

Informe de la Administración a la Junta General Ordinaria de Accionistas por el año 2013

El 2013 fue un año electoral con la reelección del Presidente Correa en febrero y un año con notables cambios para los Medios de Comunicación, esto debido a la promulgación de la Ley de Comunicación en junio, la misma que se estuvo gestando con varios borradores desde inicio del año, lo que produjo mucha incertidumbre en los medios y en las empresas. La ley determinó varios cambios y restricciones tanto en el contenido como en la publicidad lo que produjo un estancamiento. El reglamento de la Ley recién se promulgó en enero de este año.

En lo político, al igual que los dos años anteriores, el Gobierno mantuvo su distancia y crítica a los medios de prensa privados, endureciendo su posición de no pautar comercialmente en los mismos. Los diarios Metro mantuvieron su posición de ser diarios apolíticos.

Algunas cifras macroeconómicas del Ecuador en el 2013 (la fuente entre paréntesis):

- Inflación 2.7%, 49% inferior que la del 2012. (INEC)
- Reserva Internacional de Libre Disponibilidad: subió en un 66%, llegando a 4.068M de dólares frente a 2.458M del 2012. (BCE)
- Riesgo país (EMBI) bajó en un 15%, ubicándose en 530 puntos (703 en 2012). (BCE)
- Desempleo 4.15%, 18% menor al del 2012 (5.04%). (INEC)
- Tasa activa de interés 8.17% promedio. (Igual que el 2012)
- Tasa pasiva 4.53%. (Igual que en el 2012)
- Exportaciones 24.014 millones de dólares, 1% mayores al 2012. (BCE)
- Importaciones 26.002 millones de dólares, 3% mayores al 2012. (BCE)
- Balanza Comercial: \$ -1.988 millones de dólares (frente a -1.349 del 2012)

METRO GUAYAQUIL EN EL 2013

A continuación me permito hacer un pequeño resumen por área de lo más destacado en el año.

CIRCULACIÓN:

En abril se inició la circulación de MetroCuenca, la impresión de dicho diario se hace en El Mercurio, con buenos resultados en cuanto a calidad de impresión. Hemos conseguido, informalmente, que nos den 90 días de crédito para los respectivos pagos. La distribución es realizada con un equipo de 10 personas y un supervisor, quienes han tenido una buena gestión.

En Guayaquil, con Metroquil, seguimos teniendo problemas de impresión y retrasos en la circulación por complicaciones atribuibles a demoras en producción,

accidentes y derrumbes en las vías, entre otros. Se han realizado cambios en rutas internas en la ciudad de Guayaquil lo que ha permitido minimizar en gran medida que se generen pagos de horas extras por estos retrasos. Nuestro proveedor para la impresión de Metroquil, es Edimpres, quien nos otorga el mejor precio en el mercado. No hemos logrado conseguir un proveedor que nos conceda similares condiciones en Guayaquil.

En mayo, como consecuencia de la Ley de Comunicación, todos los diarios nos vimos obligados a poner el dato de circulación en la portada de los medios. Por este motivo y, con el fin de ser competitivos en el mercado, subimos la circulación de 36.000 ejemplares promedio de los primeros 4 meses del año a 62.000 ejemplares a partir de junio. Con la estrategia de circular 80.000 ejemplares los lunes y viernes y 50.000 ejemplares martes, miércoles y jueves. Esto trajo como consecuencia que agencias y clientes nos vean como el segundo diario de mayor circulación de lunes a viernes y que nos perciban como serios por nuestros números. Este incremento conllevó un aumento en costos de impresión no presupuestados.

REDACCIÓN:

En el departamento editorial, luego del reajuste y reducción de personal de los últimos meses, se ha optimizado el trabajo con un giro en la parte de composición de notas optimizando el trabajo de periodistas y diseñadores.

Estas notas son mejor elaboradas, mejor investigadas y buscan captar el interés del lector con información más detallada que no se ha logrado ver en otros medios, incluso hablando de un mismo tema.

En la optimización de personal se ha buscado que las redacciones de las tres ciudades trabajen en conjunto en la elaboración de temas fuertes que son resaltados en nuestras portadas, formando equipos de investigación y complemento en la elaboración.

Se empezó a trabajar en función de la actualización de noticias online, los periodistas de las tres ciudades comenzaron a migrar y complementar el trabajo para la web y redes sociales con abastecimiento de información durante coberturas y publicación al momento, integrándose al nuevo modelo y apegándose a las nuevas exigencias de requerimientos de información.

MERCADEO:

El objetivo de Mercadeo en el 2013 fue de cumplir con las campañas previstas generando el mayor ahorro posible en relación a su presupuesto. Se logró un 40% de ahorros y se hicieron las siguientes activaciones:

JUSTIN BIEBER. La primera activación fue en febrero, gracias a una promoción mundial de la franquicia Metro, se realizó un concurso para sortear una cita en Europa con el artista. Con esta actividad nos iniciamos en redes sociales y web.

La segunda promoción se realizó en Octubre de 2013, con una promoción para conocer a Justin Bieber en Quito. Logramos un notable posicionamiento con un grupo de lectores más jóvenes así como padres de familia, además de una enorme exposición de nuestra marca. Se lograron veinte y dos mil nuevos seguidores en Facebook con las dos actividades.

METROCUENCA. Se realizó la campaña de lanzamiento, la misma que se basó en las anteriores pero con alto contenido local en la producción. Usamos un lenguaje cuencano, que resaltó las cualidades de la ciudad con el fin de crear una relación de dependencia y orgullo con el nuevo diario. Hicimos alianzas estratégicas con varias radios y canales locales así como con personajes como Jefferson Pérez, entre otros. La inversión para esta campaña fue superior a los 110K, de los cuales se logró el 95% en canje.

LAS MEJORES COSAS DE LA VIDA. Para continuar el acercamiento con la marca, elaboramos una campaña emotiva, fue la primera vez que ocupamos este sentimiento en nuestra comunicación y no usamos las campañas de la franquicia: "Las mejores cosas de la vida no cuestan nada.... Como tu Metro!". Esta campaña sirvió para mejorar la relación con el lector y lograr una relación de pertenencia. Metro Colombia y Metro Puerto Rico nos han pedido poder utilizarla en sus países.

METRO PHOTO CHALLENGE. Es el tercer año consecutivo que formamos parte de este concurso mundial de fotografía que realiza Metro Internacional en 24 países. Conseguimos que el mismo sea un éxito económico por la venta de auspicios y tuvimos una exposición de marca en varios medios a través de la campaña para captar concursantes. Metro Ecuador logró con uno de sus participantes el primer lugar mundial en una de las categorías del concurso.

PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES:

En el 2013 empezamos a preocuparnos por la web que había permanecido inactiva, invertimos en la misma cambiando el portal. La web creció de 142.000 páginas vistas a 1.241.307. De igual manera arrancamos con promociones en las redes sociales, crecimos de 2.490 seguidores en Facebook a 50.800, esto gracias a varias promociones para conocer a artistas como: Alejandro Sanz, Fonseca y Melendi. Empezamos a pautar en Facebook invitando a los lectores y no lectores a que se conviertan en seguidores. En Twitter duplicamos los seguidores llegando a 6.529. El 2013 fue un año de iniciación y aprendizaje en todo lo relacionado con la web y redes sociales, esto con la idea de que en el 2014 vamos a empezar a monetizar estos productos.

TECNOLOGIA (IT)

En el Departamento Técnico se realizaron las siguientes actividades:

- Protección total Equipos de escritorio y portátiles de Metroecuador con Antivirus (Kaspersky Licenciado).
- Licenciamiento MS Office en MetroEcuador.
- Comercialización de Banners del sitio Web (Ingresos por pago de Google)
- Integración de Adserver para publicidad Online
- Instalación y Administración de Red WiFi propia (Planta Baja y Planta Alta) 2 Routers.
- Renovación de Hardware de Servidores HP MetroEcuador.
- Renovación de Equipos portátiles a Ejecutivos(as) de Ventas de Metrohoy.

VENTAS:

La nueva ley de comunicación que fue lanzada en mayo tuvo un impacto importante en el mercado, todas las piezas publicitarias realizadas en el exterior fueron prohibidas, los clientes se vieron forzados a producir nuevas piezas y esto hizo que las inversiones se paralicen nuevamente.

Otro aspecto a considerar, a propósito de la nueva ley de comunicación, es la salida de categorías que antes tenían inversiones importantes en prensa, bebidas alcohólicas, productos alimenticios y medicinas (Con efecto inmediato perdimos clientes como Cervecería Nacional, Budweiser y todos los laboratorios de productos farmacéuticos).

Las nuevas normas que restringen ciertas importaciones tuvieron un efecto negativo para la publicidad de varios productos de consumo masivo que se vieron obligados a suspender sus campañas (En este caso también perdimos varios clientes como Kimberly Clark, Nabisco, Kraft, entre otros)

La edición de Cuenca se lanzó en abril, su presencia ha convertido a Metro en un diario de mayor peso nacional, las nuevas tarifas nacionales contribuyeron a que muchos clientes y agencias nos consideren para sus pautas por considerarnos un diario nacional.

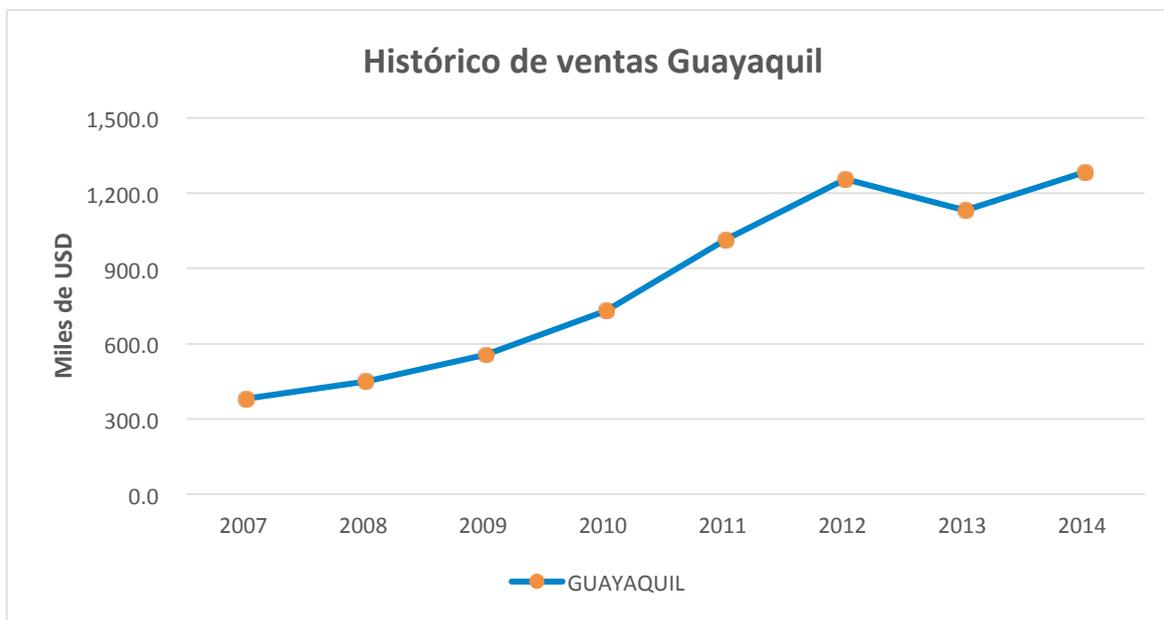
MERCADO PUBLICITARIO ECUATORIANO EN EL 2013:

- De acuerdo a Infomedia Ibope el mercado de prensa del 2013 tuvo un decrecimiento en relación al 2012, del -7%. En el 2012 el crecimiento fue del 13%.

- El principal inversor en la categoría de Prensa son las Instituciones Públicas con el 20% del total.
- El Mercado publicitario en general creció solamente un +2%, con respecto al 2012. Radio creció un +5%, la Televisión +6%, los Suplementos decrecieron -10% y las revistas decrecieron -11%.
- El Market share 2013 de publicidad fue de la siguiente manera: TV 64% (+2% vs 2012), Prensa 20% (-2%), Radio 5% (=), Suplementos 3% (-1%), Revistas 4% (=) y Vía Pública 3% (=).
- De acuerdo a Infomedia Ibope, en inversión en dólares, en el 2013, Metro Ecuador ocupa el cuarto lugar con el 7% del Market Share. El Universo terminó en el primer lugar con el 32%, El Comercio segundo con el 28%, Extra tercero con el 9%, Telegrafo 4%, Hoy el 3%, Ultimas Noticias y La Hora 1%. En la medición constan 18 diarios.

RESULTADOS DE VENTAS METROQUIL EN EL 2013:

- Las ventas de Metroquil del 2013 llegaron a \$ 1.131M frente a \$ 1.679M de presupuesto. El 68% de cumplimiento.
- Metroquil por su parte en relación al 2012 (ventas por 1.252M) decreció un -10% y en relación al 2011 (ventas por 1.015M) creció un 11%
- En los datos anteriores no están considerados los canjes que fueron de 50M. La mayoría de estos canjes son “aire” es decir espacios en TV, radio, vallas y revistas.



A continuación un resumen de los estados financieros a diciembre del 2013

ANALISIS DE ACTIVOS

1. ACTIVOS CORRIENTES

EFFECTIVO

El saldo de efectivo al cierre del ejercicio es bajo en comparación al cierre del año anterior, destaca el saldo al 31 de diciembre de 2012. En relación al flujo de caja durante el 2013 la cobranza normal de clientes fue inferior al año 2012 dado al aumento de los días de rotación de cartera, en el caso de Guayaquil sube de 35 a 47 días principalmente por la cartera pendiente de pago del Municipio de Guayaquil. A pesar de esta situación la compañía ha logrado cancelar deudas normales del año corriente y del año 2012, logrando reducir su deuda al cierre del año 2013 en comparación al año anterior, manteniendo actualmente sólo deuda corriente y en el caso de los principales proveedores (Edimpres, Prodedim, MISA y Papeles Bio-Bio) una deuda negociada y pagadera de acuerdo a vencimientos acordados con dichos proveedores.

La principal tarea de la administración es fortalecer la posición de caja durante el año 2014, lograr poner al día la deuda con sus principales proveedores, cerrando el año con una deuda corriente normal sin atrasos y en la medida de lo posible sin deuda bancaria, para lo cual se podrían tomar algunas acciones en relación a la reducción del crédito otorgado a clientes para lo cual el área comercial ofrecerá algunos beneficios (descuento pronto pago, bonificación de espacios, entre otras), adicionalmente se espera conseguir durante el año un monto superior de prepagos con clientes, adicionalmente se está negociando con el proveedor de papel obtener una línea de crédito de aproximadamente USD 120.000 para cancelar a 90 días del embarque de papel (actualmente se tienen sólo 60 días).

Como resultado de estas acciones se espera al cierre de 2014 lograr una posición de caja muy superior a la actual y no mantener deuda vencida, principalmente con los mayores proveedores.

ACTIVOS FINANCIEROS

La principal composición de este rubro está dado por las cuentas por cobrar corrientes a clientes del negocio en Guayaquil y Cuenca, netos de las provisiones de incobrables establecidas según la política de la compañía. La rotación de cuentas por cobrar en promedio es de 45 días y la provisión de incobrables generada en el año 2013 es de USD 12.000. La administración está tomando las acciones necesarias para mejorar la rotación de cuentas por cobrar, así como también eventualmente contratar los servicios de una empresa de cobranza judicial reduciendo así el impacto de incobrabilidad para el año 2014.

OTRAS CUENTAS POR COBRAR

Este saldo representa cuentas por cobrar menores a empleados de la compañía, por préstamos, anticipos normales de sueldo y anticipos de bonos, los cuales serán liquidados y descontados en el año 2014.

ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES

Se mantienen dentro de este rubro los saldos de créditos tributarios por retenciones efectuadas por nuestros clientes (retención de la fuente del 1% y retención de IVA 70%) porque Pubquilsa no es empresa del tipo “contribuyente especial”. Además se registran los créditos por IVA de compras habituales, servicios y materia prima papel, además de los anticipos por impuesto renta cancelados durante el año 2013.

La administración ha hecho estudios legales-tributarios pertinentes para la posibilidad de recuperar con el SRI algunos de estos créditos a favor de la compañía, se hizo un trabajo contable para la presentación al SRI, se espera pronunciamiento de esta entidad dentro de los próximos meses.

2. ACTIVOS NO CORRIENTES

PROPIEDADES, PLANTAS Y EQUIPOS (NETOS)

La principal composición de este rubro dice relación con las instalaciones de las oficinas en Guayaquil, lo componen el mobiliario, los equipos de computación y servidores de la compañía, además de 1 vehículo para uso de la gerencia comercial.

ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS

La empresa debe reconocer el impacto de los impuestos diferidos al cierre de cada ejercicio comercial, tanto a nivel de balance como su impacto en el resultado financiero de las compañías. Dichos impuestos corresponden a la diferencia que existe entre la base tributaria según la ley de la renta y el valor financiero según las Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante NIIF). Registrar activos por impuestos diferidos implica reconocer impuesto a la renta por recuperar en ejercicios posteriores.

OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES

La composición de este rubro viene dado por un saldo mantenido en los registros contables correspondiente a gastos de constitución de la empresa Pubquilsa, los cuales serán liquidados en el año 2014, de manera de limpiar los saldos de dichas cuentas.

ANALISIS DE PASIVOS

1. PASIVOS CORRIENTES

CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR

Este rubro se compone de los proveedores habituales, compra de materia prima papel y los servicios de impresión. Las principales deudas al cierre del año 2013 corresponden a:

- ✓ Franquicia y servicios de Metro Internacional
- ✓ Edimpres y Prodedim (proveedores de impresión)
- ✓ Papeles Bio-Bio (papel)
- ✓ Otros proveedores (gastos oficina, honorarios, servicios básicos, canjes, entre otros)

OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS

Este rubro se compone como saldo a diciembre 2012 correspondía al crédito a pagar al Banco Pichincha (Pubquilsa) que venció durante el año corriente.

PROVISIONES

En esta clasificación se registran aquellas obligaciones contraídas por la compañía que al cierre del ejercicio no han sido documentadas, no se ha recibido la factura por los servicios contratados y/o por acuerdo con el proveedor serán cancelados y facturados en el año 2014. Las principales provisiones al cierre del año 2013 son:

- ✓ Provisión por servicios de auditoria 2013 facturados y pagados en el 2014

- ✓ Provisión por bonos de cumplimiento de las diversas gerencias

OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES

Dentro de este rubro se clasifican las obligaciones con trabajadores por décimo tercer y décimo cuarto sueldo, además del registro de la obligación de pago de utilidades a los empleados. Adicionalmente se registran los impuestos y retenciones corrientes del mes de diciembre por pagar en enero de 2014, los aportes por pagar del empleador, los aporte de los empleados y sus créditos al IESS. Se incluye también el saldo de remuneraciones por pagar del mes, principalmente las comisiones y bonos devengados del mes de noviembre y diciembre pagaderos durante el 2014.

ANTICIPO DE CLIENTES

Por este rubro se reconocen anticipos de clientes recibidos y que aún no se han liquidado, principalmente por algunos prepagos y otros clientes menores.

OTROS PASIVOS CORRIENTES

Se reconoce principalmente algunas provisiones de costos y gastos por documentarse en el año siguiente, las provisiones de canjes por usos que aún no son documentados por el proveedor y algunas deudas documentadas como el uso de la tarjeta de crédito de la compañía.

2. PASIVOS NO CORRIENTES

PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS

A partir del año 2011 y por disposición de la Superintendencia de Compañías del Ecuador, todas las empresas supervisadas por esta institución deberán presentar información anual bajo NIIF. De acuerdo con la NIC 19 los costos por beneficios a empleados deber reconocerse cuando se devengan, independiente del momento del pago. La compañía debió contratar los servicios de la empresa Servicios Actuariales y de Consultoría Actuarial Cía. Ltda., en función que la norma exige que los cálculos actuariales sean preparados por una empresa externa, independiente y experta en el tema.

Los montos mantenidos en este rubro corresponden a las provisiones por Jubilación Patronal de acuerdo a la ley y las Bonificaciones por Desahucio de acuerdo a lo establecido en el Código del Trabajo.

PASIVOS DIFERIDOS

Se reconocen de acuerdo a las NIIF, aquellas partidas que por una diferencia temporal entre la base tributaria y la contable, generaran en el futuro un mayor impuesto a pagar o en su defecto menores devoluciones o créditos a favor de la

compañía, en la medida que se recuperen los activos o se liquiden los pasivos que generan estas diferencias. Adicionalmente en este rubro se registran las provisiones de ingresos facturados y no publicados y que por acuerdos con clientes fueron facturados al cierre del ejercicio.

ANALISIS DE PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS

CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO

Este rubro corresponde al capital suscrito y pagado por los accionistas, y al autorizado y registrado en la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

APORTE DE SOCIOS A FUTURAS CAPITALIZACIONES

En esta clasificación se contabilizaron los USD 322.609 aportados por los accionistas, ambos aportes se encuentran pendientes de tramitar y conseguir la autorización definitiva en la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

RESULTADOS ACUMULADOS

Dentro del patrimonio se mantienen aún pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores, obtenidas principalmente en la operación de Guayaquil hasta el año 2011. La administración espera a partir del año 2014 y dada la madurez del negocio en Guayaquil comenzar a obtener utilidades para absorber dichas pérdidas y mantener un patrimonio positivo en dicha compañía. Se espera no tener que hacer aportes nuevos en dicha compañía.

A partir del año 2011, la compañía debe presentar EEFF bajo NIIF, producto de la adecuación de los saldos contables bajo NEC y transformación a NIIF, se debieron reconocer variados ajustes que para los años anteriores al 2011 y 2012 estos ajustes afectan al patrimonio de la compañía. Los principales ajustes producto de la aplicación de las NIIF tienen relación con:

- ✓ Reconocer intereses producto de las transacciones entre las empresas del Holding (traspaso de flujo, facturación relacionada)
- ✓ Reconocer resultados en la empresa inversionista y ajustar el valor de la inversión a valor justo
- ✓ Reconocer y registrar impuestos diferidos
- ✓ Reconocer y registrar jubilación patronal y desahucio

ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

Dentro de esta categoría se reconocen los ingresos provenientes de las ventas de los servicios de publicidad, productos especiales, a su valor razonable sean estos cobrados o por cobrar, netos de las rebajas por descuentos comerciales y de las

notas de crédito del período. Se reconocen además los ingresos facturados por los contratos de canje de acuerdo a las pautas publicadas de la contraparte.

COSTO DE VENTAS Y PRODUCCION

El costo de venta y producción incluye aquellos rubros relacionados con la producción de nuestros servicios de publicidad:

- ✓ Costos de consumo, almacenaje y transporte de papel
- ✓ Servicios de impresión del periódico
- ✓ Costos adicionales por actividades especiales (venta no Green)
- ✓ Costos y remuneraciones del personal de Diseño y Editorial
- ✓ Costos y remuneraciones del personal de Distribución

GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas corresponden principalmente a los relacionados con la comercialización de nuestros servicios publicitarios, costos y gastos de la promoción de nuestra marca y productos y las comisiones y/o bonificaciones acordadas con las agencias de publicidad, se compone de:

- ✓ Remuneraciones del personal comercial, ejecutivos de venta y directores
- ✓ Comisión y bonos de cumplimiento
- ✓ Remuneración del personal de marketing y diseño comercial
- ✓ Gastos de promociones, campañas, estrategias comerciales, posicionamiento de marca, actividades externas
- ✓ Comisiones y bonificaciones con agencias de publicidad

GASTOS DE ADMINISTRACION

Los gastos de administración y ventas se reconocen en el período de acuerdo a lo devengado, es decir cuando se conocen en función de los acuerdos con proveedores. Corresponden principalmente a:

- ✓ Remuneraciones del personal administrativo financiero
- ✓ Costos de servicios básicos
- ✓ Impuestos, tasas, contribuciones
- ✓ Depreciaciones de los activos de la compañía
- ✓ Gastos legales, asesorías y abogados
- ✓ Intereses, multas y otros pagos a entidades fiscales y del Estado
- ✓ Provisión de cuentas incobrables
- ✓ Costos de jubilación patronal y desahucio
- ✓ Amortización de intangibles
- ✓ Franquicia Metro Internacional
- ✓ Uso de canjes

GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros corresponden principalmente a aquellos desembolsos efectuados en función de la obtención de recursos frescos en el mercado financiero, así como también los pagos a proveedores por el aplazamiento en pago de deuda corriente, a saber:

- ✓ Intereses devengados por créditos en Banco Pichincha b
- ✓ Pago de intereses por mayor plazo de pago, proveedor de papel e impresión
- ✓ Gastos ordinarios por mantención y uso de cuentas corrientes