA	7 877.06	601
14 KERAMIKOS S.A.	6 713.04	74
15 SANITARIOS HYPOO CO S.A.	5 727.48	356
16 AL VUELO EXPRESS	4 699.52	34
17 COMPAÑIA TELEVISORA DEL PAC	4 502.40	33
18 PROEXPORT COLOMBIA	4 327.82	2
19 SEGUROS UNIDOS	3 508.22	292
OTROS	31 989.67	
TOTAL	537 872.74	

(1) Días vencidos de al menos una factura rezagada que no equivale al total de la deuda

Evidentemente se están realizando esfuerzos, en distintos niveles, para disminuir estos montos de cartera vencida.



CUENTAS POR PAGAR

En la línea de negocio en que se desenvuelve una Agencia de Publicidad, tener la imagen de no cumplir en los plazos estipulados las obligaciones, acarrea una serie de consecuencias en los medios de comunicación, proveedores de materiales publicitarios y proveedores de materiales de oficina.

En síntesis los inconvenientes se los puede puntualizar en:

- ✓ Perdida del poder de negociación para recibir mejores precios y descuentos entre los medios de comunicación y los diferentes proveedores publicitarios y relacionados.
- ✓ Divulgación del no pago de la agencia entre los medios de comunicación con los peligros de imagen para la empresa y las organizaciones relacionadas.
- ✓ Disminución de la calidad de proveedores debido a que se adeuda a los considerados top en cada una de sus ramas.
- ✓ Dificultad de realización de trabajos publicitarios por no contar con los elementos mínimos indispensables para la tarea, quitándose, en consecuencia, agilidad de respuesta e imagen ante nuestros clientes.
- ✓ No optimización del tiempo de los funcionarios de la agencia al distraerse de sus tareas para manejar a los acreedores.

RELACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y CUENTAS POR PAGAR

Cuentas	2006	2007
Cuentas por Cobrar	869.068.21	537.872.75
Cuentas por Pagar	278.145.49	182.285.09
Relación	3.12	2.95

La relación que se observa es que por cada dólar que debemos a nuestros proveedores tenemos 2.95 dólares que no nos cancelan nuestros clientes.

Más allá del índice numérico es importante resaltar la trascendencia que tiene la formalización de los pagos de la cartera vencida para de esta manera honrar nuestros pagos a los múltiples acreedores.

Para hacer un análisis únicamente de una de las categorías de acreedores, en el caso de los proveedores de producción externa (Imprentas, Productoras, Fotografía, Locución, etc.) se debe una cantidad importante, aunque los montos particulares no son altos.



LISTADO PROVEEDORES PENDIENTES DE PAGO

REFERENCIA	NOMBRE	PENDIENTE
	SOBOC GRAFIC - WASHINGTON COBOS	4.095.04
	LUIS FERNANDO ZUBIRIA SAA	694.40
	OFFSETT ABAD	5.264.56
	ARTE GRAFICO	3.598.56
	ALEXIS MINA	4.964.96
	INDUALLAS	985.60
	LETRASIGMA	4.838.40
	SANTIAGO ORTEGA - DR. PRINT	2.584.40
	PRIMAL PRODUCCIONES	5.090.40
	VERTIGO FILMS	294.56
	SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL FRAGMA	3.998.40
	MARIA CRISTINA PAREDES	3.213.29
	ANDAGEDA CIA. LTDA.	305.76
	XIOMARA RUEDA	453.69
	GERMANICO CARRION	86.80
	RAMIRO SALAZAR - FOTOGRAFO	2.889.60
	RICARDO LOPEZ - LOCUTOR	201.60
	PHOTO IMAGES	2.268.00
	PATRICIO CALLE	201.60
	COPY FULL	137.90
		45.107.02



TARIFARIO DE NUESTROS SERVICIOS

Una de las mayores preocupaciones que tiene Elj Publicidad es que el tarifario de los servicios que ofrecemos al mercado no se lo ha actualizado desde el año 2004.

Si bien es cierto que nuestros principales clientes definen que una de las fortalezas² que tiene la Agencia son los costos de sus servicios, para otros, la mayoría de clientes que no realizan mayor inversión publicitaria o aquellos que consideran que tienen mejores precios negociando directamente; concluyen que nuestros precios son altos.

La verdad sea dicha, comparado con el tarifario oficial de la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad AEAP, somos, en promedio 300% más baratos. Si analizamos nuestros costos con una boutique creativa, somos un 9% más altos, pero ofrecemos un trabajo más completo, con muchos valores agregados, mantenemos seriedad con los recursos y la información de todos nuestros clientes.



Comparativo de Tarifarios de Producción Interna

	ELJ PUBLICIDAD ⁽¹⁾	TALLER GRAFICO ⁽²⁾	AGENCIAS DE PUBLICIDAD ⁽³⁾	Elj frente boutique	Elj frente AEAP
	VALOR	VALOR	VALOR	Diferencia	
PRENSA					
DOBLE PAGINA	180.00	150.00	738.00	16.7%	-310.0%
PAGINA	100.00	90.00	738.00	10.0%	-638.0%
ROBA PAGINA / TABLOIDE	80.00	80.00	738.00	0.0%	-822.5%
MEDIA PAGINA	70.00	60.00	738.00	14.3%	-954.3%
1/4 DE PAGINA O PIE	70.00	40.00	413.00	42.9%	-490.0%
1/8 DE PAGINA	50.00				
MODULO O MINIMO	20.00	30.00	74.00	-50.0%	-270.0%
AVISO DE PRENSA TIPOGRÁFICO O MORTUORIO		30.00	74.00		
Adaptación de artes 50%		Adaptaciones 50%	Adaptaciones 30%		
REVISTA					
DOBLE PAGINA	110.00	120.00	738.00	-9.1%	-570.9%
PAGINA	80.00	80.00	738.00	0.0%	-822.5%
MEDIA Y 1/4 DE PAGINA	50.00	55.00	738.00	-10.0%	-1376.0%
TERCIO DE PAGINA O MENOR	30.00	35.00	738.00	-16.7%	-2360.0%
Adaptación de artes 50%		Adaptaciones 50%	Adaptaciones 30%		
LOGOTIPOS					
INDUSTRIAS, EMPRESAS O BANCOS	500.00	300.00	448.00	40.0%	10.4%
NEGOCIOS PEQUEÑOS O MEDIANOS		150.00	268.00		
REDISEÑO DE LOGOTIPO	320.00	60.00	268.00	81.3%	16.3%
LOGO CONMEMORATIVO	130.00	80.00	268.00	38.5%	-106.2%
LOGOTIPOS PARA EVENTOS O CAMPEONATOS		80.00	268.00		
ARTE LOGOTIPO CON GUIA COLOR E INCLUSIÓN DE LOGOTIPO	130.00				
DISEÑO DE ICONOS C/U	30.00				

(1) Tarifario actual de la agencia vigente desde el año 2004

(2) Tarifario de una boutique creativa con una infraestructura mínima

(3) Tarifario de la Asociación de Agencias de Publicidad vigentes desde el año 2005

² Investigación de Mercados realizados entre nuestros clientes en Enero del 2008 respecto al performance de la agencia en el año 2007. La síntesis de los resultados se los analiza más adelante en este informe.

Comparativo de Tarifarios de Producción Interna

	ELJ PUBLICIDAD ⁽¹⁾	TRIMATE TALLER GRAFICO ⁽²⁾	ASOC. AGENCIAS DE PUBLICIDAD ⁽³⁾	El frente boutique	El frente AEAP
PAPELERIA	VALOR	VALOR	VALOR		
DISEÑO PAPELERIA BASE (CARTA, SOBRE Y TARJETA PRESENTACION)	250.00	150.00	415.00	40.0%	-66.0%
REDISEÑO DE PAPELERIA		60.00	208.00		
CARPETA SIMPLE		35.00	104.00		
CARPETA COMPLEJA	80.00	70.00	178.00	12.5%	-122.5%
TARJETAS	VALOR	VALOR	VALOR		
TARJETA TIPO CREDITO	150.00		208.00		-38.7%
TARJETA DE INVITACION LORD (13x18 CERRADO)	60.00	60.00	295.00	0.0%	-391.7%
TARJETA PRESENTACION INDIVIDUAL	30.00	40.00	30.00	-33.3%	0.0%
TARJETA ANIVERSARIO O NAVIDAD			295.00		
ADAPTACION TARJETA DE PRESENTACION			30.00		
PERSONALIZACION TARJETA PRESENTACION	6.00				
P.O.P.	VALOR	VALOR	VALOR		
AFICHE	130.00	120.00	328.00	7.7%	-152.3%
PERSONAJE / MASCOTA			530.00		
ANFORA			104.00		
COLGANTE/MOVIL	80.00	50.00	148.00	37.5%	-85.0%
ROMPETRAFICO			104.00		
GIGANTOGRAFIA SIMPLE		100.00	104.00		
GIGANTOGRAFIA COMPLEJA		150.00			
EXHIBIDOR / DISPENSADOR			208.00		
PUNTAS DE GONDOLA		90.00	208.00		
PASACALLE			104.00		
HABLADOR/TENT CARD/DISPLAY/TAKE ONE/POSTAL	70.00	60.00	148.00	14.3%	-111.4%
PENDON/PANCARTA/BANNER/BANDERIN	70.00	45.00	148.00	35.7%	-111.4%
STICKER/CUPON	50.00	45.00	74.00	10.0%	-48.0%
DIPLOMA/MEDALLA/PLACA/ESCARAPELA/BO TON	50.00		148.00		-196.0%
CAMISETA/GORRA/UNIFORME POR PIEZA	50.00	55.00	134.00	-10.0%	-168.0%
BANDA PROMOCIONAL	40.00				
CALENDARIO POR PAGINA	30.00	30.00	60.00	0.0%	-100.0%
CALENDARIO DE PARED		90.00	328.00		
INFLABLE			134.00		
SEÑALETICA DE INTERIORES			200.00		
FOLLETERIA Y CATALOGOS	VALOR	VALOR	VALOR		
HOJA VOLANTE/FLYER	70.00	60.00	148.00	14.3%	-111.4%
HOJA TECNICAS POR LADO		80.00			
DIPTICO	100.00	90.00	265.00	10.0%	-165.0%
TRIPTICO	150.00	120.00	295.00	20.0%	-96.7%
CATALOGO O FOLLETO GRANDE POR PAGINA	40.00	30.00	178.00	25.0%	-345.0%
CATALOGO O FOLLETO PEQUEÑO POR PAGINA		25.00	148.00		
INSERTO POR PAGINA		70.00			
MAILING	40.00				
VIA PUBLICA	VALOR	VALOR	VALOR		
KIOSKO/STAND/FACHADA/ESCENOGRAFIA O BACKGROUND	200.00	190.00	208.00	5.0%	-4.0%
VALLA	150.00	100.00	530.00	33.3%	-253.3%
LETRERO/ROTULO/PANEL LUMINOSO	150.00	100.00	530.00	33.3%	-253.3%
PARADA DE BUS			530.00		

(1) Tarifario actual de la agencia vigente desde el año 2004

(2) Tarifario de una boutique creativa con una infraestructura mínima

(3) Tarifario de la Asociación de Agencias de Publicidad vigentes desde el año 2005

Comparativo de Tarifarios de Producción Interna



	ELJ PUBLICIDAD ⁽¹⁾	TRIMATE TALLER GRAFICO ⁽²⁾	ASOC. AGENCIAS DE PUBLICIDAD ⁽³⁾	El frente boutique	El frente AEAP
ARTICULOS PROMOCIONALES	VALOR	VALOR	VALOR		
ESFEROS, LLAVEROS, PISAPAPELES	50.00		134.00		-168.0%
ETIQUETAS Y EMPAQUES	VALOR	VALOR	VALOR		
CAJAS O FUNDAS COMPLEJAS	220.00	200.00		9.1%	
CAJAS O FUNDAS SIMPLES	150.00	120.00		20.0%	
CAJAS O FUNDAS PROMOCIONALES	100.00		104.00		-4.0%
ADAPTACION DE CAJA O FUNDA	70.00				
PAPEL DE REGALO			104.00		
ETIQUETAS COMPLEJAS	200.00	180.00	623.00	10.0%	-211.5%
ETIQUETAS SIMPLES	100.00	110.00		-10.0%	
ADAPTACION ETIQUETAS		50.00	180.00		
DUMMY CAJA	90.00				
DUMMY ETIQUETA	50.00		208.00		-316.0%
DISEÑO O REDISEÑO DE EMPAQUE / MULTIPACK			710.00		
EMPAQUE PROMOCIONAL			355.00		
ADAPTACION DE EMPAQUE			355.00		
COLLARIN (POR PAGINA) / CAPUCHON			148.00		
CONSTRUCCION PLANO MECANICO		90.00			
ARTE DIGITAL	VALOR	VALOR	VALOR		
CREDITOS TV/SUPERS	30.00				
SCANNER	10.00				
SCANNER BAJA RESOLUCION POR FOTO	6.00				
ILUSTRACIONES Y/O DIGITALIZACION	VALOR	VALOR	VALOR		
ILUSTRACION SIMPLE	100.00	90.00	120.00	10.0%	-20.0%
ILUSTRACION COMPLEJA		190.00	300.00		
DIGITALIZACION Y RETOQUE FOTOGRAFICO	40.00				
SCANNER DE TRANSPARECIA U OPACOS	10.00				
VIÑETA		30.00	40.00		
RETOQUE DE FOTOGRAFIA (POR HORA)		25.00	40.00		
CREACION DE CONCEPTOS	VALOR	VALOR	VALOR		
GUION DE AUDIOVISUAL O DOCUMENTAL	450.00	525.00	2.342.00	-16.7%	-420.4%
CREACION DE TEXTOS PARA JINGLE	80.00		876.00		-995.0%
CREACION DE TEXTOS PARA CUÑA DE RADIO	70.00	125.00		-78.6%	
STORY BOARD Y/O GUION DE COMERCIAL	320.00	350.00		-9.4%	
STORY BOARD Y/O GUION DE COLETILLA	90.00				
STORYBOARD (POR CUADRO)			20.00		
PRESENTACION ANIMACION POWER POINT		100.00			
MONTAJE DE POWER POINT DEL CLIENTE (POR SLIDE)			10.00		
PRODUCCION EXTERNA CUÑAS DE RADIO	VALOR	VALOR	VALOR		
ELABORACION DE CUÑAS DE RADIO EN ESTUDIO	177.00				
LOCUTOR	142.00				
LOCUTOR INSTITUCIONAL	177.00				

(1) Tarifario actual de la agencia vigente desde el año 2004

(2) Tarifario de una boutique creativa con una infraestructura mínima

(3) Tarifario de la Asociación de Agencias de Publicidad vigentes desde el año 2005



RECURSOS HUMANOS Y SU DISTRIBUCIÓN

En el último trimestre del año 2007, la organización sufrió una serie de salidas de su personal, fundamentalmente por ser pretendidos por otras agencias de publicidad de la ciudad.

- ✓ Gerente General: Xavier Márquez
- ✓ Directora de Medios: Susana Ayala
- ✓ Director Creativo: Rafael Pastor
- ✓ Director de Arte: Carlos Villota
- ✓ Redactor Creativo: Juan Pablo Enríquez
- ✓ Redactor Creativo: Pablo Aguirre
- ✓ Ejecutiva de Cuentas: Maripaz Moncayo
- ✓ Asistente Administrativa: Cristina Manosalvas

Este hecho provocó inestabilidad en la relación con nuestros principales clientes. En el transcurso del primer trimestre del año 2008, la mayoría de las posiciones han sido llenadas, trasladando a los clientes la seguridad de que la agencia tiene los recursos y la experiencia para seguir enfrentando los retos de las marcas.

Se tuvo especial cuidado de mantener y mejorar la calidad en todas y cada una de las posiciones.

La presión de los clientes se dirigió al área de la Dirección de Medios la cual se la Integró rápidamente con David Beltrán, un profesional de larga trayectoria en el mercado ecuatoriano y con un excelente poder de negociación, como más adelante lo resaltaremos.

Por diferentes medios, los clientes mencionaban la importancia de llenar lo antes posible la Dirección Creativa de la empresa. Después de una ambiciosa búsqueda se contrató a David Cabezas, el mismo que tiene 15 años de experiencia tanto en agencias nacionales como en las mayores redes internacionales: J.W. Thompson, Young & Rubicam, DDB, BBDO y McCann.

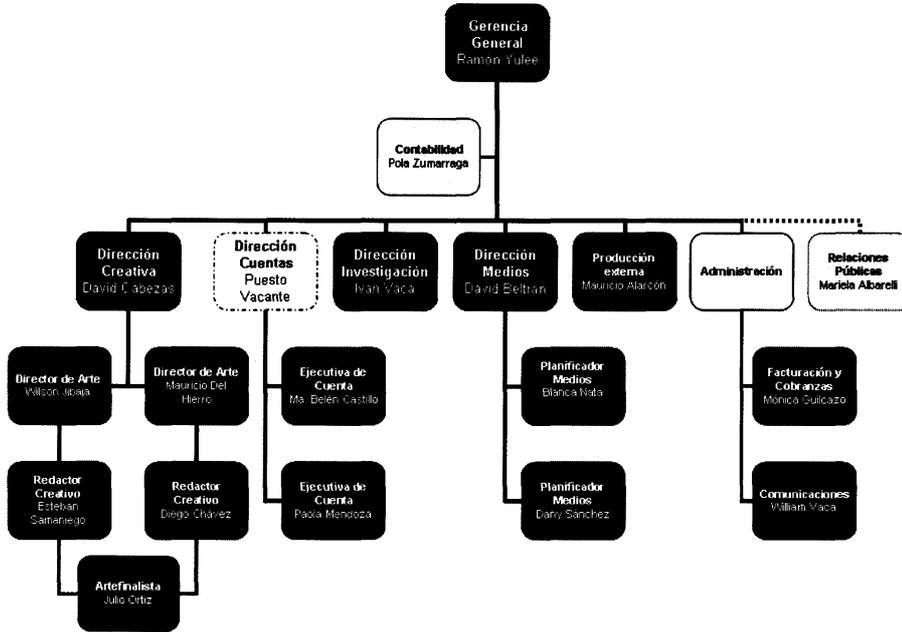
Trabajando en Ecuador, Colombia y Guatemala ha recibido algunos premios y reconocimientos nacionales e internacionales como: New York Festival, Caribe, Cóndor de Oro y fundamentalmente FIAP, finalista en Cannes y London Fest y dos Effie's. Las principales cuentas que ha manejado son: Colgate Palmolive, Ford, Pepsi, Boehringer Ingelheim, Nestlé, Coca Cola, Bellsouth, Chevrolet, Alegro PCS. Se resalta entonces que es un creativo estratégico como necesitamos para tener imagen y presencia en el mercado ecuatoriano

La única posición que falta por completar es del área de Cuentas. Para maximizar los procesos de contacto con los clientes, desarrollo de estrategias competitivas y sobre todo conseguir nuevos clientes, se está buscando una persona al nivel de Dirección.

La estructura actual de la empresa se presente en el siguiente organigrama:

Av. Colón 1794 y Av. 10 de Agosto, Edificio Corporación CFC. 4to Piso.
Teléfonos: (593-2) 255-3145 Fax: (593-2) 290-4413.
Quito – Ecuador

Organigrama Elj Publicidad





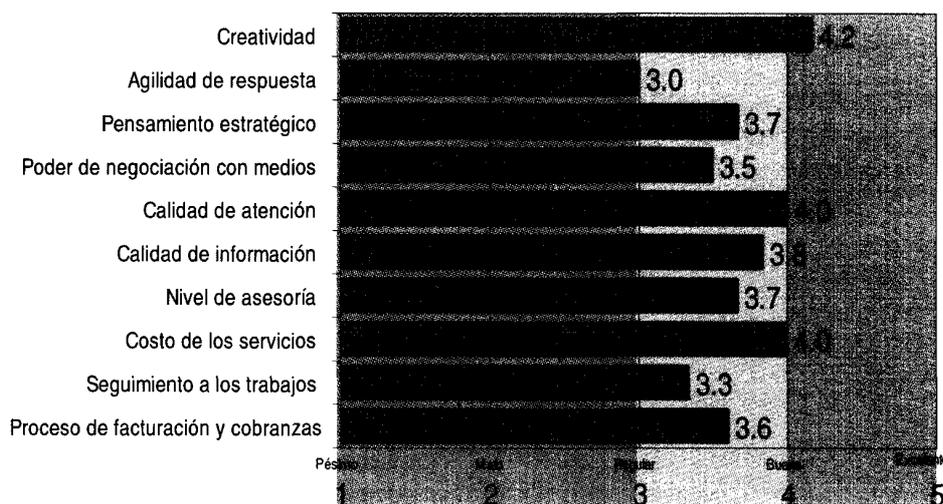
EVALUACIÓN DE LA AGENCIA POR PARTE DE LOS CLIENTES

En enero del 2008, se realizó una investigación entre nuestros principales clientes para que evalúen los servicios y productos que han recibido por parte de la Agencia en el año 2007.

Se diseñó un cuestionario autosuministrado el mismo que fue enviado vía mail con una estructura de preguntas cuantitativas en la escala de 1 a 5, siendo 1 pésimo y 5 excelente. Se recibió respuesta de seis clientes que en conjunto representan cerca del 75% de la facturación total de la Agencia.

La evaluación general promedio de los diferentes tópicos fue de 3.7.

Índices de Evaluación General



Fuente: Clientes activos de Eij Comunicaciones

En general las fortalezas que los clientes perciben de Eij Publicidad son:

- ✓ Creatividad,
- ✓ Calidad de Atención, y
- ✓ Costos de los Servicios.

Las debilidades percibidas son:

- ✓ Agilidad de Respuesta,
- ✓ Seguimiento de los trabajos, y
- ✓ Poder de negociación con los Medios.

Consultados sobre la necesidad de una alianza internacional con alguna red publicitaria, los clientes la recomiendan fundamentalmente por la transferencia de tecnología, manejo de procesos y manejo estratégico de la información.



Situación financiera de Elj Publicidad

BALANCE GENERAL COMPARATIVO 2006 - 2007

J&E MARKETING Y PUBLICIDAD S.A. BALANCE GENERAL COMPARATIVO

ACTIVOS	2006		2007		Variación %	
CAJA Y BANCOS	18.813.70	1.08%	563.734.05	14.91%	2896.40%	544.920.35
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	869.068.21	49.76%	537.872.75	14.23%	-38.11%	-331.195.46
OTROS ACTIVOS CORRIENTES	12.617.07	0.72%	8.665.58	0.23%	-31.32%	-3.951.49
GASTOS ANTICIPADOS	295.423.46	16.91%	2.425.781.36	64.16%	721.12%	2.130.357.90
Total ACTIVO CORRIENTE	1.195.922.44	68.47%	3.536.053.74	93.53%	195.68%	2.340.131.30
ACTIVO FIJO NETO	29.159.94	1.67%	17.577.62	0.46%	-39.72%	-11.582.32
ACTIVOS DIFERIDOS	399.527.61	22.87%	104.815.22	2.77%	-73.77%	-294.712.39
OTROS ACTIVOS	121.993.61	6.98%	122.379.46	3.24%	0.32%	385.85
Total ACTIVO NO CORRIENTE	550.681.16	31.53%	244.772.30	6.47%	-55.53%	-305.908.86
TOTAL ACTIVO	1.746.603.60	100.00%	3.780.826.04	100.00%	116.47%	2.034.222.44
PASIVOS	2006		2007		Variación %	
DOCUMENTOS Y CUENTAS POR PAGAR	278.145.49	15.92%	1.452.699.55	38.42%	422.28%	1.174.554.06
OBLIGACIONES BANCARIAS	14.454.72	0.83%	0.00	0.00%	-100.00%	-14.454.72
OBLIGACIONES POR PAGAR	2.999.99	0.17%	150.298.10	3.98%	4909.95%	147.298.11
IMPUESTOS POR PAGAR	44.835.24	2.57%	1.157.495.89	30.61%	2481.67%	1.112.660.65
OTROS PASIVOS	27.263.23	1.56%	22.860.59	0.60%	-16.15%	-4.402.64
Total PASIVO CORRIENTE	367.698.67	21.05%	2.783.354.13	73.62%	656.97%	2.415.655.46
						0.00
OTROS PASIVOS	1.406.866.93	80.55%	1.351.943.93	35.76%	-3.90%	-54.923.02
Total PASIVO NO CORRIENTE	1.406.866.93	80.55%	1.351.943.93	35.76%	-3.90%	-54.923.02
TOTAL PASIVO	1.774.565.62	101.60%	4.135.298.06	109.38%	133.03%	2.360.732.44
PATRIMONIO	2006		2007		Variación %	
CAPITAL SOCIAL	800.00	0.05%	800.00	0.02%	0.00%	0.00
RESERVA POR REVALORIZACIÓN PATRIMONIO	303.331.00	17.37%	200.00	0.01%	-99.93%	-303.131.00
PÉRDIDAS ACUMULADAS	-132.176.36	-7.57%	-332.093.32	-8.78%	151.25%	-199.916.96
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-199.916.96	-11.45%	-23.378.70	-0.62%	-88.31%	176.538.26
TOTAL PATRIMONIO	-27.962.32	-1.60%	-354.472.02	-9.38%	1167.68%	-326.509.70
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.746.603.30	100.00%	3.780.826.04	100.00%	116.47%	2.034.222.74

PRINCIPALES INDICES FINANCIEROS COMPARATIVO 2006 - 2007

J&E MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.		
INDICES FINANCIEROS		
	2006	2007
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 828.223.77	\$ 752.699.61
LIQUIDEZ	3.25	1.27
ACIDA	3.25	1.27
ENDEUDAMIENTO	102%	109%
APALANCAMIENTO	-6346%	-1167%
MARGEN SOBRE VENTAS	19%	9%
RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	-11%	-1%
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN	-11%	-1%
ROTACIÓN DE CARTERA	3.19	21.53
DÍAS DE COBRO DE CARTERA	114	17



J&E MARKETING Y PUBLICIDAD S.A.

(expresado en dólares)

Pérdidas y Ganancias	2006	%	2007	%	Variación %	
VENTAS NETAS	2.774.905.37	100.00%	11.582.562.03	100.00%	317.40%	8.807.657
COSTO DE VENTAS	2.259.848.88	81.44%	10.503.256.03	90.68%	364.78%	8.243.407
Utilidad Bruta	515.056.49	18.56%	1.079.306.00	9.32%	109.55%	564.250
GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	705.938.46	25.44%	835.604.22	7.21%	18.37%	129.666
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	705.938.46	25.44%	835.604.22	7.21%	18.37%	129.666
Utilidad Operativa	-190.881.97	-6.88%	243.701.78	2.10%	-227.67%	434.584
- Gastos Financieros	5.994.89	0.22%	224.040.15	1.93%	3637.19%	218.045
+Otros Ingresos	3.131.50	0.11%	128.176.37	1.11%	3993.13%	125.045
-Otros Egresos	6.171.60	0.22%	171.216.70	1.48%	2674.27%	165.045
Utilidad antes de impuestos	-199.916.96	-7.20%	-23.378.70	-0.20%	-88.31%	176.538
15% PARTICIPACIÓN EMPLEADOS		0.00%		0.00%	0.00%	0
25% IMPUESTO A LA RENTA		0.00%		0.00%	0.00%	0
Utilidad (Pérdida) Neta	-199.916.96	-7.20%	-23.378.70	-0.20%	-88.31%	176.538

Objetivos para el año 2008

CRECIMIENTO DE LA AGENCIA

Basados en la facturación de nuestros clientes en el año 2007 y de acuerdo al entorno económico del país, con la estructura actual de la Agencia se proyecta tener un crecimiento en la facturación del orden del 43.2% al pasar de 2.305.475 dólares a 3.302.000 dólares

Con la participación de una Dirección de Cuentas y el involucramiento directo de la Gerencia General, se proyecta conseguir clientes nuevos por el orden de los 600.000 dólares, que permitiría terminar a finales del 2008 con un crecimiento en facturación del orden del 69.2%.



Proyección de inversión 2008

CLIENTE	INVERSION 2007 ⁽¹⁾	INVERSION 2008 ⁽²⁾
Neohyundai	1 117 009.69	1 500 000.00
Quito Motors	393 116.71	500 000.00
Austrocirculo (Gente)	167 661.62	200 000.00
Huntsat (Sherloc)	30 290.98	200 000.00
Parmalat	.00	300 000.00
Acosaastro	9 799.10	50 000.00
Seguros Unidos (Ecuasistencia)	44 547.00	40 000.00
JMC	22 081.07	35 000.00
Zotye	35 320.49	35 000.00
Banco del Austro	70 498.41	100 000.00
Kerámikos	25 942.00	100 000.00
Mobility	19 688.30	30 000.00
Inmobiliaria Amazonas	1 757.00	50 000.00
Suecia Motors (Volvo)	45 907.80	20 000.00
Merquiauto	2 862.12	2 000.00
División Licores	18 467.90	100 000.00
Otros Clientes	300 524.90	40 000.00
NUEVOS CLIENTES		600 000.00
TOTAL	2 305 475.09	3 902 000.00
	Crecimiento	69.2%

(1) Inversión basado en Facturación 2007

(2) Proyección de inversión por cliente basado en la facturación del 2007

Av. Colón 1794 y Av. 10 de Agosto, Edificio Corporación CFC. 4to Piso.

Teléfonos: (593-2) 255-3145 Fax: (593-2) 290-4413.

Quito - Ecuador



PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS

Una estrategia de medios tiene como fin, analizar y evaluar los valores cualicuantitativos de los medios de comunicación en función de las necesidades, integrando profesionalmente los siguientes pasos

- ✓ Investigación
- ✓ Planificación
- ✓ Negociación y Compra
- ✓ Seguimiento
- ✓ Análisis de Resultados

A inicios del 2008, Elj Publicidad, por intermedio del Departamento de Medios, se propuso optimizar la inversión publicitaria del Grupo Eljuri mediante la sinergia de las diferentes marcas y sus negociaciones en los medios de comunicación, basados en los siguientes objetivos:

- Revisar tarifas actuales que los medios han otorgado a las marcas Ford, Hyundai y Kia (Marcas más activas del grupo en publicidad)
- Generar un Cuadro de Tarifas Actuales y Objetivos a lograr por cada medio
- Definir estrategias de acercamiento y agenda de reuniones con los principales medios.
- Lograr que la negociación sea retroactiva a la inversión a partir del mes de Enero del 2008.

Basado en estos retos, se logró extender los beneficios de esta negociación altamente positiva a una cantidad significativa de marcas del Grupo Eljuri, relacionadas con Elj Publicidad.

Se lograron excelentes descuentos en los principales medios de comunicación, comprometiéndonos nosotros a una inversión mínima y los medios a facilitar importantes descuentos.



Marcas Beneficiadas

Acosaustró	Ecasa
Almacenes Juan Eljuri	Ecuacerámica
Austrobank	Ecuacocoa
Austrocírculo (Gente)	Huntsat (Sherloc)
AutoHyun	Hypoo
Banco del Austro	Inmobiliaria Amazonas
Carlorama	Kerámikos
Center Phone	Kia
Intrans (Audi y Volkswagen)	Merquiauxto
Licor Cristal	Metrocar
Plastiazuay	Mobility
Corporación CFC	Motos y Motos
Diageo	Neohyundai
División Licores	Parmalat
Asiauto	Quito Motors
Aymesa	Seguros Unidos (S.U. y Ecuasistencia)
Hotel Marriott	Sidec
Licoresa	Suecia Motors (Volvo)
Congas	Neo Truck
Telecuador	Almacopio
Record Motor (Honda)	Chana (Autochina)
Carexpert	Jac (Autochina)
Johnnie Walker	JMC (Autochina)
Serviecasa	Zotye (Autochina)
Skoda	BYD (Autochina)
La Taberna	



Televisión



	INVERSION		DESCUENTOS		COMERCIAL PROMEDIO 30 SEG.
	2007	2008	2007	2008	
TV CABLE	\$ 9,200.00	\$ 20,000.00	0%	30%	\$ 45.00
TELEAMAZONAS	\$ 170,000.00	\$ 155,000.00	22%	51%	\$ 191.00
TC TELEVISION	\$ 130,000.00	\$ 80,000.00	52%	58%	\$ 159.51
RTS	\$ 55,339.00	\$ 60,000.00	50%	30%	\$ 184.50
GAMAVISION	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	40%	40%	\$ 376.00
ECUAVISA	\$ 195,000.00	\$ 200,000.00	40%	16%	\$ 112.00
CANAL 1	\$ 30,000.00	\$ 45,000.00	50%	55%	\$ 276.00
TELERAMA	\$ 8,000.00	\$ 35,000.00	40%	40%	\$ 65.00

LOS PORCENTAJES DE LOS DESCUENTOS 2007, SON PROMEDIOS DE LAS MARCAS ACTIVAS EN ESE AÑO.

Prensa



	INVERSION		DESCUENTOS		FORMATO PROMEDIO 1/4 PAGINA
	2007	2008	2007	2008	
EL COMERCIO	\$ 600,000.00	\$ 655,000.00	4%	12%	\$ 2,220.00
EL UNIVERSO					POR DEFINIR NEGOCIACION
EXPRESO	\$ -	\$ 50,000.00	30%	12%	\$ 1,296.00
EXTRA	\$ -	\$ 50,000.00	5%	12%	\$ 1,050.00

LOS PORCENTAJES DE LOS DESCUENTOS 2007, SON PROMEDIOS DE LAS MARCAS ACTIVAS EN ESE AÑO.



Revistas

	INVERSION		DESCUENTOS		FORMATO PROMEDIO 1 PAGINA
	2007	2008	2007	2008	
DINEDICIONES	\$ 8,000.00	\$ 23,000.00	10%	22%	\$ 2,700.00
TELEVISA	\$ 7,080.00	\$ 10,000.00	20%	25%	\$ 1,800.00

LOS PORCENTAJES DE LOS DESCUENTOS 2007, SON PROMEDIOS DE LAS MARCAS ACTIVAS EN ESE AÑO.

FORMALIZACIÓN DE LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Desde la creación de la Agencia en el año 2004, no existe acuerdos formales (contratos) firmados con ningún cliente, por lo cual las responsabilidades mutuas de la relación se han manejado de una manera informal.

Esto nos pone en desventaja como organización ya que, en más de una ocasión, se han cambiado la condiciones de pago hacia la agencia, se desconoce un tarifario y por último, también se desconoce el trabajo intelectual de la agencia.

Para cambiar esta situación, se está preparando un contrato de servicios publicitarios e identificando un Tarifario que satisfaga ambos actores de la relación.

RECONOCIMIENTO EN EL MEDIO

Para mejorar nuestro posicionamiento en el mercado para el año 2008 se buscará:

1. Alianza estratégica con red internacional de Agencias de Publicidad.
2. Reconocimiento de la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad
3. Participación en festivales nacionales e internacionales de Creatividad y Efectividad Publicitaria.

Además de mejorar la imagen exitosa de la agencia, estos factores se constituyen en potentes herramientas de ventas para la consecución de nuevos clientes.

En el año 2007, Elj Publicidad avanzó en la relación con 141 (One Four One) Coimbra que es también conocida como 141 Worldwide y su fundación data de 1992 en Londres.





Su principal es el reconocido publicista y abogado Roberto Coimbra, reconocido como uno de los mejores profesionales de América en el campo publicitario y de estrategia de comunicación.

Actualmente posee 97 oficinas en 57 países. En Latinoamérica se destaca en Brasil, Chile, Costa Rica, México, Argentina y Venezuela.

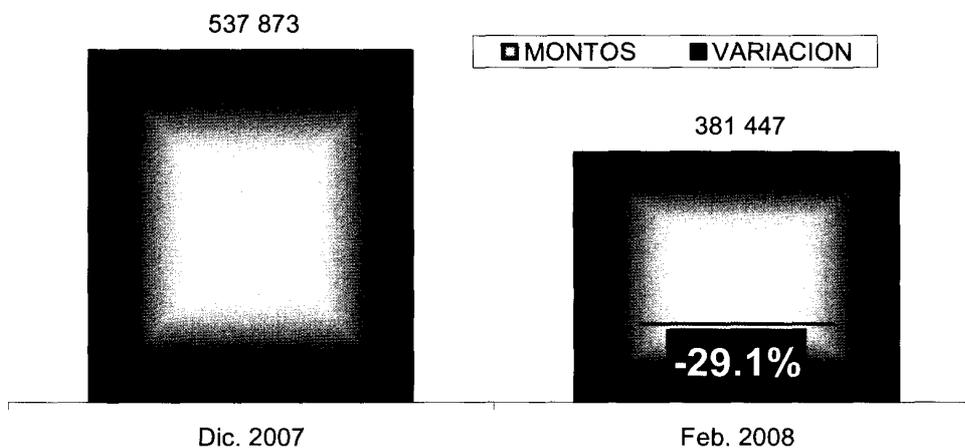
ESTRATEGIA DE COBRANZAS

En el primer trimestre del año 2008 se ha procedido a formalizar y sistematizar los procesos de cobranzas, con una comunicación fluida con los clientes y el respaldo de toda la documentación requerida.

Mediante un análisis exhaustivo se realizó el levantamiento de los procesos que regirán en adelante los mecanismos de control, seguimiento y acción de Cobranzas.

En esta actividad están participando activamente, Gerencia, Finanzas, Contabilidad, Medios y Cuentas.

Evolución Cobranzas Dic. 2007 - Feb. 2008



Fruto de este esfuerzo, contabilizados los dos primeros meses del año 2008 hemos logrado cobrar 156.426 dólares, que implica una disminución de la cartera vencida, del 29.1%.



PRESUPUESTO PROYECTADO 2008

Desglose		Diciembre
I	INGRESOS DEL NEGOCIO	3.902.000
II	EGRESOS DEL NEGOCIO	3.121.600
III	UTILIDAD NEGOCIO (M. CONTR.)	780.400
IV	OTROS INGRESOS/EGRESOS (NETO)	0
	OTROS INGRESOS	0
	OTROS EGRESOS	0
V	GASTOS OPERATIVOS	704.909
	Personal	374.394
	Otros gastos operativos	155.211
	Arriendos	17.296
	Seguros bienes	1.773
	Papelería y suministros	645
	Comunicaciones	0
	Movilizaciones	625
	Honorarios y servicios profesionales	122.727
	Gastos legales	501
	Gastos de computación	1.155
	Gastos de viaje	603
	Adecuaciones de oficina	0
	Auditoría externa	8.199
	Fletes y embalajes	0
	Correspondencia	0
	Gastos comunales	0
	Teléfono	176
	Mantenimiento oficina	0
	Asesoría técnica	0
	Telefonía celular	0
	Suscripciones y afiliaciones	910
	Gastos varios de administración	603
	Gastos Financieros	166.118
	Intereses pagados	155.811
	Gastos bancarios	8.307
	Impuestos y contribuciones	2.000
	Otros gastos operacionales	9.186
	Depreciaciones	6.448
	Amortizaciones	2.738
VI	UTILIDAD NETA	75.491



El año 2007 ha sido particularmente difícil por todas las razones antes expuestas, sin embargo, todos los que conformamos Elj Publicidad hemos mantenido y mantendremos una actitud profesional positiva para obtener en el 2008 resultados positivos tanto en nuestros índices de imagen, posicionamiento y confianza en el mercado, como en los financieros.

Somos una empresa completamente diferente a las demás de la Corporación CFC y del Grupo Eljuri, porque tenemos una línea de negocio, basados en la constante evolución del comportamiento del mercado, la percepción del cliente y sobre todo la creación de ideas, que más allá de lo que se pueda percibir, es un proceso basado en la estrategia, la investigación y el conocimiento continuo.

A los Señores Accionistas reiteramos nuestros agradecimientos por su apoyo, confianza y visión de negocio.

Atentamente,

Ing. Ivan Vaca Ramos
Director de Investigación
Elj Publicidad

