

**INFORME DE LA GERENCIA GENERAL
A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA
DE ACCIONISTAS DE PUBLI POINT C.A
POR EL AÑO 2014**

En mi calidad de Gerente General de la Empresa Publi Point C.A., pongo en consideración de la Junta General de Accionistas el Informe de las labores del año 2014, en lo que corresponde al movimiento económico y las actividades administrativas, tomando en cuenta que fui nombrado para este cargo y para el de representante legal de la compañía en el mes de abril de 2014. Para efecto de este informe se incluye una revisión de los Estados Financieros del año 2014.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS.- Publi Point C.A. es una compañía de promoción, contratación comercialización, asesoría y administración de publicidad y espacios publicitarios en forma directa o para terceros, servicios que están enfocados para empresas del sector público y privado. Según dicta la Misión y Visión somos una agencia de comunicación integral que hace realidad la visión de sus clientes, con una constante innovación, siendo reconocida por sus estrategias innovadoras.

Las tareas cumplidas durante el año 2014 tuvieron como un fuerte componente el enfoque de comercialización y la responsabilidad laboral, tributaria y legal, siguiendo la línea de equanimidad y transparencia con las cuales se fundó esta compañía, y con base a las políticas de la actual Presidente y socios accionistas.

INFORMACION SOBRE ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS.- En lo que se refiere al campo administrativo se han realizado cambios en el ámbito estructural y del equipo de trabajo:

- Se trasladó la oficina a la actual dirección, mejorando la imagen de la empresa.
- Se adquirieron equipos, dispositivos y programas que permitieron maximizar el trabajo en las diferentes áreas.
- Se mantuvieron vigentes las herramientas de trabajo necesarias para el normal cumplimiento de las actividades, como por ejemplo archivos fotográficos, análisis de competencia y monitoreo, licencias para el uso de programas de computación.
- Se adquirió el Sistema Fenix para el manejo contable integral y generación de informes y anexos necesarios en el cumplimiento de las obligaciones con los organismos de control.

Además, se registraron cambios en el equipo de trabajo, principalmente por la salida voluntaria del personal que se mantenía en la empresa por varios años, mismo que fue remplazado por el equipo actual, debidamente seleccionado de acuerdo al perfil y experiencia que la compañía establece para cada posición.

Actualmente contamos con el siguiente personal:

- DIRECTOR CREATIVO Ramiro Cueva
- DIRECTOR DE ARTE Y DISEÑO David Altamirano
- DIRECTOR DE WEB Y BTL Danilo Mayorga
- DIRECTORIA DE MEDIOS Pilar Bonifaz
- EJECUTIVA DE MEDIOS Carolina Dillon
- DIRECTORA CUENTAS Karla García
- EJECUTIVA DE CUENTAS Verónica Proaño
- CONTADORA Mirta Borja
- ASISTENTE CONTABLE: Paola Guerra

- AUXILIAR CONTABLE: Kathy Román
- SECRETARIA RECCIONISTA: Leslie Castro
- MENSAJERO Enrique Pérez

El cumplimiento de las obligaciones con los organismos de control se efectuó de manera adecuada, como es el caso del pago de aportes patronales y personales, fondos de reserva y préstamos del personal al IESS; legalización de contratos y actas de finiquito en el Ministerio de Trabajo; y obligaciones con el Servicio de Rentas internas, manteniendo el record de cumplimiento.

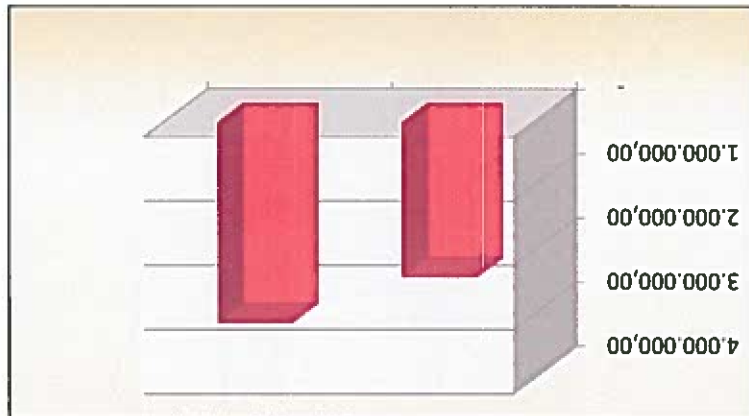
Durante el año 2014 se mantuvo la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera, con el fin de mantener y presentar saldos reales de la situación financiera de la compañía. Además, se inició la implementación del Sistema de Auditoría de Riesgo Laboral, tal como lo dicta la normativa del IESS y Ministerio de Relaciones Laborales, aplicando los lineamientos base como la identificación de riesgos laborales, instalación de señalética y obtención de la licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de las Actividades Económicas (LUAE), con el fin de salvaguardar la seguridad y salud del personal de la compañía.

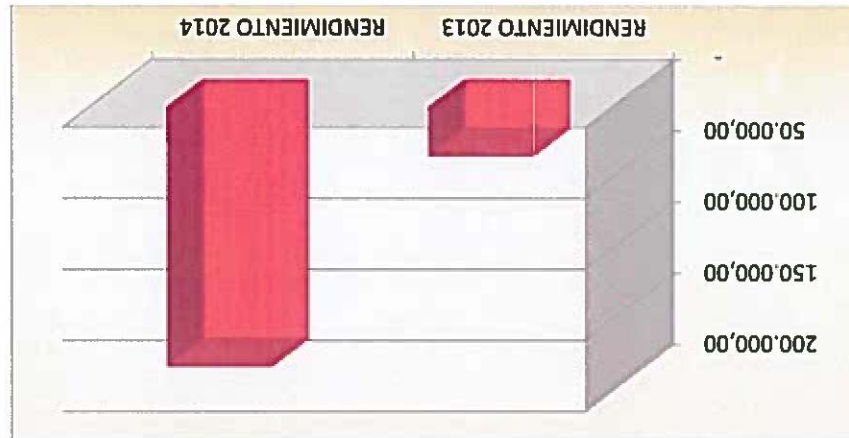
ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN.- La situación financiera de la compañía está demostrada en el respectivo Estado de Situación que se procederá a dar lectura cuenta por cuenta para su análisis.

ANÁLISIS DE ESTADO DE RESULTADOS.- De igual forma en el Estado de Resultados Integral tenemos las ventas e ingresos por un valor de \$ 3.112.431,00, y los costos y gastos por \$2.930.129,28 arrojando una utilidad de \$182.301.72.

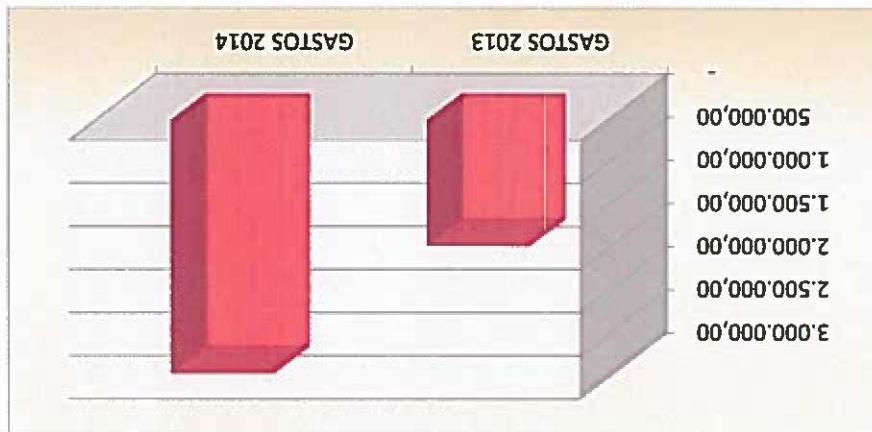
El crecimiento de la compañía se lo puede visualizar de la siguiente forma:

VENTAS OBTENIDAS 2014	3.112.431,00
VENTAS PROYECTADAS 2014	2.400.000,00

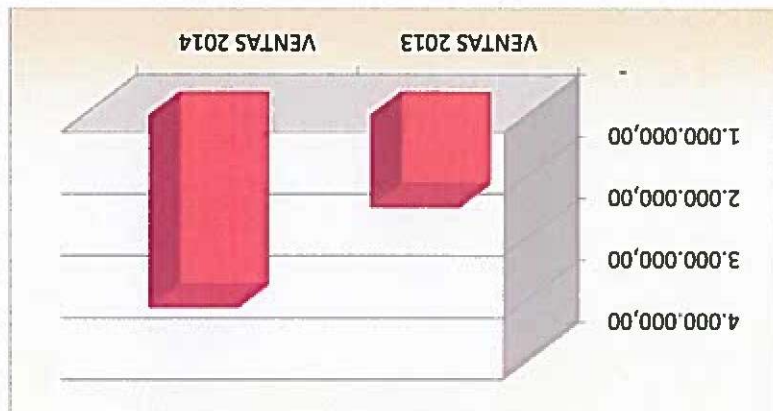




RENDIMIENTO 2013	34,323.00
RENDIMIENTO 2014	182,301.72



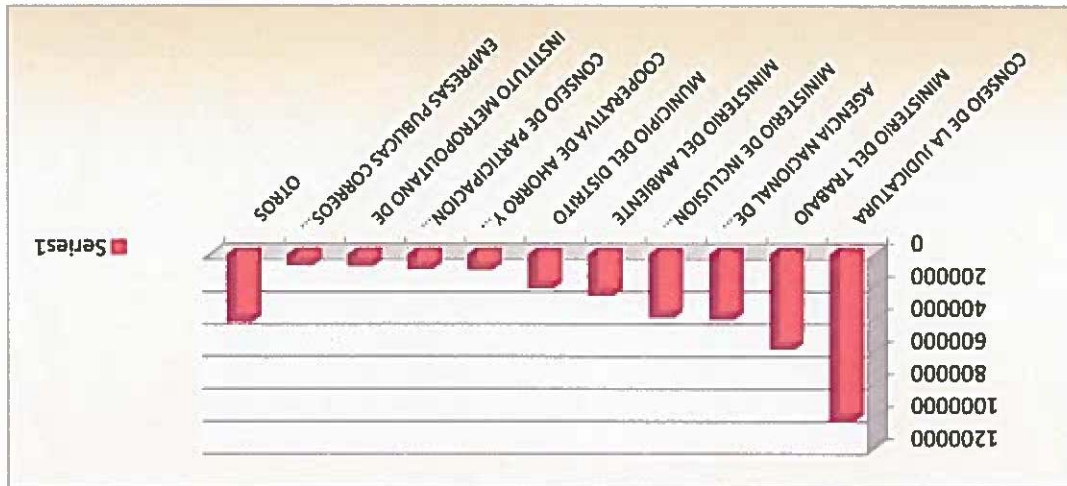
GASTOS 2013	1,451,389.49
GASTOS 2014	2,930,129.28



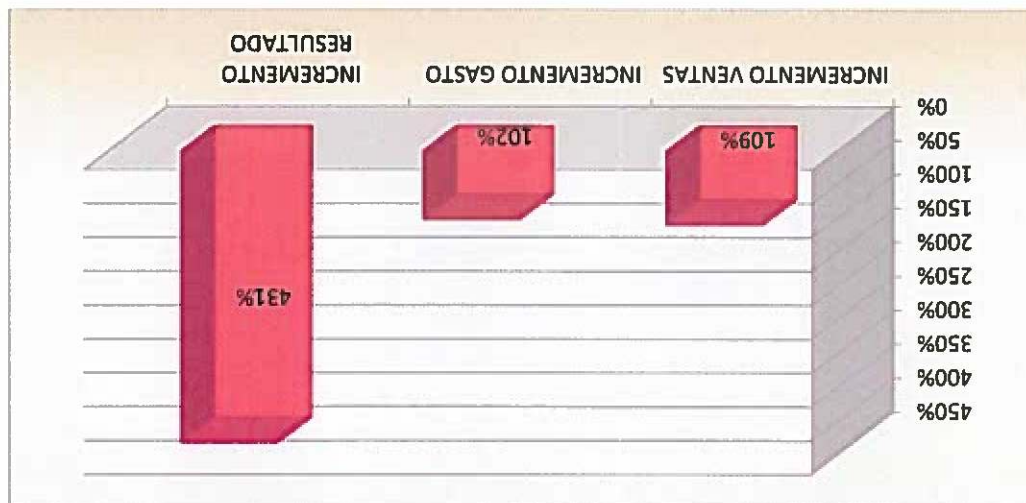
VENTAS 2013	1,486,312.00
VENTAS 2014	3,112,431.00

- La reforma al Art. 148 del Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, relacionado a las retenciones de IVA aplicables indica que los pagos y adquisiciones efectuadas por contribuyentes especiales a otros contribuyentes especiales serán objeto de retención de IVA en un porcentaje del 70% desde enero de 2015, lo que resta liquidez en la operación de la empresa. A partir de junio se aplicará un 20% de retención del IVA para prestación de servicios.
- La Ley de Régimen Tributario Interno señala que serán deducibles los costos y gastos por promoción y publicidad de conformidad con las excepciones, límites, segmentación y condiciones, establecidas en el reglamento hasta un monto equivalente al 4% de sus ingresos gravados del ejercicio fiscal.
- PROYECCIONES 2015.- En este año se deben tomar en cuenta ciertas particularidades relacionadas a la industria de la publicidad y a la situación económica del país:

PROPOSTA SOBRE EL DESTINO DE UTILIDADES.- Sobre el destino de las utilidades del 2014 será la Junta General de Accionistas la que tome la respectiva decisión; la Gerencia General sugiere mantener parte de los recursos generados por utilidad como dinero operativo de la compañía.



VENTAS POR CLIENTES



INCREMENTOS PORCENTUALES

- En el sector público el presupuesto destinado a publicidad se ha reducido significativamente por la reducción en el Presupuesto General del Estado debido, entre otros motivos, a la caída del precio internacional del petróleo.

- De otro lado, existe en la agencia un equipo estructurado y cohesionado, y una imagen positiva de la compañía y de su trabajo frente a los clientes. Para este año que recurre se busca mantener el promedio de ventas alcanzado en el período 2014.

PLAN DE VENTAS 2015

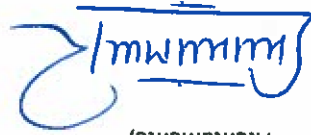
Dentro de los puntos más relevantes que constan en el Plan de Ventas 2015 podemos mencionar:

1. Recuperación de antiguos clientes
2. Networking, gestión de ventas con nuestros contactos
3. Fortalecer el tráfico de Medios
4. Generar Over Commission con los medios por montos anuales de inversión
5. Participar en licitaciones de clientes privados
6. Reforzar relaciones comerciales actuales
7. Ofrecer productos pre enlatados para diferentes segmentos comerciales
8. Promocionar nuestra Agencia

Además propiciaremos la implementación de nuevas herramientas publicitarias para medir el rating de todos los medios de comunicación. Dentro de nuestra proyección de crecimiento también sugerimos la contratación de más personal conforme el incremento de los clientes, tanto para Cuentas como para la Dirección de Medios.

RECOMENDACIONES

Contar con la participación activa de la Presidenta y socios de la Compañía para la retroalimentación de ideas y proyectos futuros
 Propiciar la capacitación necesaria para el personal
 Mantener el enfoque vanguardista en cuanto a la adquisición de programas y herramientas de trabajo

Atentamente,

 José Luis Moya Riera
 GERENTE GENERAL